



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Gabriela Guedes Teixeira

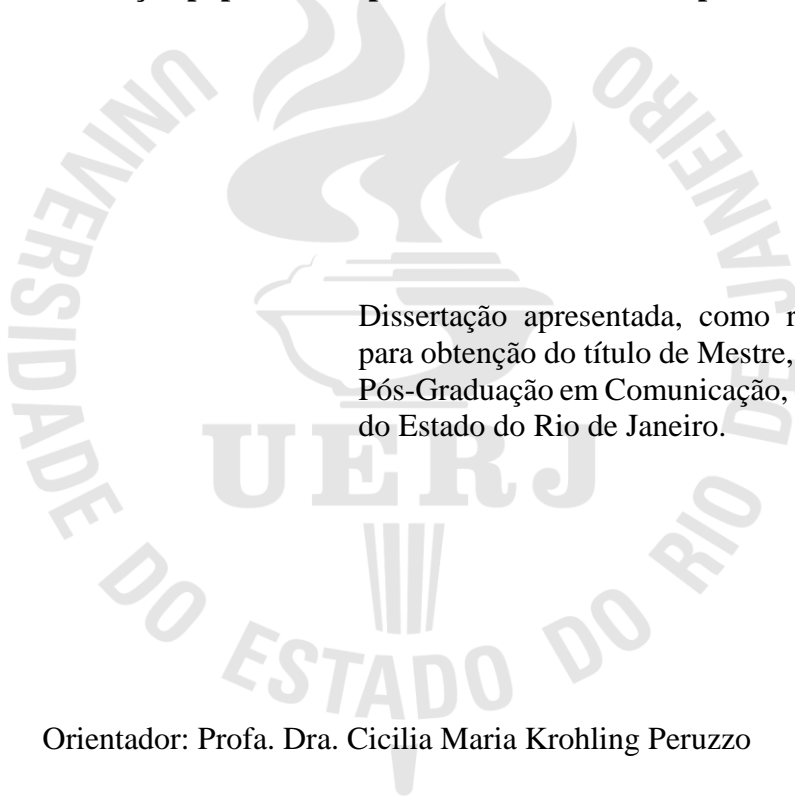
Juventude e comunicação: a experiência do Levante Popular da Juventude

Rio de Janeiro

2023

Gabriela Guedes Teixeira

Juventude e comunicação popular: a experiência do Levante Popular da Juventude



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Orientador: Profa. Dra. Círcia Maria Krohling Peruzzo

Rio de Janeiro

2023

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

T266 Teixeira, Gabriela Guedes
 Juventude e comunicação popular: a experiência do Levante Popular da
 Juventude / Gabriela Guedes Teixeira. – 2023.
 249 f.

 Orientadora: Cicilia Maria Krohling Peruzzo.
 Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
 Faculdade de Comunicação Social.

 1. Comunicação – Teses. 2. Comunicação de massa – Teses. 3. Movimentos
 sociais – Teses. I. Peruzzo, Cicilia Maria Krohlong. II. Universidade do Estado
 do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação. III. Título.

bs CDU 316.77

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Gabriela Guedes Teixeira

Juventude e comunicação popular: a experiência do Levante Popular da Juventude

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Aprovada em 16 de maio de 2023.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Cicilia Maria Krohling Peruzzo (Orientador)

Faculdade de Comunicação Social – UERJ

Prof. Dr. Fernando Nascimento Gonçalves

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ

Prof. Dr. Alexandre Barbalho

Universidade Federal do Ceará – UFC

Rio de Janeiro

2023

DEDICATÓRIA

Dedico essa pesquisa ao conjunto de jovens brasileiros que lutam todos os dias para superar as dificuldades impostas por essa sociedade, dos quais muitos não possuem acesso à educação, em especial a pós-graduação. São esses jovens que dão sentido ao LPJ, à minha participação política e a essa pesquisa.

AGRADECIMENTOS

São muitas mãos que me ajudaram a concluir essa etapa. Agradeço, primeiramente, meus pais, minha avó Cida, meu tio Nei, meus irmãos, que sempre estiveram ao meu lado para que eu persistisse. Além disso, todos os companheiros que encontrei ao longo desses dez anos de militância, principalmente da Consulta Popular, espaço que tem sido uma grande escola de formação política, que ensina mais do que teorias, mas um compromisso vital com a transformação social. Agradeço à minha orientadora, Cicília M. K. Peruzzo, pela paciente contribuição e demonstração de caminhos possíveis para a construção de uma ciência que faz pontes com quem está além dos muros da universidade. À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), cuja bolsa de Demanda Social foi fundamental para a dedicação a este trabalho e ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ (PPGCOM) que dá espaço para pesquisadores que buscam refletir sobre as contradições que vivemos, em busca de soluções.

“A voz resiste, a fala insiste: Você me ouvirá
A voz resiste, a fala insiste: Quem viver verá”

Belchior – Não Leve Flores

RESUMO

TEIXEIRA, Gabriela Guedes. *Juventude e comunicação popular: a experiência do Levante Popular da Juventude*. 2023. 249 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

Esta pesquisa busca investigar os processos de comunicação do Levante Popular da Juventude (LPJ) enquanto prática social transformadora e popular, de modo a aprofundar a compreensão da relação entre as categorias juventude, movimento popular e comunicação popular, isto é, analisar e ampliar, do ponto de vista teórico, as noções sobre a comunicação popular e refletir sua absorção no percurso do LPJ, especialmente, no contexto pandêmico e empoderamento de meios digitais, buscando compreender como os desafios do movimento se expressam em sua comunicação e como se organizam para superá-los. A metodologia utilizada consiste em pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, entrevistas e observação participante da participação juvenil na produção da comunicação do LPJ nas redes sociais digitais do movimento: *Blog, Instagram, Facebook, Twitter, Youtube e Site nacional*, durante as atividades do movimento, que foram realizadas de 2008 a 2022, como os Acampamentos Nacionais, Congressos da União Nacional dos Estudantes e mobilizações por melhores condições de vida. A comunicação do movimento se desenvolve ao passo que o próprio movimento se constitui, incorporando elementos da comunicação profissional com pouca reflexão, e apesar de afirmar que possui centralidade no processo educativo que os jovens podem se deparar na comunicação, isto é, a comunicação popular, há centralidade na busca por incorporar e se apropriar de técnicas, especialmente online, resultando na perda da perspectiva da formação e organização de jovens para a transformação de sua realidade através das lutas que o próprio movimento defende.

Palavras-chave: Comunicação popular. Jovens. Brasileiros. Movimento social. Movimento popular.

ABSTRACT

TEIXEIRA, Gabriela Guedes. *Youth and popular communication: the experience of Youth Popular Uprising*, 2023. 249f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2023.

This research seeks to investigate the communication processes of the Youth Popular Uprising (YPU) as a transforming and popular social practice, in order to deepen the understanding of the relationship between the youth, popular movement and popular communication categories, that is, to analyze and expand, from theoretical point of view, the notions about popular communication and reflect its absorption in the course of the YPU, especially the empowerment of digital media in the pandemic context, seeking to understand how the challenges of the movement are expressed in its communication and how they organizes to overcome them. The methodology used consists of bibliographical research, documentary research, interviews and participant observation of youth participation in the production of YPU's communication in the movement's digital social networks: Blog, Instagram, Facebook, Twitter, Youtube and National Website, during the movement's activities, that took place from 2008 to 2022, such as the National Camps, Congresses of the National Union of Students and mobilizations for better living conditions. The movement's communication develops while the movement itself is constituted, incorporating elements of professional communication with low reflection, and despite claiming that it has centrality in the educational process that young people may encounter in communication, that is, popular communication, there is a centrality in the search for incorporating and appropriating techniques, especially online, resulting in the loss of the perspective of training and organizing young people for the transformation of their reality through the struggles, that the movement itself defends.

Palavras-chave: Popular communication. Youth. Brazilian. Social movement. Popular movement.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Grau de importância que cada aspecto tem na vida de jovens.....	25
Figura 2 –	Ciclo de debate 50 anos sem Marialice Foracchi.....	30
Figura 3 –	O que os jovens esperam na área da educação por ordem de frequência	43
Figura 4 –	Agitação e Propaganda do LPJ.....	59
Figura 5 –	Comparação do papel da comunicação no LPJ e MBL.....	71
Figura 6 –	Comparação das atividades desenvolvidas pela comunicação do LPJ e MBL.....	71
Figura 7 –	Censura ao escracho que o LPJ fez pedindo “Fogo nos racistas”.....	80
Figura 8 –	LevanteCOM.....	84
Figura 9 –	LevanteCOM.....	84
Figura 10 –	Primeiro Encontro de comunicadores do LPJ RS.....	86
Figura 11 –	Proposta inicial logotipo - 2º Acampamento Estadual.....	94
Figura 12 –	Identidade final - 2º Acampamento Estadual LPJ SP.....	94
Figura 13 –	Convite para voluntariado na comunicação.....	122
Figura 14 –	Montagem gráfica denunciando a PM do RJ.....	126
Figura 15 –	Oficina de teatro.....	132
Figura 16 –	1ª Edição Boletim Levante-se.....	133
Figura 17 –	Aplicação logotipo LPJ em pipa.....	135
Figura 18 –	Alteração do logotipo do LPJ.....	135
Figura 19 –	Alteração do logotipo do LPJ.....	136
Figura 20 –	Aplicação logotipo LPJ em boné.....	138
Figura 21 –	Linha política nacional e identidade visual.....	138
Figura 22 –	Criação da página no Instagram.....	139
Figura 23 –	Reformulação do site do movimento.....	139
Figuras 24 –	Ameaças aos militantes do LPJ via redes sociais.....	140
Figura 25 –	Pedido de desculpas por publicação equivocada.....	140
Figura 26 –	Papo Reto/Rádio Comunitária Heliópolis.....	146
Figura 27 –	Fanzine produzido durante a pandemia da COVID-19.....	151
Figura 28 –	Fanzine produzido durante a pandemia da COVID-19.....	151
Figura 29 –	Divulgação das lives “Em casa em movimento”.....	152

Figura 30 –	Ilustração.....	153
Figura 31 –	Layout atual da página do LPJ no Facebook.....	154
Figura 32 –	Layout atual da página do LPJ no Instagram.....	154
Figura 33 –	Layout atual da página do LPJ no Twitter.....	155
Figura 34 –	Layout atual do site do LPJ.....	155
Figura 35 –	Primeira vez que o logotipo do LPJ aparece em material gráfico.....	167
Figura 36 –	Primeira bandeira do LPJ.....	168
Figura 37 –	Muralismo em faixa.....	168
Figura 38 –	Grito dos Excluídos RS.....	169
Figura 39 –	Campanha em defesa da educação com o MST, 2011.....	173
Figura 40 –	Retaliações sofridas pelos escrachos.....	175
Figura 41 –	Cartaz do LPJ durante os escrachos.....	177
Figura 42 –	Prêmio de Direitos Humanos recebido pelo LPJ.....	177
Figura 43 –	Acusado de contribuir com a Ditadura Militar agride militante do LPJ durante escracho.....	178
Figura 44 –	Marcha pela educação em Santa Maria em julho de 2012.....	178
Figura 45 –	Escracho à Rede Globo, SP, 2013.....	180
Figura 46 –	Primeira manifestação do LPJ publicada no Instagram.....	180
Figura 47 –	Campanha contra a reorganização escolar em SP.....	182
Figura 48 –	Jornalista buscando informações através da página do LPJ Sorocaba sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015.....	183
Figura 49 –	Estudante buscando página do LPJ Sorocaba para divulgar informações sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015.....	183
Figura 50 –	Estudante buscando página do LPJ Sorocaba para divulgar informações sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015.....	184
Figura 51 –	Estudante buscando página do LPJ Sorocaba para divulgar informações sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015.....	184
Figura 52 –	Estudante buscando página do LPJ Sorocaba para pedir ajuda para as ocupações das escolas estaduais em 2015.....	185
Figura 53 –	Estudante buscando página do LPJ Sorocaba para pedir ajuda para as ocupações das escolas estaduais em 2015.....	185
Figura 54 –	Diálogo com pais e mães através página do LPJ Sorocaba sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015.....	186

Figura 55 –	Assessoria e orientação jurídica fornecida através página do LPJ Sorocaba sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015.....	186
Figura 56 –	Assessoria e orientação jurídica fornecida através página do LPJ Sorocaba sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015.....	187
Figura 57 –	Assessoria e orientação jurídica fornecida através página do LPJ Sorocaba sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015.....	187
Figura 58 –	Ataques sofridos nas ocupações relatados por estudantes através da 197página do LPJ Sorocaba durante as ocupações das escolas estaduais em 2015.....	188
Figura 59 –	Ataques sofridos nas ocupações relatados por estudantes através da página do LPJ Sorocaba durante as ocupações das escolas estaduais em 2015	188
Figura 60 –	1ª Semana Nós por Nós.....	190
Figura 61 –	Passo a passo de como organizar um escracho.....	193
Figura 62 –	Balanco do mês de maio de 2020 da Campanha de solidariedade do LPJ	197
Figura 63 –	Cobertura completa do escracho à Prevent Senior	199
Figura 64 –	3º Acampamento do Levante da Juventude em Santa Maria, 2008	200
Figura 65 –	Encontro da Juventude Campo e Cidade.....	201
Figura 66 –	Identidade visual final 1º Acampamento Nacional.....	206
Figura 67 –	Primeiros comunicadores do LPJ registrados.....	207
Figura 68 –	Primeiros comunicadores do LPJ registrados.....	208
Figura 69 –	1º murga registrada do LPJ.....	208
Figura 70 –	Cobertura do 1º Acampamento Nacional do LPJ no Facebook	209
Figura 71 –	Identidade visual do Acampamento Estadual do RS após a nacionalização.....	210
Figura 72 –	Meme de mobilização para o 2º Acampamento Nacional em 2014.....	212
Figura 73 –	A mobilização de cada setor da juventude para o 2º Acampamento Nacional em 2014.....	213
Figura 74 –	A mobilização de cada setor da juventude para o 2º Acampamento Nacional em 2014.....	213
Figura 75 –	Enquete do 2º Acampamento Nacional.....	214
Figura 76 –	Identidade visual 2º Acampamento Nacional LPJ, 2014.....	214
Figura 77 –	Cobertura do 3º Acampamento Nacional no Twitter.....	220

Figura 78 –	“Murga” no 3º Acampamento Nacional no Twitter.....	220
Figura 79 –	Agitação e propaganda do LPJ no ConUNE, 2019.....	223
Figura 80 –	Identidade visual do Festival da Resistência.....	224
Figura 81 –	Divulgação do Ciclo de Formação “As redes não nos cabem” em 2021	225
Figura 82 –	10 anos do LPJ.....	226
Figura 83 –	Identidade visual 1º Encontro Nacional de Militantes do LPJ	226
Figura 84 –	Cobertura manifestação contra o racismo no 1º Encontro Nacional de Militantes do LPJ em 2022, RJ.....	227
Figura 85 –	Comunicadores no 1º Encontro Nacional de Militantes do LPJ em 2022,RJ.....	227

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 –	Debate interno sobre comunicação.....	156
Quadro 2 –	Papel da comunicação para a estratégia do movimento.....	156
Quadro 3 –	Discussões sobre a linguagem.....	157
Quadro 4 –	Papel da comunicação na ação política.....	228
Quadro 5 –	Meios e formas de comunicação (online).....	229
Quadro 6 –	Meios e formas de comunicação (offline).....	230
Quadro 7 –	Técnicas de comunicação.....	231

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	14
1.	O CONTEXTO EM QUE OS JOVENS DO LPJ LUTAM	23
1.1	Raio-x dos jovens brasileiros	23
1.2	Diversidade em comum	26
1.3	Conceito de juventude assumido pelo Levante Popular da Juventude (LPJ)	34
2	MOVIMENTOS POPULARES E O LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE	37
2.1	Movimentos sociais e populares	37
2.1.2.	<u>Movimentos sociais da juventude</u>	42
2.2	O Levante Popular da Juventude	46
3	CONCEPÇÃO E DESAFIOS DOS JOVENS DO LPJ FRENTE A COMUNICAÇÃO POPULAR	61
3.1	A comunicação popular enquanto meio para a transformação	61
3.2	O direito à comunicação e a apropriação das TICs entre os jovens	67
3.3	Conceitos e práticas que o LPJ incorpora da comunicação popular	74
4	A COMUNICAÇÃO DO LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE PARA O DIÁLOGO E EDUCAÇÃO POPULAR	82
4.1	Os Seminários, encontros e cursos nacionais de comunicação do LPJ	82
4.2	Meios e formas de comunicação do LPJ	123
5	A COMUNICAÇÃO DO LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE PARA A AÇÃO POLÍTICA	160
5.1	A ação faz a organização	160
5.2	Os acampamentos, encontros nacionais e Congressos da UNE	199
5.3	Sistematização do papel, formas, meios e técnicas de comunicação do LPJ	227
	CONCLUSÕES	232
	REFERÊNCIAS	238

INTRODUÇÃO

A comunicação produzida por jovens organizados em movimentos sociais em processos de luta por outra sociedade, permeada de resistência em tempos de crise econômica, política e social é o tema a ser tratado. Traçar a relação entre categorias relativamente dispersas como juventude, comunicação popular e movimentos populares tem o intuito de contribuir para o aprofundamento da compreensão sobre a realidade brasileira e os desafios que se apresentam, especialmente a partir de uma experiência concreta que é a comunicação popular exercida pelos participantes do Levante Popular da Juventude (LPJ)¹.

A crise econômica que começou em 2008 nos Estados Unidos da América e atingiu o Brasil, principalmente, a partir de 2012, foi acompanhada de uma política econômica de austeridade que priorizou o equilíbrio das contas de empresas e bancos, em detrimento dos direitos sociais ocasionando uma série de transformações na vida dos jovens brasileiros. A reforma trabalhista, da previdência, o teto de gastos públicos sucateou ainda mais os aparelhos estatais, aumentaram o desemprego e reduziram as perspectivas de vida da juventude (PROJETO BRASIL POPULAR, 2019, p. 58).

Dentre as despesas primárias congeladas com a EC 95, as principais são as que envolvem Saúde, Educação e Previdência Social. Dessa forma, congelar gastos com Educação é sinalizar que uma política pública que acompanha o período inteiro de “ser jovem” será submetida a uma lógica de ajuste, negligenciando as possibilidades de avançar na educação pública, de qualidade e universalizada. No que tange à Previdência o cenário também é desolador (PROJETO BRASIL POPULAR, 2019, p. 59).

Esse projeto de sucateamento só pôde ser implementado a partir do Impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff em 2016, levando Michel Temer e o programa “Ponte para o Futuro” (PMDB, s.d) ao governo, abrindo margens para um representante do movimento neofascista brasileiro ser eleito presidente em 2019.

O capital internacional e segmentos da grande burguesia brasileira confiscaram esse movimento de classe média para, no caso do capital estadunidense e dos segmentos da grande burguesia brasileira a ele associados, além de ampliar a internacionalização da economia brasileira, perfilar o Estado brasileiro ao lado dos Estados Unidos na disputa de hegemonia com

¹ O LPJ é um movimento popular de jovens brasileiros que busca construir um projeto de sociedade alternativo. A autora participa do movimento em São Paulo desde 2013 e da coordenação nacional desde 2018, participa de reuniões de direção estadual e acompanhou uma reunião do coletivo estadual de comunicação do LPJ em São Paulo entre 2014 e 2018 e do coletivo nacional de comunicação entre 2016 e 2018.

a China. Tiveram a sua tarefa facilitada devido ao fato de a burguesia no seu conjunto convergir para o programa, que o movimento golpista apresentou desde o início, de retirada dos direitos dos trabalhadores (BOITO, 2019, p. 5).

Os quatro anos de governo sustentado por um movimento neofascista e políticas econômicas neoliberais resultou em uma “herança socialmente perversa e politicamente antidemocrática” (GABINETE DE TRANSIÇÃO GOVERNAMENTAL, 2022, p. 7), com o colapso dos serviços públicos como falta de remédios no Farmácia Popular; ausência de estoques para vacinas da COVID-19 e a falta de recursos para merenda escolar, por exemplo.

Do ponto de vista dos jovens universitários, grande parte das universidades federais não conseguiram encerrar o ano letivo em 2022 em pleno funcionamento, além do atraso do pagamento de bolsas, consequência da desestruturação da Secretaria Nacional da Juventude.

No âmbito da comunicação social, houve redução considerável de editais para radiodifusão, reduzindo a pluralidade de projetos com incentivo; a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) se tornou um veículo governamental, levando inclusive à censura de profissionais de imprensa; ausência de políticas públicas que reduzissem a desigualdade de acesso à internet.

A atuação governamental na área de comunicações foi, assim, presidida por uma lógica privatista, de instrumentalização dos meios públicos de comunicação, e de ausência completa de políticas públicas de inclusão digital e de promoção do acesso à informação, especialmente para a população de baixa renda (GABINETE DE TRANSIÇÃO GOVERNAMENTAL, 2022, p. 35).

Nesse contexto, os movimentos sociais também encararam uma situação de forte crise nos últimos anos e, agora, reforçam a necessidade de construir bases sólidas junto à população e buscam a comunicação para contribuir com esse desafio. Para compreender esse processo especificamente junto à juventude, o LPJ permite o estudo da relação das formas de comunicação com seus interlocutores, sejam das periferias, universitários, estudantes secundaristas ou camponeses (SILVA e RUSKOWSKI, 2009, p.2).

Objeto de estudo/problema de pesquisa

É neste contexto onde o Levante Popular da Juventude (LPJ) aglutina jovens para lutar por melhores condições de vida, para fazer frente a toda a situação das desigualdades sociais e demais problemas que afetam os setores majoritários da sociedade, entre outros atores estão os movimentos sociais que são forças que.

[...] Representam forças sociais organizadas, aglutinam as pessoas não como força-tarefa de ordem numérica, mas como campo de atividades e experimentação social, e essas atividades são fontes geradoras de criatividade e inovações socioculturais. A

experiência da qual são portadores não advém de forças congeladas do passado – embora este tenha importância crucial ao criar uma memória que, quando resgatada, dá sentido às lutas do presente (GOHN, 2011, 336).

O LPJ foi fundado em 2006, no Rio Grande do Sul, e se constitui em um movimento popular de jovens que se propõe a construir uma sociedade alternativa ao capitalismo, pautando um Projeto Popular para o Brasil. Tornou-se nacional em 2012 e seu principal objetivo é organizar e mobilizar a juventude, através da cultura, em especial da “agitação e propaganda”² (SANTOS; TADDEI; DIAS, 2016).

Esta pesquisa investiga o Levante Popular da Juventude (LPJ) e enfatiza seus processos de comunicação, antes e durante a pandemia do Coronavírus (2020 a 2022), por entendê-lo como uma das respostas da sociedade civil para tornar públicas as denúncias e as reivindicações da juventude e provocar mudanças estruturais na sociedade.

Sua experiência nacional completou 10 anos em fevereiro de 2022 e possui marcos históricos que fazem parte da própria história recente da política brasileira e, por isso, o transforma em um objeto de estudo robusto com diferentes possibilidades de abordagens. O LPJ tem sido estudado desde sua criação e nesta pesquisa é abordada especificamente a forma como disputa a hegemonia da sociedade através de ferramentas de comunicação.

O LPJ constitui um caso bastante fértil para o estudo dos processos de identificação que fundamentam o engajamento militante, pois é constituído por jovens com significativas diferenças em termos de posições e trajetórias sociais. Neste sentido, amplia a diversidade constitutiva de qualquer ator coletivo, permitindo visualizar de maneira mais precisa as tensões envolvidas na construção de práticas e representações convergentes entre indivíduos marcadamente heterogêneos (SILVA; RUSKOWSKI, 2010, p. 24).

Os eventos recentes, em especial a partir de junho de 2013, levaram os estudos de comunicação a olhar com maior atenção para os chamados novos movimentos sociais, para a juventude e para as redes sociais enquanto ferramentas de convocatória. Essa temática segue relevante. Em outras palavras, é necessário aprofundar os estudos em torno das

Novas formas de expressão e [da] capacidade de democratizar conteúdos por meio do empoderamento das tecnologias que facilitam as conexões e a formação de novas redes, as virtuais, porém sem desconsiderar das demais, as básicas e as político-sociais e presenciais (PERUZZO, 2013b, p. 91).

O LPJ utiliza o método de educação popular de Paulo Freire (PALUDO; SANTOS; TADDEI, 2019) enquanto método de mobilizar e capacitar o povo para o exercício do poder, isto é, para o movimento não basta apenas informar à juventude sobre as mazelas sociais, é necessário formá-la para transformar essa sociedade. Kaplún (1985) relaciona esse método com

² “Agitação e Propaganda” é uma proposta da tradição marxista-leninista, relacionada à disseminação de ideias para grandes e pequenos grupos de pessoas.

o próprio exercício da comunicação popular.

Em primeiro lugar, quando estamos fazendo comunicação popular estamos sempre buscando, de uma maneira ou de outra, um resultado educativo. Dizemos que produzimos nossas mensagens “para que o povo tome consciência de sua realidade”, ou “para suscitar uma reflexão”, ou “para gerar uma discussão”. Consideramos, pois, os meios de comunicação que realizamos como instrumentos para uma educação popular, como alimentadores de um processo educativo transformador. É bom, então, que comecemos clareando a ideia que temos da educação; que concepção de educação está por trás das nossas práticas de comunicação (KAPLUN, 1985, p. 45).

Além disso, Volpato et al (2018) concluíram que, por sua natureza de, ao mesmo tempo estar inserido na construção de outros movimentos, atuar em espaços virtuais, possui inserção online e off-line de forma pulverizada, que se aglutinam em torno de um único objetivo, aplicando a teoria de redes de movimentos sociais e a de movimento social em rede.

É por isso que o estudo da comunicação do LPJ pode dar pistas sobre como essas transformações recentes na forma de comunicação podem impactar na luta da juventude por melhores condições de vida e a transformação da sociedade. A partir da sistematização de suas experiências em suas lutas cotidianas por democracia, direitos para a juventude e soberania nacional, busca-se registrar as memórias desse período, investigar os meios mais importantes utilizados e extrair os acúmulos em torno do que consideraram como erros e acertos. Esta pesquisa buscará, portanto, investigar os processos de comunicação do Levante Popular da Juventude (LPJ) enquanto prática social transformadora e popular, de modo a aprofundar a compreensão da relação entre as categorias juventude, movimento popular e comunicação popular.

Ao responder à pergunta “Quais são e como se dão os meios e formas de comunicação do LPJ utilizados até hoje?”, pretende-se avançar na compreensão sobre a luta contra hegemônica (CARMO, 2019, p.15) travada pela juventude do LPJ desde 2012.

Hipóteses

Apesar do LPJ e respectivas pesquisas sobre esse objeto afirmarem que sua comunicação é feita em torno de concepções da educação popular, deve-se considerar que o movimento possa incorrer em algum dos três modelos de comunicação descritos por Mário Kaplún (1985): aquela que dá ênfase nos conteúdos; aquela que dá ênfase nos efeitos; e aquela que dá ênfase nos processos.

Assim sendo, a hipótese é de que a comunicação do LPJ se aproxima do modelo que dá ênfase nos processos ao focar no processo educativo, tomar a juventude como sujeito e ter como objetivo principal a mobilização pela emancipação, sendo o objetivo em si do movimento.

É perceptível que ao longo dos anos as formas de experimentação deste tipo de prática se desenvolveram no LPJ. Porém, observando a atuação do movimento a partir de 2016, seu último acampamento nacional, é possível delinear hipóteses com relação aos seus processos mais recentes.

Portanto, outra hipótese se refere aos meios utilizados pelo LPJ atualmente, sendo as redes sociais digitais o principal terreno encampado hoje pelo movimento de forma geral, é de que apesar das restrições impostas pela COVID-19, e em detrimento de experiências offline, o LPJ se reinventa realizando atividades online e promovendo experiências locais importantes nas periferias onde o LPJ atua, que envolve rádios comunitárias, colagem de cartazes, jornais comunitários etc.

Objetivos

Esta pesquisa tem como objetivo geral investigar os processos de comunicação do Levante Popular da Juventude (LPJ) enquanto prática social transformadora e popular, de modo a aprofundar a compreensão da relação entre as categorias juventude, movimento popular e comunicação popular. Isto é, analisar e ampliar, do ponto de vista teórico, as noções sobre a comunicação popular e refletir sua absorção no percurso do Levante Popular da Juventude (LPJ), especialmente, no contexto pandêmico e empoderamento de meios digitais.

Os objetivos específicos são: a) conhecer os aprendizados sobre comunicação ao longo da história do LPJ, a partir da sistematização de documentos acessados pela autora relacionados à comunicação do movimento; b) analisar o conteúdo produzido no contexto dos Acampamentos Nacionais enquanto síntese de cada “ciclo” do LPJ; c) compreender como os desafios atuais e gerais do LPJ se traduzem em sua linha política na comunicação; d) analisar os processos de comunicação e identificar as principais mídias, plataformas e redes sociais digitais utilizadas; e) Compreender a forma de organização interna do LPJ para cumprir com seus objetivos, à partir de noções sobre a juventude brasileira, movimentos populares e comunicação popular incorporadas pelo movimento.

Metodologia

A investigação se ancora em pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e pesquisa-ação participativa, combinadas a entrevistas. Em um primeiro momento, se fará a pesquisa bibliográfica, ou seja, a sistematização de pesquisas sobre o tema (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, s.d, p. 65).

Paralelamente uma pesquisa documental das mídias sociais do LPJ, observando as

atualizações feitas ao longo dos anos, também através de vídeos, textos, fotos, artes gráficas do movimento. O acesso da autora a esses documentos se dará tanto através de seu arquivo pessoal acumulado ao longo dos dez anos que faz parte do movimento em São Paulo, quanto através de participantes do LPJ.

Essas fontes documentais são capazes de proporcionar ao pesquisador dados em quantidade e qualidade suficiente para evitar a perda de tempo e o constrangimento que caracterizam muitas das pesquisas em que os dados são obtidos diretamente das pessoas. Sem contar que em muitos casos só se torna possível realizar uma investigação social por meio de documentos (GIL, 2008, p. 147).

Foi feito um levantamento de relatórios e sínteses políticas de reuniões dos coletivos de comunicação e de reuniões gerais do movimento que tenham debatido a comunicação.

Compreendendo que o objeto a ser estudado está em constante movimento histórico, construindo-se enquanto produto das contradições entre as relações sociais de produção, as vertentes da Pesquisa Participativa estabelecem relação dinâmica entre o pesquisador e o objeto, de forma que ajuda observar e compreender os fenômenos sociais (PERUZZO, 2016a). A partir desta perspectiva metodológica busca-se extrair ao máximo os “processos, estruturas e elementos dinâmicos” (PERUZZO, 2016a, p. 11) reais vividos por uma parcela da juventude brasileira organizada no movimento popular no LPJ neste contexto.

Devido à pandemia da COVID-19 durante a realização desta pesquisa, de 2021 a 2022, a Observação Participante se deu majoritariamente no formato online. Apesar do LPJ não ser um movimento que surge desse ambiente, o movimento tem se reinventado e reforçado a comunicação mediada pela internet, o que permite observar suas atividades e sua comunicação com os recursos da Netnografia (KOZINETS, 2014).

Abaixo a descrição do conjunto de técnicas combinadas por etapas, ou seja, ferramentas metodológicas dispostas pela pesquisa-ação participativa que permitem a análise geral e específica de um movimento de proporções nacionais como o LPJ.

A **primeira etapa** se deu através da observação participante e netnografia. O período de observação é entre janeiro de 2021 e dezembro de 2022 e foi feita principalmente através de “comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal” (KOZINETS, 2014, p. 62), com a devida autorização do movimento, observando por meio da inserção direta nas redes LPJ

no Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, blog³ e o Site do LPJ. Nesse período, a autora participou de reunião do coletivo estadual⁴ de comunicação do LPJ de São Paulo enquanto coordenadora estadual do movimento. A reunião discutiu a concepção de comunicação popular do LPJ com o objetivo de constituir um plano de comunicação estadual. Além da autora, participaram mais três jovens.

Na **segunda etapa** realizou-se análise e classificação das publicações nas redes sociais digitais sobre as publicações relacionadas aos 1º, 2º e 3º Acampamentos Nacionais do LPJ, do Festival da Resistência e Encontro Nacional de Militantes, organizados respectivamente em 2012, 2014, 2016, 2020 e 2022, para que seja possível compreender os vínculos estabelecidos entre a juventude e a comunicação do LPJ ao longo do tempo e quais os principais interesses de consumo aparentes; bem como os documentos referentes ao 1º, 2º, 4º, 5º e 6º Cursos Nacionais de comunicação do LPJ.

Na **terceira etapa**, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com membros do LPJ os quais identificamos com nomes fictício para preservar a privacidade, a saber: com Ernesto⁵, de 36 anos, primeiro participante do LPJ com a tarefa da comunicação, de 2008 a 2016; com Aurora⁶, que foi uma das principais referências da comunicação do LPJ a nível nacional, de 2016 a 2018; Helenira⁷, que contribuiu na comunicação estadual do LPJ de São Paulo de 2020 a 2022; e Carlos⁸, de 26 anos, responsável pela comunicação do LPJ no Pará desde 2019. Por fim, foi realizada pesquisa documental em todas as publicações do Blog do movimento no RS (2008 a 2013) e Instagram (2014 a 2022), busca de palavras-chave no Facebook (2012 a 2022) e Twitter (2014 a 2022) sobre os Seminários/Cursos Nacionais de Comunicação, Acampamentos Nacionais e Congressos da UNE e acesso ao chat privado da página do LPJ Sorocaba para analisar especificamente as ocupações das escolas estaduais de São Paulo em 2015.

Para possibilitar a melhor compreensão dos muitos elementos levantados sobre a comunicação do LPJ de 2008 a 2022, os capítulos sobre serão divididos entre o referencial teórico em relação à juventude, movimentos sociais e populares e comunicação popular, alternativa e comunitária; as reflexões internas do movimento e o processo de apropriação de

³ Foram analisadas 1.139 publicações no blog.

⁴ Reunião realizada em 13 de março de 2022 através de plataforma de videochamada Google meet.

⁵ Devido aos cuidados de segurança de participantes do LPJ, a autora irá utilizar nomes fictícios a se referir aos entrevistados. Entrevista realizada em 4 de abril de 2023 em São Paulo.

⁶ Nome fictício. Entrevista realizada em 15 de fevereiro de 2023 via plataforma de videochamada Jitsi.

⁷ Nome fictício. Entrevista realizada em 22 de março de 2023 via plataforma de videochamada Jitsi.

⁸ Nome fictício. Entrevista realizada em 4 de abril de 2023 via plataforma de videochamada Jitsi.

meios e formas de comunicação; e, por fim, a comunicação produzida pelo LPJ a partir de suas ações e os acampamentos, encontro nacionais e Congressos da UNE, enquanto atividades nacionais que expressam a síntese das discussões, planejamentos e experiências de comunicação do movimento. Isso porquê, desde seu início, existe essa separação consciente no LPJ. Por fim, esses elementos são sistematizados em quadro, em ordem cronológica, sobre as discussões do movimento em torno de sua linguagem, o papel da comunicação em sua estratégia, o papel da comunicação para as ações, os meios e formas de comunicação online e offline, as técnicas de comunicação apropriadas pelo movimento. Todas essas perspectivas acontecem ao mesmo tempo, pois ao lutar, o movimento gera um processo de reflexão interna sobre suas práticas, que pode alterar e incorporar novas formas de comunicação, assim por diante, mas a categorização é didática para compreender esse todo.

Em resumo, o primeiro capítulo, “O contexto em que os jovens do LPJ lutam”, aborda em números, a conjuntura da vida dos jovens do LPJ atuam. Nesse sentido, aprofunda sobre a juventude enquanto categoria polissêmica e que, do ponto de vista do movimento popular de jovens como o LPJ, compreende-se a juventude enquanto um momento de vida de transição entre a infância e “vida adulta”, processo no qual resulta uma série de contradições, especialmente se deparar com um mundo desigual e que não garante seus direitos básicos, portanto, é levado a lutar e se organizar por melhores condições de vida. Por fim, levanta a percepção do próprio LPJ em relação aos jovens e o papel desse setor nos processos revolucionários os quais o movimento se inspira.

O segundo capítulo, sob o título “Movimentos populares e o LPJ”, desenvolve as concepções de movimentos sociais e populares contemporâneos e suas bandeiras de luta, que nasceram principalmente na década de 1980 da era “movimentista”, dos quais o LPJ é continuidade e, ao mesmo tempo, busca se organizar a partir das referências de luta e mobilização atuais da juventude, como a utilização das mídias sociais para as mobilizações. Como resultado, o LPJ se constitui enquanto um movimento popular nacional de jovens que, através da luta cotidiana por pautas econômicas, busca apontar a necessidade de uma luta mais ampla, pela transformação radical da sociedade brasileira, superando o capitalismo.

O terceiro capítulo, sobre a “Concepção e desafios dos jovens do LPJ frente a comunicação popular”, diz respeito às noções de comunicação popular, alternativa e comunitária que o LPJ adota, inspirados nas noções de diálogo e aprendizado, buscando romper com o foco nos conteúdos ou técnicas, mas refo

çando que o processo da comunicação é popular pois contribui na formação de sujeitos protagonistas nas transformações sociais necessárias no país, conforme em reunião do coletivo

estadual do LPJ em SP relatada. Em outras palavras, a comunicação do LPJ enquanto um meio para a transformação.

O quarto capítulo aborda “A comunicação do Levante Popular da Juventude para o diálogo e educação popular”, de forma cronológica, como internamente o movimento acumulou sobre a comunicação e como esses acúmulos incidiram em suas formas, meios e técnicas de comunicação, a partir da análise e sistematização dos cursos, seminários e mídias sociais do LPJ, de forma a valorizar as técnicas enquanto materialização do planejamento do movimento. Os quadros, ao final, sistematizam o foco da comunicação do LPJ ao longo do tempo e o período em que houveram avanço dos debates internos.

Por fim, o quinto capítulo, “A comunicação do Levante Popular da Juventude para a ação”, aborda o desenvolvimento histórico da comunicação do LPJ da comunicação para as ações, sejam manifestações, sejam encontros nacionais, a partir do levantamento e análise da comunicação produzida pelo LPJ de 2008 a 2022, especialmente através de suas mídias sociais, mas englobando o conjunto das experiências. Os quadros sistematizam a linguagem adotada, os meios e formas, as técnicas, e se a comunicação do movimento é voltada para a ação ou o contrário, considerando que existiram ações exclusivamente para repercutir através da comunicação.

1. O CONTEXTO EM QUE OS JOVENS DO LPJ LUTAM

1.1. Raio-x dos jovens brasileiros

Atualmente, o Estatuto da Juventude (Lei 12.852/2013), definido em 2013, estabelece que são jovens aqueles que possuem idade na faixa etária de 15 a 29 anos, critério usado para definir o universo da amostra desta pesquisa. A Lei que cria o Estatuto da Juventude representa uma conquista dos movimentos sociais e de outras forças políticas progressistas porque reconhece a necessidade de direitos específicos dessa parte da sociedade. A questão dos jovens no Brasil envolve distintas problemáticas, entre elas a baixa renda, desemprego e violência.

Entre 2014 e 2019, a juventude perdeu em média mensal 14,66% da renda (NERI, 2019, p. 3). Também em 2019, o relatório da Pesquisa Juventudes no Brasil⁹ relata que os jovens haviam perdido a capacidade de se projetar no futuro devido ao desemprego e a diminuição do acesso à educação. Além disso, a maioria absoluta não se considerava feliz, com fortes marcas de depressão e ansiedade.

A Pesquisa Juventudes no Brasil (CARRANO, 2021), analisou as percepções e realidades das e dos jovens brasileiros com foco nas dimensões da participação sociopolítica, valores, autopercepção, perspectivas de futuro sobre estudo e trabalho, principais atividades de cultura e lazer, religiosidade, migrações, diversidade, igualdade de gênero, o impacto das tecnologias nas relações e nos hábitos de consumo e os principais medos e preocupações. Pesquisadores da Universidade Federal Fluminense, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro e Universidade do Estado do Rio de Janeiro, analisaram um questionário aplicado para 1.740 jovens das 5 regiões brasileiras, sendo 50% homens; 50% mulheres; 90% de áreas urbanas; 10% de áreas rurais; 7,7% de classe alta; 18,1% de classe média; 22,9% de classe baixa e 26,6% na extrema pobreza.

Em 2019, 51% dos jovens de 15 a 29 anos foram vítimas de violência letal, uma média de 64 jovens assassinados por dia (CERQUEIRA; FERREIRA; BUENO, 2021, p. 27), o que explica porque a violência aparece como o tema que mais afeta mais os jovens para 40% dos entrevistados na referida pesquisa (CARRANO, 2021).

⁹ [...] Foram 30.873 jovens vítimas de homicídios em 2018, o que significa uma taxa de 60,45% a cada 100 mil jovens e 53,35% do total de homicídios do país. Nesses homicídios, destaca-se a letalidade por armas de fogo que atinge jovens negros e do sexo masculino. Porém, a preocupação com a violência espalha-se por toda a sociedade sobretudo devido à ação das polícias que - a priori - consideram todos os jovens como suspeitos. Nesses contextos são acionadas representações sobre a “juventude violenta”, carregadas de estigmas e preconceitos, presentes no imaginário social (CARRANO, 2021, p. 79).

O cenário da pandemia da COVID-19 aprofundou as contradições, tendo efeito desigual na população. A situação vivida pelos jovens brasileiros, que já era difícil, outros 30% perderam seu emprego, e entre negros esse número sobe para quase a metade, situação que decorreu no aumento os empregos informais (CONJUVE, 2021). Em 2020, 27,1% dos jovens de 18 a 24 anos passaram à condição de desempregados, quase o dobro da média nacional (12,2%), de acordo com o PNAD 2020 (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua). Além disso, subiu para 36% o número de jovens que não estudam (CONJUVE, 2021), o que refletiu na participação no Exame Nacional do Ensino Médio, com o menor número de inscritos da história em 2021 e o segundo menor número de inscritos em 2022 (BIMBATI, 2022). O Atlas da Juventude¹⁰ demonstra, que 27% precisou parar de trabalhar e 67% das mulheres jovens relataram sentir ansiedade de forma negativa neste período (CONJUVE, 2020 apud BARÃO; RESGUE; LEAL, 2021, p. 24).

Do ponto de vista da participação política, essa realidade pode explicar a baixa confiança que os jovens possuem nas instituições de representatividade política e no seu próprio papel de transformação, pois 72% dos jovens nem mesmo conversam sobre temas políticos, apesar da maioria votar (CARRANO, 2021, p. 40). Inclusive, quanto maior a renda, maior a participação política dos jovens.

As instituições com mais confiança entre os jovens entrevistados foram as igrejas e organizações religiosas (67%), as Forças Armadas (67%) e o sistema educacional (64%). As que menos contam com a confiança dos jovens são os partidos políticos (82%), o Congresso Nacional (80%) e o governo (79%) [...] destaca-se a falta de confiança absoluta dos jovens em alguma (qualquer) instituição: nenhuma instituição citada na pesquisa alcança o nível de 80% de confiança, mas algumas alcançam esse nível de desconfiança (CARRANO, 2021, p. 34).

A política aparece como muito importante e bastante importante para 60% dos jovens, contra 99% que acreditam que a família é o mais importante. Porém, logo em seguida dessa posição, ocupam saúde e educação com 98% (CARRANO, 2021, p. 40), como mostra o gráfico a seguir.

¹⁰ Sistematização e análise de imersões etnográficas, entrevistas em profundidade e questionário virtual com jovens de todas as regiões do país. Disponível em: <www.atlasdasjuventudes.com.br>. Acesso em: 13 de janeiro de 2023.

Figura 1 – Grau de importância que cada aspecto tem na vida de jovens

Muito importante + bastante importante			
FAMÍLIA	99%	IGUALDADE SOCIAL	93%
SAÚDE	98%	OS AMIGOS	88%
EDUCAÇÃO	98%	TEMPO LIVRE/ÓCIO	88%
LEVAR UMA VIDA MORAL E DIGNA	96%	CASAL	85%
MEIO AMBIENTE	96%	PARIDADE DE GÊNERO	85%
SEGURANÇA CIDADÃ	95%	RELIGIÃO	83%
TRABALHO	95%	TER UMA VIDA SEXUAL SATISFATÓRIA	82%
FORMAÇÃO E COMPETÊNCIA PROFISSIONAL	95%	POLÍTICA	60%
GANHAR DINHEIRO	95%		

Fonte: CARRANO, 2021, p. 66.

Segundo o Sistema de Estatísticas Eleitorais do TSE (2022), para as eleições de 2022, houve um crescimento de 51% de eleitores de 16 e 17 anos, que não são obrigados a votar, o que é relevante ao revelar o interesse de participação política considerando que nessa faixa de idade o voto não é obrigatório e que pessoas entre 16 e 44 anos conformam 53% do eleitorado brasileiro.

Do ponto de vista da comunicação online, a pesquisa (CARRANO, 2020), mostrou que a maioria dos jovens diz que a imersão nas redes sociais ajuda a definir estilos de vida e afirmam identidades.

Indagados sobre as três atividades que mais realizam quando conectados, as maiores frequências (45%) estão relacionadas [...] com a comunicação interpessoal, sendo 24% na participação de chats e 21% em redes sociais. Interagir com conteúdos multimídia aparece na sequência (CARRANO, 2021, p. 182).

Compreendendo que a comunicação online pode ser uma forma de participação política, é importante destacar que o acesso à internet é de mais de 90% entre jovens de 18 a 29 anos (BRASIL, 2020 apud BARÃO; RESGUE; LEAL, 2021, p. 152), apesar disso, mais da metade (54%) não possui acesso a computador e acessa a internet apenas pelo celular. Seus interesses nesses meios são principalmente por redes de relacionamento (88,9% possui redes sociais), procura de emprego, download de filmes e músicas (CGI, 2019 apud BARÃO; RESGUE; LEAL, 2021, p. 152).

O Atlas da Juventude (BARÃO; RESGUE; LEAL, 2021, p. 152) demonstrou que os jovens estão majoritariamente nos estados do Norte e Nordeste, regiões também mais empobrecidas do país, onde mais de 30% não possui acesso à internet e têm migrado, desde 1990, das regiões metropolitanas para regiões urbanas não metropolitanas, onde vivem, em sua maioria, nas favelas. O êxodo rural varia de intensidade, mas 84% dos jovens agricultores, se

pudessem escolher, não trocariam a vida rural por uma oportunidade de trabalho na área urbana (NEAD/MDA, 2013 apud BARÃO; RESGUE; LEAL, 2021 p. 18 e 19).

A série histórica da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (IBGE, 2020) demonstra que de 2012 a 2020, o desemprego permanente entre pessoas de 17 a 24 anos tem uma média sempre maior, muitas vezes o dobro da média nacional. Isto é, em que pese que a situação piorou durante a pandemia, a vida dos jovens brasileiros trabalhadores sempre foi marcada pela desigualdade.

Esse cenário limita ainda mais os horizontes e perspectivas dessas pessoas, o que justifica que 34% da juventude se sentia pessimista ou muito pessimista em relação ao futuro em 2021 (CONJUVE apud BARÃO; RESGUE; LEAL, 2021). Apesar disso, tem muitos daqueles que puderam se dedicar a mudar essa realidade, pois um a cada quatro jovens contribuiu com atividade voluntária, especialmente na organização de espaços coletivos para evitar o isolamento “social”, como grupos nas redes sociais, durante a pandemia (ILO, 2020 apud BARÃO; RESGUE; LEAL, 2021).

Reside um potencial político, econômico e social nos jovens, especialmente sendo quase $\frac{1}{4}$ da população brasileira atualmente (BARÃO; RESGUE; LEAL, 2021, p. 14), que deve ser aproveitado. E não no sentido de explorar sua força de trabalho, nem que guardem importância apenas para o futuro, mas que possam desenvolver esse potencial criativo e construtivo na transformação de suas próprias vidas no presente e, conseqüentemente, transformando o país onde vivemos.

1.2. Diversidade em comum

Do ponto de vista conceitual, juventude é tomada como uma categoria polissêmica (TRANCOSO; OLIVEIRA, 2016), que é abordada principalmente, a partir do desenvolvimento industrial, caracterizada inicialmente com base na idade biológica ou geracional, se desenvolvendo para pesquisas com ênfase a temas como a criminalidade e delinquência juvenil, a cultura e a política. Para compreender o sentido de existência do LPJ enquanto movimento que organiza jovens trabalhadores, é necessário observar a posição dos jovens na própria estrutura da sociedade, partindo de uma determinada classe social e as desigualdades que enfrenta (TAVARES, 2012). A faixa etária do indivíduo não pode ser compreendida como caráter absoluto e universal, pois é insuficiente para compreender todas as dimensões que

envolvem o sujeito na sociedade, isto é, a juventude deve ser compreendida enquanto parte da sociedade de classes, portanto, heterogênea, sendo fruto das condições históricas das quais está inserida (GROPPO, 2016). Isto é, como diria Florestan Fernandes (2008) (apud DUARTE, 2016, p.898),

[..] Trata-se de compreender que as relações entre movimentos sociais e participação política no Brasil estão atravessadas pela necessidade de se interrogar a dinâmica da realidade social, desvendar as tendências desta realidade e ao mesmo tempo discutir as interpretações prevalentes.

Atualmente, existe um crescimento exponencial nos estudos sobre juventude, mesmo que em passos lentos. A antropologia é a área que mais estuda esses sujeitos (SPOSITO, 2009, p. 19), o que sugere uma tendência dos pesquisadores em compreender como vivem os jovens. Em particular os estudos recentes na pós-graduação relacionando juventude e meios de comunicação, entre os temas de educação, ciências sociais e serviço social, está em sexta posição, com pouco mais de 5% de frequência e os estudos sobre juventude, cultura e política estão em décimo lugar, com 4,34% (SPOSITO, 2009, p. 23). Isto é, são questões que carecem de desenvolvimento.

Para citar algumas principais pesquisas sobre a juventude, em um primeiro momento, buscou-se compreender a “delinquência juvenil” enquanto causa e não consequência desse contexto. Essas primeiras leituras partiam de características biológicas dos jovens e foram duramente criticadas por escolas culturalistas por não compreenderem esses indivíduos em meio a uma sociedade. Isso significava compreender a juventude a parte do mundo e da sociedade em que vive, se relaciona e se constitui (TAVARES, 2012, p.182).

Nesse sentido, os estudos avançam, “destacam-se alguns autores como Thrasher (1927) e Shaw (1966) e Whyte (2005)” (TAVARES, 2012, p. 182), mostrando que os jovens não seriam a causa da violência ou desorientados, mas que esses agentes sociais estão inseridos em um fluxo já estabelecido que organiza a sociedade. E que as instituições estatais falharam diante de seu papel frente ao estabelecimento de valores e comportamento, ao se deparar com a exclusão social, estabelecendo uma “cultura juvenil”, que combina elementos geracionais com papéis sexuais. O desenvolvimento econômico desigual numa sociedade extremamente competitiva exige uma maior preparação para o mundo do trabalho e uma maior escolarização, que dentre outros fatores prolongam a transição do jovem ao mundo adulto. Diante disso, podem ocorrer consequências como a redução de oportunidades no sistema produtivo e, portanto, o surgimento de tipos sociais não integrados, considerados “desviantes” (PARSONS apud TAVARES, 2012, p.2).

Outra concepção teórica de juventude que surge na década de 1970, se baseando nos

estudos culturais, possui “uma leitura de “historiografia de inspiração marxista combinada com uma antropologia cultural” sobre a juventude (ABMA apud TAVARES, 2012, p.184). Para citar alguns principais autores, Stuart Hall, Edward P. Thompson e Raymond Williams (apud TAVARES, 2012, p. 184), encaram a escola enquanto um espaço de formação profissional, colocando os jovens na “oposição” e aglutinando-os em torno de interesses em comum, pois apesar do estado de bem-estar social consolidado na Europa no momento do desenvolvimento dessa teoria, ainda era possível evidenciar as desigualdades sociais colocadas. Além disso, a dinâmica de grupos de jovens de classe trabalhadora se evidencia por dois fatores: primeiro, pelo fim de formas tradicionais de sociedade com o advento do capitalismo moderno; segundo, pelo surgimento de uma indústria jovem (teenage industry) voltada para compreender como o jovem gastava seu tempo livre em atividades de lazer. Tudo isso gerou um segmento para jovens de classe trabalhadora, incluindo-se a criação de espaços, como discotecas, clubes jovens, concertos de rock, entre outras atividades de lazer. Esses elementos compuseram a criação de uma “autoconsciência da geração jovem” (TAVARES, 2012, p. 184).

As caracterizações avançaram principalmente na década de 1970, influenciando autores brasileiros do mesmo período que são utilizados pela autora e pelo próprio LPJ para compreender a juventude brasileira. Nesse período, segundo Tavares (2012), foi possível observar em São Paulo um aumento do número de empregos à população entre 10 e 17 anos, o que significava um aumento de aproximadamente 48% em relação à população economicamente ativa urbana. Apesar disso, mais da metade da população analfabeta encontrava-se na faixa etária entre 15 e 24 anos e a média populacional com formação universitária era de 2% (MADEIRA apud TAVARES, 2012, p. 185). O cenário desse período de inserção no mercado de trabalho com baixa escolaridade reforçou novas dinâmicas nas relações de consumo e ressaltou a identidade juvenil, possibilitando novas pesquisas em torno da categoria social “juventude”, muito marcadas naquele momento pelo estudo do movimento estudantil, que apesar de pequeno no Brasil, estava em alta a nível global (TAVARES, 2012). Nesse momento a UNESCO financia pesquisas sobre esse tema “passando pela perspectiva da violência e da cidadania e do protagonismo jovem” (TAVARES, 2012, p.187), de modo a enfatizar o discurso jovem em sua socialização, partindo de leituras do papel social desviante do jovem, sendo “a violência é resultado da desintegração do jovem na estrutura social” (TAVARES, 2012, p. 188). Em outras palavras, pesquisas financiadas pela UNESCO ajudaram a reforçar a visão de que haveria “papel social desviante do jovem” ao relacioná-lo com a causa da violência, e não a consequência. Abordagens à maneira dos estudos culturais, interessadas numa etnografia das subculturas juvenis, terão maior visibilidade a partir dos anos 80 e 90

(TAVARES, 2012, p.6).

Desde os anos de 1970, a sociedade passa por uma “desinstitucionalização do curso da vida” (GROPPO, 2016), isto é, as instituições do Estado que estabeleciam a infância, adolescência, juventude, vida adulta e terceira idade têm tido a cada dia um peso menor na solução de problemas da vida, como o envelhecimento e, portanto, fazendo com que cada vez mais cada um desses setores e indivíduos passem a buscar soluções pessoais. A juventude deixa de ser uma vivência transitória para ser um estilo de vida identificado ao bem viver consumista. O juvenil é “juvenilizado”, desvinculando-se da idade adolescente e tendo retirado de si conteúdos mais rebeldes, revolucionários ou meramente disfuncionais. Esse processo, resultado da vida contemporânea, tornou-se a mais desejada aparência dos clientes da cultura de mercado (SANTOS apud GROPPPO, 2016, p. 20). Ao mesmo tempo, a perda de direitos desses setores, apontando para uma “reprivatização” da vida, desorganizando a juventude, “dada a ausência de um período transitório no qual os agentes sociais seriam “treinados” para a aquisição de requisitos mínimos de civilidade, cidadania, consciência social e criatividade cultural, período outrora chamado “juventude”, segundo Santos (apud GROPPPO, 2016).

Dessa forma, é possível afirmar que os primeiros estudos sobre juventude no Brasil, até meados dos anos 70, estavam mais voltados para a análise de como os jovens se configuraram como geração numa estrutura social distribuída em termos de classe e status sociais. Apesar de a juventude daquele período viver outro contexto, porém é possível incorporar alguns princípios da caracterização da juventude brasileira a partir daí. Octávio Ianni e Marialice Foracchi, principalmente,

Examinou em seus trabalhos a relativa marginalidade dos jovens diante da estrutura social e dos centros de poder. Nessa direção suas pesquisas situaram os universitários brasileiros como atores emergentes de uma sociedade dependente que se tornaram protagonistas do radicalismo político dos movimentos estudantis dos anos 1960 (FORACCHI, 1972 apud SPOSITO, 2009, p. 38).

O Levante Popular da Juventude (LPJ) também se aproxima das ideias dos autores citados acima, para compreender do ponto de vista científico e acadêmico, as condições históricas e materiais da juventude brasileira, organizando um ciclo de debates, inclusive.

Figura 2 – Ciclo de debate 50 anos sem Marialice Foracchi



Fonte: Página do LPJ no Instagram¹¹.

A “dialética da juventude” compreende a categoria juventude enquanto fruto da modernidade que divide a sociedade em “grupos etários homogêneos”, paralelo à concepção de sociedade de classes, que normatiza indivíduos na perspectiva institucional, possuidora de direitos e deveres, dentro de sua própria estrutura (GROPPO, 2016), somadas às ideias de Ianni (apud BRITTO, 1968) de que, portanto, a categoria juventude está atrelada a classes, ao capitalismo e ao momento de vida que se depara com as contradições de classe vividas nesse sistema, entre elas as contradições de classes sociais, gênero e raça/etnicidade, que se constituem enquanto eixo estruturantes da sociedade brasileira, que tomadas isoladamente possuem características distintas, mas ao longo da história formam um nó entre si (SAFFIOTI, 1997 apud SAFFIOTI, 2015, p. 83).

Este contém uma condensação, uma exacerbação, uma potenciação de contradições [...] Dependendo das condições históricas vivenciadas, uma destas faces estará proeminente, enquanto as demais, ainda que vivas, colocam-se à sombra da primeira. Em outras circunstâncias, será uma outra faceta a tornar-se dominante. Esta mobilidade do sujeito múltiplo acompanha a instabilidade dos processos sociais, sempre em ebulição (SAFFIOTI, 2015, p. 83).

A juventude é uma realidade social, ou seja, não pode se basear apenas nas características biológicas para caracterizá-la, mas levar em consideração o contexto histórico em que cada sujeito está condicionado. O autor explica que

Na análise social e histórica, é preciso correlacionar a juventude com outras categorias sociais, como classe social, nacionalidade, região, etnia, gênero, religião, condição urbana ou rural, momento histórico, grau de desenvolvimento econômico etc. Assim, ao analisar a juventude concretamente, é preciso fazer o cruzamento da juventude – como categoria social – com outras categorias sociais e condicionantes históricos. O que a história e a análise sociológica demonstram é que, o que existe efetivamente, são grupos juvenis múltiplos e diversos, não uma única juventude concreta. (REZENDE apud GROPPPO, 2016, p. 12).

¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CfeSdmmr3Uz/>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

Para o autor, há contradição entre “elementos que colocam constantemente aquilo que é definido institucional e oficialmente em estado de superação, pela própria dinâmica interna das coletividades juvenis e de suas relações com a sociedade mais geral” (GROPPO, 2016, p. 15). Por exemplo, a relação conflitante entre instituições organizadas pelo “mundo adulto” para o jovem, como a escola, que gera uma “realidade social” e identidade entre os indivíduos estudantes que buscam por autonomia. Portanto, apesar dessa diversidade de determinações sociais da vida da juventude o autor salienta que existem características em comum que podem ser observadas.

Pelo fato de os jovens ainda não terem estabelecido para si os valores e comportamentos da sociedade moderna, se estabelece uma “relação experimental com a realidade social”, fazendo esse setor muitas vezes despertar sua revolta frente às tentativas de enquadramento de instituições dessa sociedade, como escolas, igrejas, família, etc. Ainda de acordo com o autor, não necessariamente a “relação experimental com a realidade social” relaciona a juventude à ideologia de esquerda, inclusive ressalta esse elemento na juventude nazifascista, que também possuía um discurso “contestador”. O apoio da juventude alemã à Hitler e ao nazismo contraditoriamente se revelou ser uma ideologia que pressupunha conservar o modo de produção capitalista (IANNI, 1962 apud BRITO, 1968, p. 237). Nos casos em que o jovem não se rebela é porque

Não realizou a conscientização da condição alienada do homem na sociedade capitalista: ou porque foi amplamente envolvido e integrado pela ordem estabelecida ou por não ter as condições intelectuais para formular a própria condição real (IANNI, 1962 apud BRITO, 1968, p. 240).

A radicalidade da juventude pode estar na negação do presente. A juventude revolucionária se transforma em tal quando tem consciência de sua classe, canalizando politicamente suas ações. Isso não significa que terão necessariamente um projeto de transformação social para o bem comum. Essa relação experimental com a realidade social faz, em alguma medida, que a juventude valorize vivências imediatas, o espontâneo, e muitas vezes negam o que foi acumulado no passado.

Em contraposição à Groppo (2016), vale comentar que o estudo de Barbosa (2018) sobre a práxis antirracista do LPJ em Salvador aponta que justamente esta fase de transição entre a infância e a vida adulta imprime a rebeldia enquanto “característica inata do jovem” (FREIRE apud BARBOSA, 2018, p. 26) pelo fato dos jovens ainda não estarem totalmente integrados à ordem social vigente, atribuindo à essa parte da sociedade a tendência de se engajarem em processos de transformação, com maior facilidade de se solidarizar com as causas dos

movimentos sociais. O autor aponta que é nesse período que, ao entrar em contato mais intenso com a comunidade e esferas da vida pública, se explicita a contradição entre os valores e hábitos que conheceu na infância com as novidades da “vida adulta”.

Enquanto advento político, a juventude é parte da história do capitalismo, transformando os jovens como atores centrais na política, ligados ou não aos interesses de suas respectivas classes sociais (IANNI apud BRITO, 1968). Portanto, a juventude não é apenas uma fase transitória da infância para a vida adulta, é principalmente “um momento possível do modo pelo qual a pessoa globaliza a situação social” (IANNI, 1962 apud BRITO, 1968, p. 228), isto é, o sujeito passa a perceber a relação entre o social e seus problemas vividos enquanto classe social. E como já dito acima, combinados com sua raça e gênero.

Uma, a burguesia, é a classe revolucionária que constrói o capitalismo, depois de ter surgido com o desenvolvimento e a desagregação das relações de produção do feudalismo. A outra, o proletariado, é a classe revolucionária que nega o capitalismo e a luta para criar a sociedade sem classes, no socialismo (IANNI, 1988, p. 55).

Essa concepção pode estar aliada às ideias de Groppo (2016) e a relação experimental com a realidade social que os jovens enfrentam. E contribui somando a noção de que cada experiência se dá a partir de muitas características, mas a principal delas em uma sociedade capitalista é a situação de classe social, raça e gênero. Isto é, um jovem trabalhador, que são em sua maioria negros, possui uma realidade social específica ao viver em bairros periféricos, como visto anteriormente.

Utilizar transporte, escola e saúde públicos; que precisa trabalhar desde mais novo para complementar a renda da família, e terá uma experiência diferente daquele jovem filho de burgueses, que desfruta boas condições de vida pode se dedicar aos estudos, e que de certa forma, contribui na manutenção dessa realidade social desigual.

A condição juvenil reside na transição entre a situação de dependência, inicialmente da família, e a autonomia, sendo que o adulto age sutilmente para manter a situação de controle (FORACCHI apud WEISHEIMER, 2015, p. 10). Soma-se à essa característica o fato de que essa situação gera tensões e contradições, levando muitas vezes o jovem a questionar a própria ordem vigente. Uma contradição central que a autora ressalta é justamente entre a situação de classe social do jovem e sua condição de estudante.

Ao estabelecer o estudante como categoria social, a família tende a negar sua situação de origem e a si própria como família, já que o processo de transformação dos vínculos familiares é produzido por fatores extrafamiliares, ou seja, por condições que não são controladas pela família, delegando funções às instituições da educação formal e se submetendo as dinâmicas de reprodução do modo de produção vigente. Por isso, o sentido real da manutenção não poderia ser outro senão o de manter os vínculos de dependência, visto que a família tenta manipular o processo de transformação do jovem em estudante. Ao fazê-lo, a família acaba negando o conteúdo emancipador

possibilitado pela mudança de situação do jovem. A transformação do jovem em estudante, implica na transformação da família em classe, a qual só pode, por sua vez, tornar-se consciente de sua situação de classe por intermédio do estudante. Foracchi revela que o sentido oculto da manutenção do jovem como estudante é o de manter os vínculos de dependência no limiar da transformação da situação familiar em situação de classe. Todavia, no momento em que esse processo se consuma, o estudante deixa de estar vinculado à família, passando a negar-se como parte dela, para integrar-se ao sistema como agente de classe. Percebe-se que na concretização da sua condição social específica de estudante universitário está inscrita a marca da camada que o produziu e a negação parcial do grupo que o constituiu. (FORACCHI apud WEISHEIMER, 2015, p. 16).

A juventude constituiu-se enquanto uma categoria histórica e social, principalmente explicando o movimento estudantil através das classes estruturais da sociedade (WEISHEIMER, 2015, p. 6). Os estudantes universitários eram marcadamente provenientes dos setores médios¹² e, portanto, o movimento estudantil expressava seus interesses, que se dividem especialmente entre estudantes totalmente mantidos pelas famílias, estudantes parcialmente mantidos pelas famílias e estudantes que trabalham (FORACCHI, 1965 apud WEISHEIMER, 2015, p. 6), expressando como o conceito de juventude e estudantes são atravessados por suas condições de classe, determinada inicialmente através de sua família, que por sua vez é inserida no processo de produção. A juventude:

É percebida simultaneamente como uma fase de vida, uma força de renovação social e um determinado estilo de existência. O jovem adquire feições concretas como ser socialmente dependente em busca de recursos que lhe permita efetivar a conquista da autonomia. Vive sua condição juvenil a partir de certa posição na estrutura social que é propiciada por sua classe de origem, de tal modo que o conhecimento da juventude pressupõe o reconhecimento de sua situação de classe. Sua compreensão da condição juvenil enfatiza a posição subalterna do jovem face ao adulto e a ambivalência que marca esse processo de transição. Ao longo dessa transição se efetuam os processos de socialização nos quais se evidencia a construção social do jovem como categoria sociológica. Com isso, demonstra que a juventude, os jovens, os estudantes e o movimento estudantil constituem categorias sociológicas específicas que trazem as contradições das relações sociais que os constituem (WEISHEIMER, 2015, p. 30).

Essa característica faz com que a juventude seja extremamente diversa. Negar essa diversidade e diferenças seria um equívoco tão grande quanto negar características em comum. A noção de “juventudes” está ligada à leitura de como os próprios jovens se identificam (LÔBO; NASCIMENTO, 2012), o que é um ponto de vista válido que

Aparece em discursos públicos, textos e documentos variados da esfera

¹² Ressalta-se que nos últimos anos houve uma importante mudança na composição social das universidades, que ampliaram o acesso de jovens pobres aos cursos através das políticas de cotas e financiamento estudantil (CARRANO apud SPOSITO, 2009, p. 179), alterando parte da composição social das universidades.

governamental, acadêmica e da sociedade civil. Ainda que a simples utilização dessa expressão não garanta, por si só, a percepção da complexidade das realidades vividas pelos(as) jovens, denota certo cuidado contra as generalizações que simplificam ao unificar o diverso e o desigual. O plural na referência à juventude é o reconhecimento do peso específico de jovens que se distinguem e se identificam em suas muitas dimensões, tais como as de gênero, cor da pele, classe, local de moradia, cotidianos e projetos de futuro (RIBEIRO; L NES; CARRANO, 2005, p. 8).

Concordando com Ianni (1962 apud BRITO, 1968, p. 241), é necessário analisar perspectivas específicas dos jovens como as psicológicas, sociais, culturais, etc, porém apreender o caráter essencial do comportamento social juvenil, visto como algo inserido na estrutura global.

Qualquer análise centrada na categoria juventude não pode ter a ingenuidade de postular sua unidade, sobretudo porque, se o estudo de qualquer grupo social ocorrer apenas a partir da ideia de sua homogeneidade, nenhum conjunto social resistiria a esse critério, a começar pela classe operária, que estaria longe de ser um conjunto unificado. Grupos podem ser reais sem serem, no entanto, homogêneos e nesse campo a juventude é tão construída como o são os idosos, as mulheres, entre outros. Com efeito, para o autor, a reflexão sobre a juventude implica que se mantenham os elos dessa corrente, uma vez que a experiência juvenil é ela mesma construída por essa tensão entre a formação moderna de um mundo juvenil relativamente autônomo e a distribuição dos indivíduos na estrutura social (DUBET; 1996; DUBET e GALLAND, 2004 apud SPOSITO, 2009, p. 34).

Por isso, a autora ao se referir à “juventude”, mesmo no singular, não menospreza sua diversidade e pressupõe seus elementos em comum, pelos motivos desenvolvidos a seguir.

1.3. Conceito de juventude assumido pelo Levante Popular da Juventude (LPJ)

A visão de classe social abordada anteriormente é importante, pois o Levante Popular da Juventude (LPJ) é um movimento social juvenil que procura dar uma respostas coletivas ao modo de vida e as contradições advindas do capitalismo junto aos jovens da classe trabalhadora, e que se propõe a ser uma ferramenta de educação e elevação do nível de consciência¹³ desses jovens para que sejam sujeitos da transformação da sua própria vida e de seus semelhantes. Veremos adiante quais interesses o movimento defende e como se relaciona com a classe que organiza, pois também possui uma análise sobre o que é a juventude. Em sua cartilha Quem

¹³ Elevação do nível de consciência no sentido de gerar uma ação consciente de acordo com os interesses reais de classe, sem que haja juízo de valor sobre a sabedoria e o conhecimento adquirido por todos. É um processo que se dá a partir da ação coletiva.

Somos (s.d), o movimento explica como vê a juventude.

Um ponto de partida: nosso olhar sobre a Juventude. A juventude não é uma categoria natural ou biológica, mas uma categoria sócio-histórica. Do ponto de vista histórico, a juventude surge com o avanço e o desenvolvimento da sociedade moderna, ou seja, do capitalismo. Esta forma de organizar a vida em sociedade, dentre tantas outras características, impôs um grandioso aumento da produtividade do trabalho e fez surgir um novo setor que não é caracterizado nem pela infância e nem pela inserção produtiva, ainda que isso ocorra muitas vezes. Assim, a juventude deve ser entendida como resultado de uma construção social, como produto de uma determinada sociedade, como um segmento extremamente diversificado em relação à cultura e aos valores, à situação econômica e à classe social. Esse período, da juventude, é marcado pela relativa autonomia na construção de uma sociabilidade extrafamiliar e na necessidade de interpretar o mundo. Assim, a juventude tende a gerar questionamentos sobre os valores preestabelecidos, que apesar de não a vincularem diretamente às ideias de esquerda ou direita, abrem um período fértil para a organização. Além disso, a juventude não carrega tão fortemente as marcas das eventuais derrotas das gerações anteriores, como também não naturalizou completamente as profundas desigualdades e injustiças de uma sociedade dividida em classes. Embora não sejamos geneticamente revolucionários, temos maior predisposição à vivência e organizações em grupos. Somado a isso, entendemos a juventude como um período em que homens e mulheres estão definindo objetivos para sua vida, seu lugar no mundo, seu papel na sociedade e consolidando expectativas para o futuro. Em meio às incertezas e instabilidades, a busca por saídas e soluções para sua própria geração, torna a juventude uma categoria estratégica, uma vez que essa vontade tornada ação coletiva pode se transformar, a depender da conjuntura política, em lutas e movimentos importantes para as transformações sociais. Os exemplos históricos são muitos, dentro e fora do Brasil. Grandes revolucionários comunistas se engajaram e iniciaram sua militância na juventude: Marx tinha 30 anos quando assinou o Manifesto do Partido Comunista, em 1848; Rosa Luxemburgo escreveu Reforma ou Revolução aos 28 anos em 1899; Fidel Castro tinha 27 anos e Haydée Santamaría 31 no assalto ao quartel moncada, que seria o estopim do processo revolucionário cubano; isso sem citar os inúmeros jovens brasileiros que ao longo das gerações protagonizaram as lutas e o sonho da Revolução Brasileira: Aurora Nascimento Furtado, militante da Ação Libertadora Nacional (ALN), que lutou contra a ditadura desde 1964 quando tinha 18 anos e Honestino Guimarães, da Ação Popular, com apenas 17 já estava na luta contra a ditadura militar. Inspiradas e inspirados por esse legado, queremos organizar em luta a juventude da classe trabalhadora do Brasil nos dias de hoje. É esta a grande tarefa de nosso movimento. Há muita juventude a ser organizada: somos mais de 50 milhões entre 15 e 29 anos, quase 25% da população do país. A grande massa da população jovem sofre diariamente, na própria pele, as injustiças e a exploração do sistema capitalista: o desemprego, a violência na cidade e no campo, as dificuldades no acesso efetivo à educação e a escassez de políticas públicas destinadas a este segmento da população, para listar somente alguns exemplos, retratam os problemas vivenciados pela juventude do povo brasileiro. Nossa organização se desafia a transformar todos estes problemas em luta concreta. É isto o que nos faz seguir adiante (QUEM SOMOS, s.d, p. 2).

O exemplo da Revolução Cubana de 1959 ajuda a compreender o papel que os jovens podem cumprir em transformações radicais na sociedade. Enquanto a maioria da sociedade, mais atingidos pelo desemprego, era o único setor “com nada a perder”, capaz combater a ditadura instalada e de levar adiante a revolução (IANNI, 1962 apud BRITO, 1968, p. 234), concepção que dialoga com o que o próprio LPJ afirma que é a juventude.

Porém ainda cabe explicar que ao reconhecer a diversidade e as contradições que

permeiam a juventude, não defendemos uma concepção de “juventudes”. Estamos afirmando a construção de uma juventude popular, como parte da luta dos trabalhadores no interior da sociedade em que vivemos. A afirmação de juventudes retira a capacidade de unidade e coesão que existe neste setor. Nosso desafio é organizar a juventude no movimento popular, superando visões identitárias e/ou etárias dessa categoria e localizando-a dentro de uma concepção marxista, como juventude das classes trabalhadoras, a juventude do Projeto Popular. Nossa experiência comprova que a diversidade da juventude não é impedimento para a construção de uma identidade comum como classe trabalhadora, uma unidade de ação e luta. Ao contrário, ao reconhecer essa diversidade e as contradições que marcam a juventude, temos o potencial de avançar em um programa popular que responda às questões concretas da juventude bem como aglutinar forças em uma construção de um novo projeto de Brasil, que carregue em seu centro a luta popular feminista e anti-racista. Pois a Juventude não é uma categoria em abstrato, a Juventude é a expressão do que é o povo brasileiro.

Em outras palavras, a ideia de juventude surge concomitantemente a ideia de educação ampla para a classe trabalhadora. Com isso não estamos afirmando que não se tinha educação ou qualificação da mão de obra anteriormente, mas que ao ampliar esse processo, foi necessário destacar um setor da sociedade para cumprir essa tarefa, sendo amparado pelo Estado. Portanto, o jovem passa a ser entendido como aquele em preparação, pois essa era a necessidade social imposta pelo avanço das forças produtivas. Mas também é nesse contexto que se desenvolve a ideia pejorativa de que a juventude é apenas um momento. A juventude não é naturalmente revolucionária, mas é imprescindível em todas as revoluções; A Juventude se organiza em diferentes frentes, com experiências históricas no movimento estudantil e nos territórios; A tarefa do Levante Popular da Juventude é organizar a juventude em torno do Projeto Popular para o Brasil: É importante ainda fazer mais uma afirmação, uma vez que a juventude não é revolucionária por natureza, mas possui as condições de se tornar uma força motriz da mudança social, é responsabilidade do movimento popular canalizar e organizar esse potencial em torno de uma estratégia política. A tarefa do Levante Popular da Juventude é a organização de massas da juventude brasileira em torno de um Projeto Político: o Projeto Popular para o Brasil (ROTEIRO DE DEBATES ESTRATÉGICOS, 2020).

O LPJ se propõe também a ser em si um espaço que ajude os jovens a encontrarem um espaço onde são acolhidos e que aponte uma saída coletiva para seus problemas, que parecem ser individuais e que vão percebendo que são sociais. É o que se verifica nas entrevistas com jovens do LPJ.

Carlos, 26 anos: [Eu era] apenas um juvenzinho querendo me encontrar e a partir dali começo a construir o Levante.

Esse é um objetivo e característica de movimentos populares que contribuíram na formação do LPJ, como descreve-se no capítulo seguinte.

2. MOVIMENTOS POPULARES E O LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE

2.1. Movimentos sociais e populares

Os movimentos sociais representam forças sociais, de modo que além de aglutinar indivíduos para cumprir tarefas, propõem o desenvolvimento de experimentações socioculturais, adaptando-se para diagnosticar e resolver problemas do presente, mas com uma noção histórica dos movimentos do passado, contribuindo para que “aqueles que eram excluídos [passem] a se sentir incluídos em algum tipo de ação de um grupo ativo” (GOHN, 2011, p.336). Portanto, de forma geral, pode-se caracterizar o LPJ como parte do movimento social dos jovens.

No cenário pós anos 2000, cenário em que nasce o LPJ, há uma retomada do movimento popular urbano no Brasil, renovando as lutas sociais coletivas, com forte presença de ONGs (GOHN, 2011). Nesse período

O Estado promoveu reformas, descentralizou operações de atendimento na área social, criou canais de mediação e inúmeros novos programas sociais. Institucionalizaram-se formas de atendimento às demandas. De um lado, observa-se que esse fato foi uma vitória porque se reconheceram demandas anteriores como direitos, inscrevendo-as em práticas da gestão pública. De outro, a forma como foram implementadas as novas políticas, ancoradas no pragmatismo tecnocrático, resultou em que a maioria dos projetos sociais implementados passou a ter caráter fiscalizatório ou fazia parte de redes clientelistas e não de controle social de fato. As novas políticas do Estado globalizado priorizam os processos de inclusão social (GOHN, 2017, p. 24).

As bandeiras de lutas e mobilização são diversas. Gohn (2011) sistematiza uma tipologia e intenta mapear os protagonistas que emergem no cenário nacional atual focalizando três eixos de atuação: 1) os movimentos e ações de grupos identitários que lutam por direitos sociais, econômicos, políticos, e, mais recentemente, culturais, protagonizados pelas mulheres, afrodescendentes, indígenas, jovens e idosos, imigrantes, deficientes físicos, camponeses, etc; 2) movimentos e organizações de luta por melhores condições de vida e de trabalho, no urbano e no rural, que demandam acesso e condições para-terra, moradia, alimentação, saúde, transportes, lazer, emprego, salário, etc, e 3) os movimentos globais (ou globalizantes) como o Fórum Social Mundial. São lutas que atuam em redes sociopolíticas e culturais, via fóruns, plenárias, colegiados, conselhos etc. Estas lutas são também responsáveis pela articulação e globalização de muitos movimentos sociais locais, regionais, nacionais ou transnacionais (GOHN, 2011, p. 2).

Outra autora, Peruzzo (2013a), sistematiza categorias de movimentos sociais como

sendo: movimentos que se mobilizam pela melhoria das condições de trabalho e remuneração, movimentos que lutam pela garantia dos Direitos Humanos ligados à características da natureza humana (gênero, raça, orientação sexual, por exemplo), movimentos voltados a resolver problemas provenientes da desigualdade social que afetam muitas pessoas (transporte, moradia, saúde, por exemplo), e, por fim, movimentos políticos-ideológicos, decorrentes de situações políticas conjunturais ou ligados à ideologias de transformações sociais.

Em síntese, em um breve olhar sobre os movimentos sociais atuais, observam-se: movimentos transnacionais (anti e alterglobalização) em que o escopo das lutas ampliou-se para dimensões territoriais além do estado-nação; marchas contra a falta de ética e a corrupção mobilizaram pessoas nas principais capitais brasileiras de 2011 a 2017. Criaram-se movimentos e associações civis relacionados à questão da produção e da distribuição dos alimentos, etc. Os movimentos rurais se multiplicaram e abriram-se para ações transnacionais, em redes, como a Via Campesina. Antigos movimentos sociais, a exemplo da luta pela moradia ou luta pela terra, convivem com novos movimentos, organizados segundo múltiplas identidades – ser negro, mulher, idoso, jovem/adolescente, etc. (vide GOHN, 2017a). Lutas sociais por reconhecimento convivem com lutas pela redistribuição e acesso a bens e serviços. No novo contexto, o método de Paulo Freire continuou a ser uma referência, pois contém muitos dos princípios delineados nas reformulações da Educação Popular: ele destaca a cultura e a dialogicidade do ato educativo. Entretanto, sua utilização, a partir dos anos 90, ocorreu menos pela sua dimensão política participante – que deu espaço aos movimentos populares e aos militantes de facções político-partidárias, nos anos 70-80, para realizarem um trabalho “de base”, gerador de consciências críticas no sentido pleno da transformação social, contestador da ordem social vigente – e mais pela sua dimensão de “empowerment” dos indivíduos e grupos de uma comunidade – gerando um processo de incentivo às potencialidades dos próprios indivíduos para melhorarem suas condições imediatas de vida, promovendo o “empoderamento” da comunidade, isto é, a capacidade de gerar processos de desenvolvimento autossustentável, com a mediação de agentes externos – os novos educadores, atores fundamentais na organização e no desenvolvimento dos projetos (GOHN apud GOHN, 2017, p. 28).

Para Gohn (2017, p. 26), atualmente, “predominam nos movimentos sociais manifestações, marchas e ocupações promovidas por coletivos organizados que convidam outros participantes online, via blogs e redes sociais como Facebook, etc” e segue

Agora formas de participação online dos movimentos sociais convivem com formas de participação direta nas associações civis, onde há pedagogias baseadas em métodos focais, participação em oficinas e em projetos sociais, redes de cooperativas de geração de renda, cursos de curta duração, viagens e participação em grandes eventos e conferências. Tudo isso ocupa a maior parte da agenda dos participantes, organizados em movimentos ou associações civis nucleadas por projetos sociais. Aprendizagens e construção de saberes continuam a ser gerados. O sentido e o significado dessas aprendizagens, em termos de processos de mudança e de transformação social, são variados e necessitam ainda de avaliação, reflexão e análise (GOHN, 2017, p. 27).

Ainda segundo a autora (2011, p.6), no movimento social

Existe uma densa e intensa rede de comunicações intramembros, militantes com militantes. São produzidos textos, boletins, artigos etc. No Brasil, uma significativa parte desses militantes – denominados ativistas – têm chegado aos cursos de pós-graduação e, mais recentemente, ocupam posições como professores e pesquisadores nas universidades, especialmente as novas, criadas nessa década na área de ciências

humanas. Teses e dissertações vêm sendo produzidas por esses militantes/ativistas/pesquisadores. Muitas delas são parte das histórias que eles próprios vivenciaram.

Compreendendo, portanto, que os movimentos sociais envolvam de forma geral a “sociedade civil organizada”, é importante compreender a característica “popular” do LPJ enquanto organização das classes subalternas “como transformadores e construtores de identidades de projeto” (PERUZZO, 2013a, p. 164) de país que esteja de acordo com os interesses dos que trabalham e produzem a riqueza e veremos abaixo como e por que essa característica se constituiu.

Estabelecida a relação ampla e geral do LPJ com movimentos sociais no Brasil, destaca-se que o LPJ é fundado por outras organizações populares que compõem o que ficou conhecida como campo popular, unidos especialmente por leituras sobre a realidade brasileira e como construir a revolução no Brasil muito parecidas. A palavra “popular”, por exemplo, se refere à noção de Povo Brasileiro (RIBEIRO, 1995).

É possível afirmar, portanto, que o Levante se funda nos movimentos revolucionários ao longo da história, tanto pela existência das lutas sociais produzidas pelos grupos sociais historicamente oprimidos em si, quanto pelo esforço de recuperação crítica dessas experiências e do compartilhamento dos conhecimentos adquiridos nesse processo com a juventude brasileira, na busca de compreender e transformar nossa realidade (FREITAS, 2021, p. 38).

Alguns setores da igreja católica que foram muito influenciadas pelo movimento de educação popular e pela Teologia da Libertação nas décadas de 1960/70 foram abafados pela ditadura militar, mas cumpriram papel fundamental para reerguer as organizações populares no período da redemocratização. Por exemplo, a juventude da igreja católica cumpriu papel importante nesse período, através da Ação Católica (DUARTE, 2016) que atua até hoje. Influenciaram não apenas na criação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), bem como do Movimento dos Atingidos por Barragens (MAB) que, mais tarde, deixariam uma marca profunda na construção do LPJ.

Outro aspecto destacado por Stédile e que é importante na constituição do MST, bem como dos movimentos sociais no geral é o ideológico (GOHN, 1997). O trabalho pastoral, principalmente da Igreja Católica e da Igreja Luterana e o surgimento da Comissão Pastoral da Terra (CPT), foram muito importantes para a reorganização das lutas camponesas no Brasil. E a aplicação prática de encíclicas progressistas, como o Concílio do Vaticano II e da Teologia da Libertação, trouxeram importantes contribuições na perspectiva ideológica para as trabalhadoras e trabalhadores rurais. Essa prática voltada para a realidade social e que ao mesmo tempo incorpora metodologias analíticas marxistas foi essencial para a organização desses trabalhadores e trabalhadoras em plena ditadura militar (STEDILE, 1999). Assim, o MST é parte constitutiva do que chamamos de “nosso campo político” (FREITAS, 2021, p. 40).

Um elemento importante da simbologia do LPJ vem dessa influência da igreja católica na constituição do MST.

A mística, prática sempre presente nas ações do MST, também se apresenta como herança das influências religiosas. Serve para manter a coesão dos membros do

movimento e para estimular a participação, além de incentivar a atuação em lutas, ocupações e manifestações. O período de ocupação e resistência, debaixo de lonas pretas, às vezes durante anos, requer enorme coesão e força de vontade, o que, talvez, sem a ajuda da mística, dificilmente seria possível. Além dos períodos de ocupação, a consolidação, as novas relações sociais que se estabelecem, as discussões acerca da forma de produção, as marchas e a continuação da participação política no MST são sempre cercadas de manifestações da mística (NETO, 2007, p. 337).

Também entre as décadas de 1970 e 1980, no que Gohn (2011) caracteriza como a “era movimentista”, em que os movimentos articulam de forma transnacional as lutas sociais no continente e transbordam suas fronteiras rurais para articular com movimentos da cidade, surge o conceito de comunicação popular e alternativa.

Em 1997, o MST realiza uma marcha nacional e, ao final, esse campo se reúne na Conferência de Itaipaci, sintetizando os debates no livro “A opção brasileira”.

As principais ideias que empolgaram os debates na Conferência de Itaipaci pautavam-se pela necessidade de questionar o rumo da esquerda institucional e propor o resgate dos valores e práticas militantes rumo à revolução Brasileira, de constituir as bases teóricas para um Projeto Popular para o Brasil, bem como a compreensão de que estava sendo exigida da esquerda um esforço de refundação – no plano teórico e ético e no plano da ação e da proposta organizativa [...] Os elementos que nos filiam a esse campo político são: [...] a elaboração de um programa que traduza as tarefas dos revolucionários e das revolucionárias no Brasil, ii) nossas formas de luta, como a organização de marchas e plebiscitos populares, iii) a centralidade da disputa ideológica por meio de jornais e cursos de formação, por exemplo, iv) o exemplo pedagógico e v) a centralidade da unidade das forças populares (FREITAS, 2021, p. 40).

Esses movimentos foram muito influenciados - e legaram essa herança ao LPJ - a relação com a educação popular enquanto método de trabalho de base que foi gestada principalmente através das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) da Igreja Católica (GOHN, 2017, p. 17), ligadas à Teologia da Libertação. Os movimentos populares desse campo estabelecem a relação entre coletivo e indivíduo através da educação popular com o objetivo de formar sujeitos protagonistas de suas próprias histórias, onde

O sujeito é reconhecido – objetivamente, e se reconhece – subjetivamente, como membro de uma classe, de uma etnia, parte de um gênero, de uma nacionalidade e, muitas vezes, de uma religião, culto ou crença. Os sujeitos se constituem no processo de interação com outros sujeitos, em instituições, privadas e públicas, estatais ou não (GOHN, 2017, p. 13).

A construção desse campo de organizações que ficou conhecido como “campo popular” se deu ao longo dos anos com especial contribuição e assessoria do Centro de Educação Popular do Instituto Sedes Sapientiae (CEPIS), fundado em 1977, na Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da PUC-SP, por diversos militantes vindos principalmente da luta armada, que a partir daquele momento se voltariam para o desafio do diálogo com o povo.

Em sua apresentação, o CEPIS diz que

O CEPIS nasceu e se define como assessoria junto a legítimos processos de luta e organização da classe oprimida e dos setores sociais que sofrem distintas formas de dominação ou opressão, que se dispõem a alterar, pela raiz, as estruturas da sociedade de exploração:

- **Assessoria**, porque não pretende ser representação direta, nem competir com os movimentos, que são sua razão de existir;
- **Junto a**, para significar a cumplicidade, que é mais que uma assessoria técnica e pontual;
- **Legítimos processos de luta**, porque olha toda organização como uma ferramenta;
- **Da classe oprimida e dos setores sociais que sofrem distintas formas de dominação ou opressão**, para deixar claro o sujeito e o rumo da luta.

Nessa missão de “parteira” e de serviço, busca conhecer, acompanhar e participar da trajetória e qualificação de militantes dos movimentos populares, e facilitar a articulação de suas práticas (INSTITUTO SEDES SAPIENTIAE, s.d.).

Isto é, não são os protagonistas dos processos de educação popular, mas contribuem em seu desenvolvimento, com foco no trabalho de base para a transformação social.

Isto é coerente com o fato de os intelectuais do CEPIS, bem como a esquerda influenciada pela Teologia da Libertação de um modo geral, terem como referência política e ideológica importante a Revolução Nicaragüense, bem como a temática da identidade latinoamericana. Coerentes com as práticas e discussões que desenvolviam, inclusive o componente ideológico basista (em seu sentido positivo) antes referido, seus membros eram pouco afeitos a valorizar centralmente a Revolução Russa ou outros modelos da “esquerda tradicional”, considerada por eles vanguardista e cupulista (PERUSO, 2008, p. 146).

Portanto, para os movimentos compostos por esse campo político marcado pela concepção de educação popular abordada acima, construir um movimento popular consiste em organizar um “forte movimento que contenha, simultaneamente, uma estrutura de massa e uma estrutura de quadros” (CEPIS, 2014, p. 1), para que seja possível ao mesmo tempo lutar por melhores condições de vida e pela construção de uma sociedade alternativa ao capitalismo. Portanto, essas organizações planejam caminhos para atingir esses objetivos, parte deles é combater inimigos e conquistar aliados, atuar em conjunto e não como soma de partes e saber analisar a realidade onde atua. Isto é, que as ações não devem ser feitas espontaneamente, a partir da vontade de indivíduos. Essa noção se desenvolve em uma série de tarefas de formulação dos dirigentes desses movimentos, especialmente: a constituição de uma direção coletiva e democrática; um plano de bandeiras e lutas a serem organizadas; uma mensagem clara para sua base e à sociedade; a elaboração de um plano de construção que aponte os territórios estratégicos a serem alcançados, planos de formação, finanças/autossustentação, política de alianças, modelo orgânico e, por fim, um plano de comunicação (CEPIS, 2014). Mais à frente veremos como esse processo foi desenvolvido no LPJ no âmbito da comunicação.

O LPJ não foi fundado na década de 1980, mas herda uma forte herança desse campo político que o fundou. Enquanto movimento social deve apresentar respostas no presente para a força social que representa (GOHN, 2011), ao mesmo tempo que essa base social fortalece as ideias e ações de longo prazo do movimento. O LPJ se constitui enquanto uma organização com potencial de atuar nos movimentos dos jovens, sem deixar de ter uma perspectiva de longo prazo. Quando o LPJ conseguiu incidir nesses movimentos, foi quando mais incorporou jovens

ao movimento. Enquanto participante do LPJ há anos, a autora afirma que conhece pouquíssimas ações espontâneas organizadas pelo movimento. Porém, presenciou momentos em que o LPJ soube se inserir em movimentos espontâneos dos próprios jovens, como foi o caso de junho de 2013 e as ocupações das escolas estaduais paulistas em 2015 e em todo o país em 2016, como abordado no próximo capítulo.

O LPJ pretende organizar um setor da sociedade que é extremamente diverso, com um recorte específico de jovens trabalhadores - e todas as características que devem ser atribuídas aos trabalhadores brasileiros. Luta contra a desigualdade social, em defesa dos Direitos Humanos e trabalhistas da juventude, assim como também aponta a construção de um projeto político transformador, chamado Projeto Popular para o Brasil. Os exemplos históricos abordados acima têm por objetivo apontar em qual sentido a comunicação popular produzida pelos jovens do LPJ têm trilhado.

2.1.2 Movimentos sociais da juventude

Groppo (2016) aponta que as mobilizações anti-globalistas do fim dos anos 1990 ao começo dos anos 2000, marcadamente organizada por jovens, representam a pertinência de compreender a principal contradição desse setor: da necessidade de constituir autonomia, ao passo que conhece e se estabelece – ou não – dentro da ordem de valores e comportamento vigentes, o que pode apontar para visões de mundo críticas e alternativas à essa ordem.

Considerando que há diferentes formas de ser jovem, as organizações políticas de participação popular da juventude também variam (MESQUITA; BONFIM, 2016). Forlini (2019) cita alguns movimentos sociais contemporâneos latino-americanos, dentre eles o movimento Zapatista no México, a revolta dos pinguins no Chile e o “Ni una a menos” (que ocorreu em diversos países), que demonstram que os jovens seguem mobilizados contra a violência, por direitos e democracia.

De forma geral, a política tradicional e institucional passa por um grande descrédito por parte da população em geral, mas em especial desses jovens, como já se mostrou em números, o que não necessariamente significa uma alienação, mas pode ser encarada como uma crítica à não resposta de suas demandas e necessidades.

[...] Resultado de uma conjuntura política permeada de notícias de escândalos e mau uso do dinheiro público. Também há uma percepção de que as políticas públicas, tão

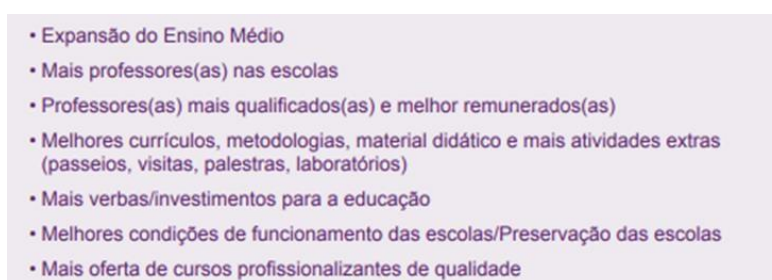
popularizadas nos últimos anos como instrumentos de combate às desigualdades, não conseguem atingir a contento suas finalidades e, nesse sentido, contribuem para o descrédito da política formal enquanto possibilidade de ampliação da democracia (MESQUITA; BONFIM, 2016, p. 291).

Apesar desse desgaste e da negação das formas tradicionais de participação (RIBEIRO; L NES; CARRANO, 2005, p. 9), há jovens que participam das formas tradicionais de fazer política, bem como buscam outras formas de participação, seja através da cultura, dialogando sobre direitos, no cotidiano através das relações humanas, impelidos pelo contexto de desigualdade e injustiça que vivem se responsabilizam e se posicionam frente à ausência do Estado e das vulnerabilidades sofridas por eles e quem está a sua volta. São movidos por valores como gratidão aos que lutaram antes deles; solidariedade; compromisso com os outros; servir de exemplo; amizade; satisfação por fazer parte de um grupo, que impulsionam sua luta diária por um mundo mais justo. As principais dificuldades frente à decisão de ser ativo politicamente são “a dificuldade de apoio familiar, o preconceito geracional, a falta de tempo e o fato de não conseguirem mobilizar mais pessoas” (MESQUITA; BONFIM, 2016, p. 295).

Forlini (2019) apresenta que os nascidos na década de 1990 – maioria dos jovens atuantes politicamente hoje –, foram formados ideologicamente sob a hegemonia do pensamento neoliberal, sofrendo regulamentação trabalhista e privatizações, isto é, com o Estado cada vez menos atuante no combate às desigualdades sociais. Dessa forma, uma política econômica que aumentou o desemprego e, por fim, perdeu espaço na sociedade.

Chamando atenção para a questão da educação, sendo que a escola e a universidade são espaços propícios para associação coletiva, é uma demanda de forma geral encarada como forma de ascender, “melhorar de vida” (MESQUITA; BONFIM, 2016), da qual muitos não possuem acesso e os que estudam ou estudaram enfrentaram a realidade das escolas públicas brasileiras.

Figura 3 – O que os jovens esperam na área da educação por ordem de frequência de resposta



Fonte: MESQUITA; BONFIM, 2016, p. 23.

O LPJ participou de uma pesquisa, em 2020, sobre a participação da juventude nas periferias brasileiras, junto ao Instituto Tricontinental e o Movimento do Trabalhadores por Direitos (MTD), a partir de um diagnóstico de que as organizações políticas possuem dificuldade de “ganhar corações e mentes” dos jovens nesses espaços em contraposição ao avanço da participação desses sujeitos através das igrejas neopentecostais. A pesquisa teve como objetivo identificar como a juventude “participa, escapa da barbárie, produz vida e faz política nos tempos atuais” (INSTITUTO TRICONTINENTAL, 2020, p. 1).

A pesquisa parte do pressuposto de que a juventude se organiza em vários espaços e níveis de relação com a política. Isto é, não se colocam a questão se a juventude se organiza ou não, mas compreender o que leva os jovens a preferir se organizar em coletivos religiosos em detrimento de coletivos políticos tradicionais, além de apreender quais metodologias são utilizadas por esses coletivos religiosos de forma que possam ser incorporadas nos coletivos políticos, questão ainda pouco estudada na pós-graduação no Brasil (SPOSITO, 2009).

A primeira fase da pesquisa foi feita através de militantes-pesquisadores, que envolveu entrevistas exploratórias, atividades de grupos focais e observação participante com jovens de escolas profissionalizantes na Vila Cruzeiro, em Porto Alegre (RS); com jovens de coletivo de MCs e participantes de associação de moradores em Heliópolis, São Paulo (SP) e em Serrinha, Fortaleza (CE).

A pesquisa reforçou que há um discurso individualista comum entre os jovens. A ideia do empreendedorismo enquanto solução para os problemas enfrentados em seu cotidiano, causados especialmente pela ausência do Estado na resolução desses problemas, enquanto consequência de políticas neoliberais, em que pese que ainda aparece um desejo pela “carteira assinada”, por isso a carreira militar é uma das que aparece em destaque na perspectiva profissional desses jovens.

Mais uma vez a violência, especialmente policial, aparece enquanto marca da vida cotidiana de grande parte desses jovens. Em contraposição, a cultura tem sido uma resposta para canalizar os sentimentos de coletividade, de pertencimento. Essa perspectiva combina com o que foi apontado por Sposito (2009) enquanto necessidade de “adensamento teórico” das pesquisas, de modo que não reiterem a ideia de jovens pobres que são naturalmente violentos e perigosos, ou que sejam incapazes de produzir algumas escolhas em suas vidas.

A pesquisa relata que boa parte das organizações analisadas ainda tendem a organizar o coletivo em prol do crescimento do indivíduo, de forma a se ajudarem mutuamente, além de escolherem - de forma consciente ou não - qual setor entre os jovens quer organizar. E que

muitos jovens se aproximam desses coletivos como forma de conseguir melhoria de vida imediata, como indicação para emprego, por exemplo.

Um exemplo marcante de movimento social juvenil são as manifestações que ficaram conhecidas como “jornadas de junho” de 2013, inicialmente organizadas majoritariamente por estudantes, contra o aumento das tarifas do transporte público, passaram para outras pautas como melhoria da saúde, educação, contra a realização de megaeventos esportivos no Brasil (Copa do Mundo e Olimpíadas), contra a corrupção, entre outras (BARBOSA, 2016).

As manifestações de junho de 2013 no Brasil fazem parte de uma nova forma de movimento social composta predominantemente por jovens, escolarizados, [com] predominância das classes médias, conectados por e em redes digitais, organizados horizontalmente, críticos das formas tradicionais da política, tais como se apresentam na atualidade – especialmente os partidos e os sindicatos –, eles pregam a autonomia em relação a essa forma antiga, embora alguns possam ter articulações com alguns partidos mais radicais (GOHN, 2014, p. 12 apud DUARTE, 2016, p. 896).

Nesse período, rotulados como “rebeldes sem causa”, “vândalos” e “violentos” pela mídia tradicional, os jovens buscaram uma forma de disputar a narrativa dos protestos, a mais recente e conhecida foi a Mídia Ninja - Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação (BARBOSA, 2016), uma iniciativa de mídia alternativa que desenvolveu formas para comunicar o ativismo invisibilizado.

Em novembro e dezembro 2015, inspirados na Revolta dos Pinguins no Chile e intimamente ligadas às manifestações de junho de 2013 no Brasil, houve as mais de 200 escolas ocupadas por estudantes em São Paulo. As ocupações nas escolas fizeram a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, recuar no projeto que ficou conhecido como “reorganização escolar”, que reorganizaria as escolas em torno de ciclos (Ensino Fundamental I, Ensino Fundamental II e Ensino Médio) que fecharia mais de 150 escolas no estado (JANUÁRIO; et al, s.d).

Esse contexto demonstra ainda a forte presença do movimento estudantil entre os jovens organizados. A forma mais tradicional de organização juvenil se encontra no movimento de estudantes, nas escolas e universidades, o que se demonstra desde a fundação da União Nacional dos Estudantes, em 1937, da qual o LPJ faz parte desde 2013, onde uma organização mais sistemática de jovens, principalmente de setores médios, através das escolas e universidades, cumprindo papéis importantes ao longo da história como a luta contra a aproximação do governo brasileiro ao nazifascismo; em defesa do petróleo brasileiro - que ajudou a fundar a Petrobrás; contra a ditadura militar e por eleições diretas em 1984 e do impeachment do ex-presidente Fernando Collor, conhecidos como “caras pintadas”.

Políticas sociais recentes, como as cotas, mudaram parcialmente a composição das universidades e do movimento estudantil, porém, segue condicionado, de forma geral, a um

tipo de atuação.

A práxis estudantil desenvolver-se-ia nessa conjuntura política como expressão radical da práxis pequeno-burguesa. Seu projeto de transformação da sociedade, contido na luta pela Reforma Universitária, teria como limites os interesses defendidos pela pequena burguesia, o que leva a autora a deter-se nas características da atuação política dessa camada. Afastada da alternativa proletária, e marginalizada no processo capitalista de produção, a classe média é a categoria intermediária que se comprime entre as contradições do sistema, não contando com um estilo de atuação que a singularize ou com uma filosofia prática que lhe descortine perspectivas imediatas de futuro [...] Como a autora destaca, o convívio no ambiente universitário é que propiciará ao jovem estudante a elaboração de uma nova representação de si e dos papéis que deve desempenhar. Ou seja, somente na condição de estudante, é capaz de reconhecer com maior êxito do que outros jovens, o sentido da vinculação de sua camada de origem às camadas dominantes e de percebê-la como obstáculo à concretização do seu projeto profissional (WEISHEIMER, 2015, p. 25 e 26).

Por isso, enquanto organização de jovens, a capacidade do LPJ em articular a realidade local com o contexto geral, isto é, relacionar os problemas cotidianos e aparentemente individuais com um sistema maior, é necessária, pois

A participação dos jovens no tempo presente, acontece por meio de eventos em contextos fluidos, supostamente não hierarquizados e decorrentes da sua própria iniciativa, não tendo direção de segmentos adultos ou instituições clássicas de participação política. Os espaços de atuação são bastante variados, a luta que antes era por problemas amplos, hoje se restringe aos problemas mais locais e almejam mudanças imediatas (DUARTE, 2016, p. 895).

Esse desafio se demonstra na forma como o movimento se constituiu, fazendo a “ponte” entre os acúmulos dos movimentos populares que o forjaram com as lutas atuais da juventude trabalhadora brasileira.

2.2. O Levante Popular da Juventude

Diante das diferentes formas de organização e mobilização dos jovens, que possuem como marcas as poucas oportunidades de trabalho e acesso à direitos básicos, além da sujeição à violência, ambiente que inspira o surgimento de formas de resistência, como movimentos populares e, em especial o LPJ, que se tornou um movimento nacional em 2012, com o principal objetivo de organizar jovens para lutar por um projeto de país com equidade social e respeito às necessidades dos jovens.

O Levante Popular da Juventude é um movimento social que, na nossa análise, apresenta algumas tipologias atuais e fluentes das formas e dos sentidos de participação política hoje. [...] A inserção das juventudes organizadas nas sociedades globais, seus dilemas e descontinuidades trazem a perspectiva da geração como um campo de “vivências comuns” que deriva de situações objetivas, de acontecimentos desde os mais universais aos puramente domésticos (ECHEVARRÍA, 1968, p. 201

apud ARAÚJO, 2016, p.14).

O LPJ nasce enquanto iniciativa de organizações populares com o objetivo de atuar prioritariamente com a juventude urbana. Isso acontece porque grande parte dessas organizações (Movimento dos Atingidos por Barragens, Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra e Movimento dos Pequenos Agricultores são os principais) estão situadas no campo e avaliaram desde o final dos anos de 1990 que a luta política, que até então estava concentrada no campo - de acordo com a estrutura do capitalismo latino-americano (ZAMPIER, 2007, p. 19), se fortaleceria cada vez mais nas cidades, em especial nos grandes centros urbanos.

A partir das elaborações do campo do projeto popular constitui-se em 2005 um grupo de trabalho para efetivar a construção de uma organização de juventude, composto pela Pastoral da Juventude Rural, pelo MST e por jovens universitários. Esse grupo realiza encontros para debater os problemas da juventude, especialmente nas periferias de Porto Alegre. Em um desses encontros no Morro da Cruz, em Porto Alegre, que surge o nome da organização: Levante Popular da Juventude. Nesse processo se define como meta-síntese da organização realizar um acampamento de fundação do movimento. Quando se completa 250 anos da morte do líder Guarani Sepé Tiaraju, realiza-se o acampamento com a presença de 700 jovens na cidade em que Sepé Tiaraju morrera em combate. Esses jovens eram dos movimentos da Via Campesina, do MTD e das periferias e universidades, a partir da mobilização feita pelo grupo de trabalho inicial. (LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE, 2020). A segunda meta-síntese da organização, fruto desse processo anterior, foi a realização de uma luta cuja reivindicação prioritária definiu-se que era a democratização do acesso à universidade, que não dizia respeito somente ao movimento estudantil universitário. Era necessário alterar a composição social do ambiente universitário para construção de uma Universidade Pública e Popular. Nesse sentido inicia-se as lutas por cotas nas universidades, inaugurada pela ocupação da reitoria da Universidade Federal do Rio Grande do Sul com centenas de jovens de escolas públicas, do campo e de universidades (Ibidem). A iniciativa dos movimentos da Via Campesina em torno da organização da juventude, desdobra-se em um processo de construção de cursos estaduais a partir da construção de um Programa Nacional de Formação, denominados “Cursos da Juventude do Campo e da Cidade” e acontecem em vários estados. Paralelo a isso, o trabalho realizado no Rio Grande do Sul passa a ser referência nacionalmente e militantes de diversos estados participavam dos acampamentos neste estado. Esse contingente de militantes passa a atuar nas Executivas de curso – em que se destacam os alunos da Agronomia (FEAB), Engenharia Florestal (ABEEF), Biologia (Enebio), História (Femeh), Ciências Sociais (Anecs), Direito (FENED), Serviço Social (Enesso), entre outras – e na construção dos Estágios Interdisciplinares de Vivência (EIV)¹⁶. O curso da juventude do campo e da cidade, que aconteceu em 2015, bem com os EIVs, foram importantes ferramentas de construção do Levante em Londrina e no estado do Paraná (FREITAS, 2021, p. 44).

Em 2012, reforçando a leitura de que presença da juventude na política aumentaria, tanto pelo crescimento demográfico, quanto pelo potencial que os jovens têm em impulsionar movimentos, como pode-se ler abaixo na Cartilha nº 21 da Consulta Popular¹⁴, a construção

¹⁴ A Consulta Popular (CP) é uma organização de caráter partidário, sem legenda eleitoral, fundada em 1997 por vários movimentos populares com o objetivo de lutar por um Projeto Popular para o Brasil. A CP foi fundamental para o que se chamou de “nacionalização” do LPJ em 2012, tanto apoiando a organização dos escrachos aos torturadores da ditadura militar, quanto deslocando jovens para a construção do LPJ em si. Por conta disso, grande parte dos dirigentes locais e nacionais do LPJ eram da CP até 2021, momento que grande parte decidiu sair da organização e fundar, em fevereiro de 2022, o Movimento Brasil Popular, que não é o caso da autora, que até esta data continua sendo parte da CP.

nacional do LPJ foi apontada.

IV. Juventude e Movimento Estudantil 38. A juventude que se aproxima da militância no atual momento histórico não vivenciou um período de ascenso na luta de massas, o que se reflete de diversas maneiras na sua formação enquanto futura direção. 39. A juventude é cotidianamente bombardeada pela ideologia dominante – individualismo, consumismo, machismo, racismo, homofobia – e pelas correntes sectárias do esquerdismo. 40. Com as organizações sociais de contestação à ordem (partidos, movimentos e sindicatos) em crise, fragilizadas e esvaziadas, a juventude foi seduzida para novas formas de ação social, condizentes com a ordem do capital (igrejas pentecostais, ONGs etc.). E aos que não se adaptarem à ordem, o encarceramento e o extermínio. A população carcerária hoje é constituída basicamente de jovens. Também são estes os que mais morrem por armas de fogo no país, assim como a maior parte das pessoas organizadas no tráfico, seja de drogas, mulheres ou outros. 41. A juventude é um alicerce da construção da nossa organização. Uma geração que poderá, ao se reviver um ciclo de ascenso, ser decisiva na conjuntura, levando adiante a revolução. A renovação do movimento revolucionário faz-se pela juventude, livre da carga de responsabilidade pela construção do passado. Apenas o entusiasmo e o espírito ofensivo dos elementos mais novos são capazes de assegurar os primeiros sucessos na luta, e apenas esses sucessos podem fazer voltar ao caminho da revolução os melhores elementos da velha geração. Atuação da Consulta Popular no trabalho com a juventude 42. O nosso principal objetivo no trabalho com a juventude é formar novos quadros e militantes do Projeto Popular, com inserção real nas forças estratégicas para a Revolução Brasileira. 43. O trabalho de organização da juventude e do movimento estudantil possui diferenças por suas especificidades, porém, por serem complementares dentro das lutas que fortalecem o Projeto Popular para o Brasil, devem ser construídos de forma articulada dentro de uma mesma identidade nacional. 44. O método que utilizaremos para essa construção é o que foi historicamente utilizado pela classe trabalhadora: trabalho de base. É essencial que todos os militantes da Consulta Popular destacados para a tarefa estejam em uma frente de massas. O trabalho de base com a juventude deve ser em última instância prazeroso, por isso ações de agitação e propaganda assumem uma centralidade ainda maior nesse contexto. Sinteticamente podemos definir o método de construção como sendo o ato de: refletir sobre a prática conhecida => ir à ação => refletir sobre a ação realizada => nova ação.

45. O trabalho de base deverá representar para os jovens uma escola de solidariedade, de independência e de vida coletiva. Pois é através dessa vivência que se desperta para a luta política, para as batalhas por uma vida melhor. O jovem deve ser incentivado a ser parte da construção e companheiro(a) da mesma caminhada. O trabalho de base deve se organizar onde o jovem vive, estuda e/ou trabalha, e se dá através das mais diversas esferas da vida do indivíduo, como a cultura, a escola e a política. 46. O tripé organização, formação e lutas deverá se dar a partir da identidade de juventude. Significa dizer que é fundamental enxergar nosso trabalho dentro das escolas e universidades como parte do nosso trabalho geral com a juventude. É fundamental termos a percepção de que a separação cotidiana entre o trabalho estudantil e o trabalho geral com a juventude apenas fragiliza as duas tarefas; e de que a construção do movimento estudantil, enquanto movimento da juventude da classe trabalhadora, é uma forma de conceber uma visão classista do processo e também uma atuação baseada no todo. Simultaneamente possibilita partirmos do trabalho onde já temos acúmulo – as Universidades – para dar sustentação às iniciativas de trabalho com a juventude do campo popular. 47. O trabalho com a juventude e movimento estudantil deverá se basear na construção de uma identidade nacional comum. Nossa prioridade é a nacionalização, tanto de um método de construção entre a juventude, quanto de uma identidade que o reconheça, e, por isso apontamos para a construção paciente de nacionalização do Levante Popular da Juventude. Avaliamos que já se colocam as condições para buscarmos a construção concreta de ações conjuntas nacionalmente, que deverão ser sempre reavaliadas, após cada exercício prático. Para isso, a construção de uma organicidade permanente e da direção coletiva são prioridades

(CARTILHA nº 21, 2011, p. 96).

Sabendo, portanto, que o LPJ não é um movimento em si mesmo, mas parte de um processo histórico, de um campo político e de um contexto, é necessário aprofundar o entendimento sobre o movimento em si. Neste momento, será evitado o aspecto cronológico do movimento, que será abordado a partir do ponto de vista da comunicação mais adiante, mas ressalta-se que o LPJ não nasce com uma estratégia pronta, apesar de herdar muitos aspectos das organizações que o cria, mas as afirmações, práticas apresentadas abaixo foram desenvolvidas ao longo da construção concreta do movimento nos últimos 10 anos e segue, de acordo com cada momento histórico, se desenvolvendo em cadência da conjuntura política e econômica, ou seja, pode mudar, conforme um participante relata.

Carlos¹⁵: O Levante aqui, não aqui em Belém, da região de Cametá, no baixo Tocantins, é majoritariamente formado por ribeirinhos e camponeses. Ribeirinhos, quilombolas, enfim, e as nossas comunidades estão atravessadas por essas contradições [...] A gente brinca que foi muito na pedagogia da marreta, a gente não teve tanto acompanhamento, a gente foi aprendendo que é o Levante na prática, participando de alguns espaços, por conta própria, basicamente isso.

Além disso, aqui será destacado o aspecto do planejamento, isto é, o que os participantes do LPJ registraram em documentos que desejam construir, no sentido de sistematizar uma visão coletiva e nacional do que movimento deva, porém, considerando que o movimento passa por processos reais, há contradições e dificuldades ao longo desse processo de construção.

Dentre muitas, o movimento identifica três principais influências para a sua atual configuração: o projeto político proposto foi herdado da Consulta Popular e movimentos da Via Campesina (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, Movimento dos Atingidos por Barragens e Movimento dos Pequenos Agricultores, principalmente). Para esse campo, o Projeto Popular para o Brasil consiste em uma série de reformas estruturais, que seriam constituídas em um processo de transformação radical da sociedade brasileira, acumulando forças para a construção de uma sociedade onde a riqueza produzida seja de todos as que a produzem.

Ao longo de sua história, o movimento constituiu as mais diversas formas de articulação política com organizações populares, desde os partidos tradicionais de esquerda (Partido dos Trabalhadores, Partido Socialismo e Liberdade e Partido Comunista do Brasil, especialmente), até as instituições de base como Diretórios Centrais de Estudantes, Associação de Moradores, Sindicatos, coletivos variados de jovens, e hoje indica o cargo de Vice Presidência da UNE. No último período, o movimento passa a lançar candidatos a vereança e deputados pelo PT,

¹⁵ Nome fictício. Entrevista realizada em 4 de abril de 2023 via plataforma de videochamada Jitsi.

elegendo, até 2022, candidatos em Pernambuco e Bahia, indicando uma militante do movimento para a Secretaria Adjunta de Juventude e um militante para o Conselho de Participação Social do Governo Federal.

Sobre os métodos de trabalho, o movimento promove a ideia do “trabalho de formiguinha”, que consiste no trabalho de base cotidiano e paciente com os jovens, inspirado nas Pastorais Sociais da Igreja Católica, especialmente ligadas à Teologia da Libertação e fortemente vinculada à educação popular. E, por fim, o LPJ também possui referência em outras organizações de jovens latino-americanos, onde conheceram os “escrachos”, batucadas, muralismo, estêncil, etc.

Ações disruptivas podem ter mais força de direcionamento de atenção pública e de obtenção de visibilidade midiática, mas são mais arriscadas por não existirem experimentações acumuladas nem por parte dos movimentos sociais, que não sabem ao certo quais resultados vão encontrar; nem dos atores aos quais se dirigem as demandas, que não sabem como reagir e podem recorrer a repressão. Assim, formas de ação inovadoras são mais arriscadas, exigem mais comprometimento dos atores envolvidos e, portanto, atraem menos pessoas (VOLPATO, 2022, p. 101).

O LPJ nasce de uma experiência prática no Rio Grande do Sul que se une, a partir de 2011, a um conjunto de outros grupos de jovens organizados em grupos pelo Brasil que construíam as entidades Executivas de Cursos, especialmente a Associação Brasileira de Ensino de Biologia (Enebio); Associação Brasileira de Estudantes de Engenharia Florestal (Abeef); Associação dos Engenheiros Agrônomos (FEAB). A partir daí, se constitui enquanto um movimento popular de massas de jovens, que atua em quase todos os estados brasileiros (atualmente, o Acre é o único com ausência do movimento), organizando, formando e colocando jovens em luta para construir uma transformação radical na sociedade, que chamam de Projeto Popular para o Brasil. A carta compromisso do 1º Acampamento Nacional do LPJ¹⁶ diz:

Nós, do Levante Popular da Juventude, no momento em que fundamos nossa organização, em nosso I Acampamento Nacional, com a participação de 1200 jovens de 17 estados brasileiros, nos comprometemos com a transformação profunda da realidade em que vivemos. Enxergamos um mundo dividido entre aqueles que exploram, e as trabalhadoras e os trabalhadores que têm o fruto de seu trabalho roubado. Esse é o sistema capitalista patriarcal racista, que mundialmente estabelece as formas de organização da sociedade na sua forma imperialista. Ele cria uma relação de dominação entre culturas e povos, destrói o meio ambiente, oprime e explora as mulheres, assassina a juventude negra, silencia gays e lésbicas e tolhe, cotidianamente, todos os nossos sonhos. O Brasil é um país de natureza e cultura fantásticas, mas carregamos as dores da escravidão, o saqueio das grandes potências, e uma história de uma elite dependente, mas que sempre concentrou o poder em suas mãos. Os meios de comunicação, a terra, a água, energia, a educação, o lazer e a oferta de saúde de qualidade ainda estão nas mãos dessa elite. Aos trabalhadores, restaram somente as periferias das grandes cidades, as encostas de morro e as beiradas de rio, extensas jornadas de trabalho e salários miseráveis; no campo, a reforma agrária e a

¹⁶ Disponível em: < <https://levante.org.br/quem-somos/cartas-compromisso/>>. Acesso em: 30 de janeiro de 2023.

produção de alimentos foram deixadas de lado e substituídas pela utilização de transgênicos e agrotóxicos, tudo orientado para a exportação. Nós, jovens, estamos no meio desse furacão: no campo, nas periferias e favelas, nas escolas e universidades, no trabalho. Somos constantemente disputados pelo projeto capitalista. É em contraposição a este projeto que nos lançamos ao desafio da construção do Projeto Popular. Por Isso, Nós Comprometemos: Com a luta pela construção de uma democracia popular, que socialize com qualidade as terras, a água, a energia, os meios de comunicação, o acesso à saúde, à educação, à moradia, ao transporte. Com a luta pela soberania, porque os povos devem tomar seu país e sua história nas mãos, sem serem sujeitados pelo imperialismo ou outros poderosos. O desenvolvimento deve ser ambientalmente sustentável e estar voltado ao interesse do povo. Com a prática permanente de solidariedade com todos os povos que sofrem e lutam. Com atenção especial para nossos hermanos latino americanos, que carregam a mesma história de opressão e luta que nós. Com a luta contra o machismo, na sociedade e dentro de nossa organização, pois, se os trabalhadores são explorados pelo sistema capitalista, as mulheres são duplamente oprimidas e exploradas: enquanto trabalhadoras, e enquanto mulheres, pelo sistema patriarcal. Temos que estar lado a lado com as organizações do movimento feminista no combate ao patriarcado, à violência sexista e à mercantilização do corpo e da vida das mulheres, assim como fomentar a autoorganização das mulheres do Levante. Com a luta contra o racismo, dentro e fora de nossa organização, porque a população preta é a mais explorada da classe trabalhadora e mesmo depois de 124 anos da falsa abolição continua sendo o alvo preferencial da violência de Estado. É necessário lutarmos junto ao movimento negro e outras organizações antirracistas para que possamos construir uma sociedade livre do racismo. Com a luta contra a lesbofobia, a transfobia e a homofobia, também dentro e fora de nossa organização, porque não existem relações afetivas mais normais e comuns que outras, e nenhuma orientação sexual deve ser motivo para legitimar desigualdades e opressões. Com a luta por um projeto de educação que sirva aos interesses do povo. Por isso, defendemos que exista um número suficiente de vagas tanto em creches quanto em escolas secundárias e universidades, bem como cotas sociais e raciais, no campo e na cidade. Por isso, também reivindicamos os 10% do PIB para a educação; a educação só terá qualidade se estiver voltada para os interesses do povo, atendendo todas e todos. Com a luta por transporte público, gratuito e de qualidade, enfrentando os aumentos nos preços de passagem. Com a luta por ampliação do acesso à cultura e ao lazer, contra sua mercantilização. Lutaremos para que existam mais possibilidades de produção e troca culturais, como música, teatro, artes visuais, cinema, dança, e tantas outras formas de expressão. Também utilizaremos da cultura e do lazer como formas de resistência, de resgate da nossa história e da nossa identidade de povo brasileiro. Com a luta contra o trabalho precarizado e informal. A luta pela garantia e expansão dos direitos dos trabalhadores e das trabalhadoras (exploradas duplamente, no local de trabalho e em casa) é essencial para a criação de um país menos desigual. Pela jornada de 40 horas semanais, sem a redução de salários. Sabemos que para isso é extremamente necessária a massificação desta luta, trazendo cada vez mais jovens para o nosso projeto, porque só a juventude tem a força necessária para transformar essa sociedade. É com o trabalho coletivo, combatendo o individualismo e a estagnação, que tomaremos o futuro em nossas mãos. Esse é o caminho para a liberdade com que tanto sonhamos e precisamos para viver. Construiremos uma organização com coerência: devemos fazer o que dizemos e dizer o que fazemos; com autonomia, construída por aqueles que trabalham no Levante; com estudo e disciplina, para dar cada passo com firmeza, conhecendo com profundidade o caminho que devemos trilhar; com o exercício de crítica e autocrítica, porque não devemos temer ou ocultar os erros, mas enfrenta-los de frente, para, então, superá-los. Entendemos que serão esses compromissos que garantirão a construção do Levante Popular da Juventude, do Projeto Popular e da Revolução Socialista brasileira. A tarefa não é fácil: não esperamos ter todas as respostas nem construir tudo isso sozinhos, mas nos desafiaremos a dar tudo o que pudermos, porque devemos nos construir como a juventude que ousa lutar, que constrói alternativas e que é parte do povo brasileiro. Somente com alegria, amor e muita animação chegaremos lá! Juventude que ousa lutar constrói o poder popular! *I Acampamento Nacional do Levante Popular da*

Juventude, 5 de fevereiro de 2012, Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil.

Quanto às principais características do LPJ, algumas afirmações centrais sobre são importantes. 1) O LPJ é um movimento popular, isto é, uma porta de entrada e uma escola de luta dos jovens trabalhadores, combinando a luta econômica por conquistas de direitos com a luta política através do envolvimento desses jovens na construção de um projeto de sociedade. 2) O LPJ é um movimento de massas, pois possui a compreensão de que essa transformação só é possível com milhões de trabalhadores engajados. Para isso, possui uma estrutura orgânica que tenta dar conta de vários níveis de organização. Desde o jovem que entra em contato com as ideias do LPJ através das redes sociais, até o jovem que está no movimento há mais tempo e tem compromisso com o projeto popular, o que chamamos de militantes. Isso não significa que o movimento negue a necessidade de uma direção política, isto é, um grupo de militantes experientes e com mais compromisso destacados para analisar a conjuntura política e propor para o conjunto do movimento linhas de atuação e resposta, de acordo com a estratégia geral definida pelo conjunto do movimento; 3) Nacional: o movimento evita ser a reunião de estados (unidades federativas), células, etc. Ainda assim, buscam compreender e combinar as diversidades regionais para potencializar sua atuação; 4) Organiza jovens moradores das periferias urbanas; estudantes universitários e secundaristas e os jovens do campo, buscando dar um sentido único da luta da juventude em realidades tão diversas; 5) Internacionalista: isto é, luta contra a exploração e opressão não apenas no Brasil, mas no mundo; 6) Autônoma: em que pese não serem contra organizações partidárias, inclusive muitos fazem parte de partidos, não se fecham para jovens que não possui esse tipo de participação política (ROTEIRO DE DEBATES ESTRATÉGICOS, 2020).

Para Araújo (2016), a composição diversa do LPJ estabelece a relação dialética entre as pautas locais e as globais, possibilitando percebê-lo inserido em um campo de vivências comuns influenciado pela cultura de massa. Para tanto, o movimento busca desenvolver formas organizativas adequadas à diversidade dos jovens brasileiros; formar politicamente jovens lutadores; agitar e propagandear o Projeto Popular para o Brasil e traduzir as contradições da juventude em lutas e mobilizações que avancem na construção do projeto popular.

Assim, o movimento tem avançado na construção de um Programa Popular para a Juventude, propondo inclusive políticas públicas nos processos eleitorais de 2018, 2020 e 2022. Inicialmente, apontaram que haviam quatro problemas estruturais para os jovens, a partir do desmonte estatal que se intensificou a partir de 2016: a) aumento do desemprego; b) aumento da exclusão educacional em todos os níveis; c) aumento da violência e extermínio contra a juventude negra; d) intensificação da disseminação de ideias neofacistas e antidemocráticas.

Assim, apontaram que emergencialmente os jovens necessitam de: a) o Direito ao trabalho e renda; b) o Direito à Educação; c) o Direito à Vida; d) e o direito a Cultura (ROTEIRO DE DEBATES ESTRATÉGICOS, 2020, p. 12).

Para propostas de longo prazo, o LPJ organizou seu programa em 10 eixos. São eles: 1) Educação; 2) 13 Trabalho, Emprego e Geração de Renda; 3) Segurança Pública e Combate ao Extermínio; 4) Diversidade e Igualdade; 5) Comunicação e Mídia; 6) Cultura; 7) Esporte e Lazer; 8) Direito à Moradia e Mobilidade; 9) Saúde; 10) Participação Popular Cultura (ROTEIRO DE DEBATES ESTRATÉGICOS, 2020, p. 13).

Para qualificar sua luta, é necessário que o movimento desenvolva planos de formação política, para que o conjunto dos militantes aprofundem suas reflexões sobre a realidade onde atuam e como transformá-la.

Para o LPJ, a revolução cubana (1959) e a revolução sandinista (nicaraguense) (1979) possuem destaque em suas referências, pois foram capazes de aliar a “compreensão da formação do povo e de sua constituição em determinado território, combinadas à criatividade na luta revolucionária, tornando-se um exemplo para os povos da América Latina ao colocar a questão nacional no centro” (LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE apud FREITAS, 2021, p. 35). Aliadas a essas experiências, o LPJ também possui identidade com a revolução russa (1917); para o movimento, as revoluções que foram possíveis no mundo se deram graças à capacidade de interpretar e transformar a realidade, com a contribuição da teoria marxista. Em pesquisa participante da Escola Nacional Emerson Pacheco¹⁷, Freitas (2021) relata que a origem ideológica do LPJ é marxista, citando a cartilha de estudos do curso, que inicia com a frase “os homens fazem sua própria história; contudo, não a fazem de livre e espontânea vontade, pois não são eles quem escolhem as circunstâncias sob as quais ela é feita, mas estas lhe foram transmitidas assim como se encontram” (MARX, 2011, p. 25 apud FREITAS, 2021, p. 31), além de repudiar o imperialismo norte americano (FREITAS, 2021, p. 36).

Se debruçar sobre esse fato levantado por Marx é se preocupar em entender o “processo de produção e reprodução da vida em sociedade, que somente pode ser compreendido a partir do movimento histórico” (LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE, 2021, s/p apud FREITAS, 2021, p. 31).

O LPJ utiliza o método de educação popular de Paulo Freire (PALUDO et al, 2016), isto é, para o movimento não basta apenas informar à juventude sobre as mazelas sociais, é necessário formá-la para transformar essa sociedade. Kaplún (1985) relaciona esse método com

¹⁷ A Escola Nacional Emerson Pacheco é o espaço de formação político-ideológico no qual os participantes do LPJ discutem e aprofundam sobre a estratégia do movimento, realizada constantemente desde 2017 no Brasil. Consiste em, principalmente, quatro módulos: Quem somos?; Que mundo vivemos?; Como nos organizamos?; Como lutamos?.

o exercício da Comunicação Popular, pois ao suscitar uma reflexão sobre a mensagem política, o povo toma consciência de sua realidade; desta maneira, quando se constrói um meio de comunicação através da educação popular, realiza-se um processo educativo transformador. Isto é, para o movimento, a formação é um processo integral voltado para uma estratégia de poder, através da lógica prática-teoria- prática, evitando cair no voluntarismo e repetir erros do passado; bem como se restringir à teoria e à reflexão. Por isso, a cada ação há o momento de planejamento, o momento da execução e o momento da avaliação da ação. Essa preocupação com uma prática que desenvolva a consciência crítica está presente desde 1º Acampamento Nacional do movimento.

É possível já observar coexistência, em uma relação dialética, do estudo – expresso nos cursos e estágios – e do trabalho – expresso na prática da luta, na organização dos acampamentos e dos próprios cursos e estágios, na atuação política e na mobilização de mais jovens para essas construções. Se estabelece, a partir dos resultados do processo, a necessidade de criar um marco de nacionalização do Levante e, inicia em 2011 o processo de organização e elaboração do 1º Acampamento Nacional do Levante (2012), em que se reúnem 1200 jovens de 17 estados na cidade de Santa Cruz do Sul (RS). Nesse momento afirma-se a construção de uma organização nacional e constitui-se a primeira coordenação nacional. Como desdobramento desse processo, acontecem os escrachos aos torturadores da Ditadura Militar no Brasil em consonância com a luta por Memória, Verdade e Justiça pelos crimes cometidos nesse período e a consequente afirmação pública da existência do Levante Popular da Juventude (FREITAS, 2021, p. 45).

Em “A prática educativa no movimento social “Levante Popular da Juventude: narrativas de participantes”, Santos e Crusoé (2017) afirmam que a experiência do LPJ é formativa para além da ação política. Segundo os autores, a unidade formada entre o estudo da teoria e a prática militante permite que a consciência do sujeito que atua no movimento avance, desenvolvendo qualitativamente as relações desse jovem com o mundo e com ele mesmo. As propostas formativas além de serem “para” o coletivo, são elaboradas “pelo” coletivo. Continuam os autores

A luta, enquanto um tipo de experiência formativa do levante, possibilita o desenvolvimento da maturidade, da responsabilidade coletiva. Provoca, assim, o sentido de pertencimento que não se restringe apenas ao movimento, mas abrange-se identificando toda a classe trabalhadora como este grupo social amplo às quais as práticas educativas do Levante Popular da Juventude devem se respaldar (SANTOS; CRUSOÉ, 2017, p. 11).

Eles seguem afirmando que esse método de construção pressupõe um compromisso individual com o movimento e necessita que cada um passe de objetos na sociedade de classes para sujeitos de sua transformação. Para que isso seja possível, a principal característica dessa forma de construção é a elaboração coletiva de cada ação, seja intelectual ou prática, possibilitando que o movimento aglutine as mais diversas linguagens, seja humana, técnica ou política de cada um.

O modelo orgânico e a organicidade, isto é, o método de direção, a estrutura

organizativa e os princípios e valores do LPJ visam corresponder a esses objetivos e planejamentos varia de acordo com o momento político e da própria organização. Especificamente, têm como objetivo fortalecer a coesão nacional, desenvolver uma estrutura de massas combinada com uma estrutura de militantes, garantindo a autonomia relativa entre as instâncias, com democracia interna.

De ponto de partida para estruturar a organização, há uma série de princípios organizativos e valores cultivados pelo movimento no cotidiano. Ao todo, são posturas e hábitos esperados de quem participa do movimento, enquanto um esforço coletivo de construir hoje a sociedade que querem construir para amanhã. Esse processo é cheio de contradições, pois todos os participantes são sujeitos formados com base em princípios e valores capitalistas como o individualismo, a competitividade, o machismo, etc, por exemplo. Por isso, de fato, construir um ambiente que produza essa experiência demanda sobretudo compromisso pessoal com o coletivo, que levam tempo a serem apreendidos. Por exemplo, no caso de situações de violência machista, racista, LGBTfóbica ou de outro tipo que ocorrem no movimento, é formada uma comissão de ética para acompanhar a vítima e propor encaminhamentos sobre esses ocorridos.

Os princípios organizativos são: a. Democracia interna com unidade de ação (Centralismo Democrático): a organização deve buscar ampliar o máximo o debate nas instâncias, envolvendo o conjunto da militância na tomada das decisões, contudo na medida em que essa deliberação é tomada a organização deve agir unitariamente em torno dela. Não existe centralismo, se não houver disciplina, bem como se não houver direção coletiva; b. Coletividade: todas as instancias devem ser formadas como comissões coletivas, na forma de colegiado e sem distinção de poder interna. Os militantes de cada coletivo devem participar da definição das linhas, posições políticas e dos planejamentos e avaliações, portanto o LPJ é coletivo, em cada um de seus espaços e ações, onde não são admitidas posturas, decisões e ações individualistas; c. Compartilhamento de tarefas: em todas as atividades e instancias deve-se distribuir as tarefas. Divididas as tarefas, quem assumi-la tem a responsabilidade de realizá-la e prestar contas ao coletivo. As decisões são coletivas, mas as responsabilidades pela execução das tarefas são individuais, nesse sentido, compartilhar tarefas significa compartilhar poderes com o coletivo, e ao mesmo tempo propiciar as condições para forjar o militante no desempenho da tarefa; d. Disciplina: ser disciplinado significa respeitar o que foi decidido no coletivo e cada um deve cumprir com suas tarefas e obrigações; e. Planejamento: todas as atividades a serem desenvolvidas precisam ser planejadas antes e as responsabilidades e funções distribuídas, incluindo a necessidade de recursos econômicos e humanos, o cronograma das

atividades, o controle do desempenho das atividades e a avaliação das atividades; f. Crítica e autocrítica: em todas as instancias e comissões deve-se adotar a prática de avaliações periódicas, onde cada membro tenha a humildade de realizar sua autocrítica e ao mesmo tempo criticar os erros individuais e coletivos dos demais para corrigir os erros e formar os militantes. Para o movimento, ao fazer uma crítica, é preciso: apontar o que se percebe como erro, com fatos e circunstâncias; mostrar como deveria ser o correto; indicar o caminho para consertar o erro. E esse processo deve ser feito somente em reuniões ou na coletividade, considerando que as críticas que são realizadas fora das instancias, deixam de ser avaliação política e passam a ser julgamentos individuais e busca por culpados; g. Vinculação permanente com o povo: todos os militantes devem manter vínculos permanentes com o povo, mesmo os dirigentes, dentro da sua limitação de tempo, devem participar das atividades nas bases, pois isso possibilita maior capacidade de compreender a realidade da organização.

Os valores cultivados pelos militantes do LPJ são: a. Responsabilidade, que envolve a o cumprimento das tarefas; b. Iniciativa, ao sugerir novas ideias e promover novas formas para a realização de ações; cumprimento de metas e projetos; c. Espírito de cooperação para ajudar o coletivo, além de demonstrar disposição junto ao grupo em participar na resolução de problemas pessoais e coletivos; tentando dispor-se voluntariamente a fornecer qualquer tipo de ajuda; d. Compreensão envolve saber avaliar as causas que dão origem aos diferentes problemas, que influenciam nas atitudes dos demais; E: Sentido de trabalho coletivo compreende a necessidade de trabalhar em equipe contribuir nas decisões do grupo; f. Sentido da discricção envolve a necessidade de os participantes do movimento tentarem ser discretos e reservados em tudo o que se refere ao trabalho a ser realizado, à sua participação nos organismos, aos planos e projetos e discussões para evitar expor o movimento; g. O espírito de fraternidade revolucionária busca manter as relações fraternas entre os participantes do movimento, demonstrando respeito, afeto; por fim, h. o espírito de superação é a busca por superar seus limites.

Essa formulação sobre a própria prática em si, sobre a moral e a ética que guiam esses jovens, só pode se realizar sob a luta social, o cerne da existência do LPJ. Para isso, o movimento desenvolveu estudos e diagnósticos sobre os jovens brasileiros, além da convivência cotidiana para identificar as principais necessidades desses sujeitos para que se transformasse em bandeiras de luta, seja econômica, política ou ideológica.

No Anti-Düring, ele [Engels] afirma haver uma moral hegemônica na sociedade capitalista, a feudal-cristã, que costumamos chamar de patriarcal. Esta moral se subdivide em inúmeras outras, entre as quais a burguesa e a proletária. A moral proletária apontaria para o futuro. “Como até agora a sociedade sempre evoluiu

através de antagonismos de classe, a moral sempre foi uma moral de classe”. E conclui: “Uma moral realmente humana, acima dos interesses de classe e dos seus prolongamentos, só será possível em uma sociedade que tenha não só ultrapassado, mas também esquecido, na vida prática a oposição entre classes” (LENIN apud ESTEVAM; COSTA; BÔAS, 2015, p. 19).

Os acampamentos nacionais (houveram três na história do LPJ) e estaduais são os momentos que reúnem todos os que participam ou querem conhecer o movimento. O processo de construção anterior aos acampamentos envolve a construção da linha política do movimento para o período seguinte, além da indicação das coordenações nacionais e estaduais, que é feita através de indicação das células, plenárias municipais, plenárias estaduais, até o âmbito nacional a partir de critérios como condições políticas para contribuir nos debates, experiência, representação territorial, gênero, raça, sexualidade e identidade de gênero. Essas coordenações nacionais e estaduais, organizam as equipes das frentes estudantil, universitária e secundarista; coletivos de finanças, comunicação, agitação e propaganda; setores de mulheres, negros e negras e diversidade sexual. Em 2022 ocorreu o 1º Encontro Nacional de Militantes, em Niterói/RJ, com o objetivo de reunir a militância e definir linhas, considerando que o 4º acampamento nacional não aconteceu em 2020 por conta da pandemia da COVID-19, paralisando as discussões e reorganização interna do movimento.

A unidade básica de organização e participação do LPJ são as “células”, que funcionam como grupos de atuação local, que se interligam através das coordenações. É nesse espaço onde os militantes do movimento se encontram para planejar o trabalho de base em sua universidade, escola ou bairro, além de compartilhar as dificuldades e avanços que a luta conjunta proporciona, construindo um ambiente de cultivo aos princípios e valores do movimento.

O LPJ se divide em frentes de trabalho de base: movimento estudantil universitário, frente territorial (nos bairros) e frente camponesa. A frente estudantil se organiza nas universidades, participa de Centros Acadêmicos, Diretórios Centrais, Diretórios Acadêmicos, coletivos feministas, LGBTQIAP+, antirracistas, além de acompanhar a União Nacional dos Estudantes, onde ocupam a cadeira de vice-presidência da entidade. O objetivo de participar desses espaços é fazer trabalho de base com os estudantes, isto é, conhecer e aproximá-los da luta estudantil e dos jovens em geral. A frente territorial é organizada pelos jovens que atuam nos bairros e periferias de suas cidades. Organizam cursinhos populares através da Rede de Cursinhos Populares Podemos+; ações de solidariedade para contribuir com a comunidade, chamadas de Nós por Nós; contribuem com movimentos culturais como o HipHop. O objetivo também é fazer trabalho de base com esses jovens. A frente camponesa consiste na articulação com jovens do MST, MAB e MPA, construindo ações unitárias entre jovens da cidade e do campo. E, por fim, a frente de atuação criada mais recentemente é a secundarista, com o objetivo

de organizar a juventude nas escolas.

Sendo assim, se observa o “tripé” citado por Araújo (2016): organização, formação e luta, sendo todas necessárias e fundamentais para o funcionamento do movimento e a última a principal experiência formativa do LPJ, pois se elabora de forma coletiva cada ação, tanto de forma teórica quanto prática, o que gera responsabilidade coletiva e aglutina as mais diversas linguagens (SANTOS; CRUSOÉ, 2017).

A agitação e propaganda é considerada a “espinha dorsal” do movimento. A cultura e a arte como forma de transmitir as ideias do movimento estão em todos seus encontros: sejam nas reuniões internas, mas especialmente nas manifestações, através de intervenções muitas vezes consideradas radicalizadas, que geram apelo e chamam atenção à denúncia, o que dá uma forte identidade ao LPJ. Um exemplo são as batucadas, inspiradas nas baterias de samba: quando o LPJ se nacionalizou, não haviam organizações tradicionais de juventude que utilizavam essa ferramenta. Hoje, é difícil ver alguma organização de jovens que não tenha se apropriado de instrumentos musicais para as manifestações como forma de diálogo. Apesar desse exemplo, as formas são variadas e baseadas justamente nas expressões da cultura popular e da comunicação, contribuindo na construção de uma identidade coletiva e aprimorando a unidade do movimento (RUSKOWSKI, 2009 apud VOLPATO, 2022, p. 81). O movimento, então, sistematiza a agitação e propaganda como apresenta abaixo e, em seguida, um exemplo de agitação e propaganda em manifestação.

AGITAÇÃO E PROPAGANDA E SIMBOLOGIAS

O primeiro elemento que caracteriza a nossa mensagem política tem relação direta como o Sujeito da organização. Desde o princípio o Levante se constituiu como um movimento com a pretensão de organizar a juventude do Povo brasileiro, sejam estudantes, jovens do campo, ou jovens das periferias urbanas. Todas as diversas expressões da juventude vinculadas ao povo brasileiro deveriam caber dentro da identidade Levante. Essa marca é um diferencial bastante significativo, na medida em que historicamente as organizações de juventude sempre foram vinculadas a nichos específicos (estudantes universitários, juventude rural, jovens trabalhadores, etc), e, portanto, portadores de uma mensagem dirigida a esses segmentos. O segundo elemento está diretamente relacionado ao primeiro. Para ser expressão da juventude do povo brasileiro, o Levante deveria ser portador do conjunto das bandeiras e das reivindicações da juventude. Portanto, a bandeira do Levante deveria espelhar a luta por Educação, Cultura, Trabalho, Democracia, pelos direitos das mulheres, da juventude negra e LGBT, entre outras. Ou seja, para ser coerente com a pretensão de representar a juventude brasileira, não seria possível partir de reivindicações setoriais ou de demandas específicas, mas era preciso que tais bandeiras fossem traduzidas na forma de um projeto político.

Um projeto que representasse as aspirações do povo brasileiro, que na tradição dos movimentos populares chamamos de Projeto Popular para o Brasil. Para convocar a juventude a construir um Projeto Popular, três ideias foram se vinculando a nossa mensagem. A primeira delas é a necessidade de estar organizado em coletivo, portanto fazer parte do Levante é fazer parte de um grupo de jovens. Como desdobramento dessa afirmação, a missão do militante do Levante é organizar células. Deste modo, o trabalho de base é reiterado como centro da organização. A segunda necessidade é fazer a batalha de ideias na sociedade, ou seja, disputar corações e mentes para o nosso

projeto. Essa dimensão da nossa mensagem se expressa na centralidade que a Agitação e a Propaganda têm para o Levante. A utilização das mais variadas técnicas de agitprop, tais como a batucada, a música, a dança, o teatro, o grafitti, os escrachos, talvez seja a característica mais associada ao Levante. Por fim, a necessidade de fazer a luta de massas em torno das contradições que afetam a vida do povo. O esforço de organização da juventude e a batalha de ideias na sociedade devem fomentar a mobilização popular em torno do Projeto Popular. O Levante na sua mensagem organizativa demarca diferenças tanto com as formas organizativas “clássicas” tanto com as formas organizativas supostamente “novas”. Ou seja, é uma mensagem organizativa que não despreza o acúmulo das experiências históricas dos movimentos populares dos mais diversos países e continentes, ao contrário bebe nessa fonte, mas ao mesmo tempo concebe que esse acúmulo deve ser reelaborado para adaptar-se ao nosso sujeito e a este contexto histórico. Essa concepção pode ser ilustrada, na valorização da disciplina como um princípio organizativo, herdado da nossa tradição histórica, mas ao mesmo tempo capaz de incorporar formas alegres e lúdicas, próprias das formas de expressão política da juventude na atualidade.

Figura 4 – Agitação e Propaganda do LPJ



Fonte: Página do LPJ no Instagram¹⁸.

Por fim, a apresentação do próprio LPJ em sua cartilha “Quem somos” (s.d).

Somos o Levante Popular da Juventude! Uma organização de jovens militantes voltada para a luta de massas em busca da transformação estrutural da sociedade brasileira. Somos a juventude do Projeto Popular, e nos propomos a ser o fermento na massa de jovens do país. Somos um movimento de juventude que não abaixa a cabeça para as injustiças e desigualdades.

Somos muito mais que a nossa bandeira, somos o nosso projeto de transformação da sociedade! Somos os movimentos populares do campo e da cidade o MST, o MAB, o MPA, a CMP, o MOTU, o MTD, na luta por um **Projeto Popular Para o Brasil**.

Em 2014, realizamos o nosso II Acampamento Nacional em Cotia (SP), com a participação de mais de 3000 mil jovens de 25 estados do Brasil. Com apenas três anos de construção nacional, realizamos inúmeras lutas, seminários de formação, centenas de acampamentos estaduais e municipais, milhares de reuniões de células. Consolidamos um movimento nacional, de massas, comprometido com a democracia popular, a sustentabilidade, o desenvolvimento, a soberania dos povos, o feminismo, o internacionalismo e a solidariedade.

Temos convicção de que o destino da juventude brasileira depende de um conjunto de

¹⁸ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/BEjgS3cRdsd/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

reformas democráticas, nacionais e populares que se expressa no que temos chamado de **Projeto Popular Para o Brasil**. Na perspectiva do Projeto Popular as lutas da juventude assumem uma posição de classe, identificando o seu futuro com o destino das lutas de seu povo. Acreditamos que é papel da juventude construir um novo país, o Brasil que queremos!

Reafirmamos a atualidade da luta anti-imperialista da juventude e buscamos resgatar a tradição latino-americana de combinar o trabalho estudantil e popular. Nossas referências históricas são a luta dos/as estudantes em Córdoba, a ousadia dos jovens que protagonizaram a Revolução Cubana, o exemplo pedagógico da juventude da Revolução Sandinista, e principalmente a resistência heroica da juventude brasileira à Ditadura Militar. Somos o Levante Popular da Juventude! Estaremos onde a juventude e o povo brasileiro estiverem!

Frente à pandemia da COVID-19, o movimento foi obrigado a se reorganizar e criar novas formas de ação, com destaque especial às mídias sociais, muitos cursos de formação, reuniões, seminários, encontros nacionais foram realizados virtualmente. Aparece em muitos documentos o termo “derrota estratégica” para caracterizar o momento conjuntural vivido pelas organizações populares. Em que pese que há muitas divergências no LPJ atualmente sobre esse termo, é fortemente presente a ideia de que após o Impeachment de Dilma em 2016, chamado de golpe, os trabalhadores brasileiros foram duramente atacados, aprofundando a crise econômica, política e social, colocando as organizações populares em situação de defensiva, isto é, com pouca força para impor avanços sociais para o povo brasileiro. Esse quadro foi aprofundado após quatro anos de governo Bolsonaro e fortalecimento do movimento neofacista e arrefecido com a vitória de Luís Inácio Lula da Silva para a Presidência da República em 2022.

3. CONCEPÇÃO E DESAFIOS DOS JOVENS DO LPJ FRENTE A COMUNICAÇÃO POPULAR

3.1. A comunicação popular enquanto meio para a transformação

A comunicação popular desenvolvida pelo LPJ passa a se ser desenvolvida principalmente a partir dos anos 1970, enquanto exercício prático do direito à comunicação dos jovens ligados ao movimento. Ela é necessária pois os grandes veículos de comunicação de massa no Brasil são concentrados sob a posse de grupos econômicos concentrados em poder de poucas famílias que controlam a circulação da informação.

O esquema de concessões públicas que condiciona a maioria dos canais de rádio e televisão à lógica do mercado, a condição de monopólio das empresas que coordenam diferentes meios de comunicação e as relações entre políticos e canais de comunicação, entre outros aspectos, dificultam a aproximação dos movimentos sociais e dos meios de comunicação de massa (VOLPATO et al, 2019, p. 354).

Peruzzo (2013a) demonstra que no contexto da difusão da hegemonia cultural moderna norte-americana nos anos de 1960, passou-se a disseminar, através de agências de notícias internacionais e exportação de produtos da indústria cultural, o modo de vida estadunidense e europeu enquanto forma de dominação dos países chamados de “terceiro mundo”.

Em contraponto, segmentos organizados das classes subalternas criam suas próprias formas de comunicação. Kaplún (1985), por exemplo, caracteriza a comunicação popular associada à concepção freiriana de educação popular, portanto uma comunicação em que o educando aprende a aprender; uma ferramenta para ler o mundo de forma crítica e ajudar a transformar essa realidade, através da ação-reflexão-ação. Em outras palavras, a comunicação popular assume a visão de Freire ao estar intimamente comprometida com os oprimidos e seus interesses. Freire (1967, p. 107), já propunha romper com a lógica emissor-receptor e forma sujeitos protagonistas de sua própria história, estabelecendo um diálogo, isto é, uma comunicação horizontal entre A e B.

Como parte da mobilização, os movimentos populares produzem mensagens que geram diálogo, reflexão, debate e ações que apontam para a transformação da condição social desigual em que a população está inserida. Nesse sentido, os meios de comunicação podem ser meios que contribuem no processo da educação, e desenvolver a consciência crítica, buscando representar os fatos como se dão, relacionando as causas e circunstâncias, através da

experiência empírica. Isto é, buscar compreender os motivos que condicionam a realidade vivida por cada oprimido. Ou seja, busca superar a consciência ingênua e a consciência mágica.

A consciência ingênua (pelo contrário) se crê superior aos fatos, dominando- os de fora e, por isso, se julga livre para entendê-los conforme melhor lhe agrada” (VIEIRA apud FREIRE, 1967, p. 105). A consciência mágica, por outro lado, não chega a acreditar-se “superior aos fatos, dominando-os de fora, nem “se julga livre para entendê-los como melhor lhe agrada”. Simplesmente os capta, emprestando-lhes um poder superior, que a domina de fora e a que tem, por isso mesmo, de submeter-se com docilidade. É próprio desta consciência o fatalismo, que leva ao cruzamento dos braços, à impossibilidade de fazer algo diante do poder dos fatos, sob os quais fica vencido o homem (FREIRE, 1967, p. 105).

É necessário um processo permanente de produção coletiva, privilegiando valores comunitários como a solidariedade, a cooperação, a criatividade e a capacidade de todos, dialogando com as contradições, problematizando-as, afastada do dogmatismo, tendo como objetivo a tomada de consciência do povo de seu valor enquanto ser humano, superando sentimentos de inferioridade e recuperando sua autoestima.

Os homens e os povos de hoje se negam a seguir sendo receptores passivos e executores de ordens. Sentem a necessidade e exigem o direito de participar, de ser atores, protagonistas, na construção da nova sociedade autêntica democrática. Assim como reclamam justiça, igualdade, pelo direito à saúde, o direito à educação, etc, exigem também seu direito à participação. E, por tanto, à comunicação. Os setores populares não querem seguir sendo meros ouvintes; eles também querem falar e ser escutados. Passar a ser interlocutores. Junto à "comunicação" dos grandes meios, concentrados nas mãos de poucos grupos poderosos, começa a surgir uma comunicação de base; uma comunicação popular, comunitária, democrática (Kaplún, p. 67, 1985).

Os movimentos populares produzem a comunicação popular, tanto pela necessidade de relacionamento entre seus membros e de acessar sua base ou a sociedade em geral, quanto para superar a exclusão que sofre por parte da mídia burguesa, garantindo seu direito de se comunicar. O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) é um exemplo que “[..] passou de pequenos boletins informativos ao uso de revistas e ao papel de protagonista de uma agência de notícias, a Brasil de Fato” (PERUZZO, 2013a, p. 116). Inclusive a comunicação popular extrapolou os espaços “formais” dos movimentos, passando também a ser produzida por outros tipos de organizações sociais e até mesmo por coletivos locais e indivíduos (PERUZZO, 2009b).

Os movimentos sociais só podem existir por meio do reconhecimento de um problema por uma coletividade de sujeitos, que envolve a denúncia de uma situação, mas também da compreensão de que a atuação conjunta pode levar a soluções. Assim, a comunicação media as relações com os sujeitos que se pretende vincular ao movimento, alcançando grupos ainda não organizados e contribuindo, posteriormente, para os processos de formação (VOLPATO, 2022, p. 164).

No LPJ, essa noção é consolidada e justifica a necessidade de o movimento organizar

processos de comunicação próprios. É como explica o participante do LPJ do Pará, Carlos¹⁹, de 26 anos.

Quando eu entrei no Levante eu ouvia muito uma coisa, uma frase, enfim, uma expressão que falava um pouco da importância da comunicação que era a seguinte: a gente pode construir 100 atividades em prol da classe trabalhadora, mas se a gente não comunicar, a gente não construiu, em alguns sentidos. E a direita pode construir de uma forma oportunista uma atividade, mas noticiar isso aos quatro cantos e reverberar isso. Então se a gente não noticia a gente não comunica, não aconteceu. Não literalmente, a gente sabe que, claro, a gente não está construindo atividades, a gente não constrói movimento popular em prol de likes, enfim, expressão nas redes sociais, não é essa a intenção. Mas é uma ferramenta muito importante, essencial na construção do projeto de sociedade, no projeto popular que a gente acredita e quer queremos pro Brasil.

Como demonstrado, é parte fundamental da reflexão sobre a comunicação discutir quem possui privilégios na sociedade na utilização de suas técnicas, perpassando interesses políticos, que não optam pelo povo (FREIRE; GUIMARÃES, p. 22, 2013). Por outro lado, a comunicação popular busca ser uma comunicação que foca no processo de transformação dos sujeitos, com os objetivos de libertação, conscientização, problematização e participação (KAPLÚN, 1985, p. 13), se apropriando de muitas técnicas que podem ser utilizadas.

Não se trata somente de ampliar uma voz habitualmente apagada pelo ruído do poder, mas sim de habilitá-la com força própria, indo além da mera capacitação técnica – que poderia ser tão alienante como a exclusão total -, em definitiva, de empoderamento para que os próprios protagonistas da exclusão se convertam em atores plenos dentro do cenário da globalização (MADRIAGA apud ZAMPIER, 2007, p. 64).

As rádios comunitárias são exemplos importantes de prática de comunicação popular e comunitária, considerando que no Brasil a maioria das rádios não tinha autorização legal para funcionar, passando de 15 mil emissoras em seu auge. De lá para cá, Peruzzo (2009b) aponta que os movimentos populares aderiram também a outras formas de se comunicar com segmentos da população, como os vários espaços de mídias e redes digitais proporcionados pela própria *internet*, colocando novos desafios do ponto de vista da linguagem, especialmente. Volpato et al (2018) apontam que a *internet* atrai muito os movimentos sociais, pois possibilitam aglutinar comunidades em torno de seus interesses específicos e coletivos, apoiando causas e influenciando a opinião pública e buscando visibilidade.

Lidam, portanto, com o conhecimento já acumulado e compartilhado sobre as formas de se fazer tais reivindicações, não apenas no âmbito das experiências desenvolvidas por um grupo específico, mas no contexto mais amplo, que oferece um leque de opções de protesto historicamente convencionadas, comunicadas e aprendidas, constituindo um terreno comum para a política contestatória (VOLPATO, 2022, p. 96).

Ressalta-se que o LPJ está inserido em um contexto globalizado (ZAMPIER, 2007, p.

¹⁹ Nome fictício. Entrevista realizada em 4 de abril de 2023 via plataforma de videochamada Jitsi.

47), no qual a sociedade se constitui em rede, isto é, as opiniões e ações políticas também são formadas no espaço da comunicação, tornando uma necessidade para os movimentos populares se fazerem presentes para existir e se expressar e, de fato, têm feito cada vez mais parte da vida política no mundo.

Assim, a sociedade em rede constitui comunicação socializante para lá do sistema de mass media que caracterizava a sociedade industrial. Mas não representa o mundo de liberdade entoada pelos profetas da ideologia libertária da Internet. Ela é constituída simultaneamente por um sistema oligopolista de negócios multimídia, que controlam um cada vez mais inclusivo hipertexto, e pela explosão de redes horizontais de comunicação local/global. E, também, pela interação entre os dois sistemas, num padrão complexo de conexões e desconexões em diferentes contextos. Contudo, o que resulta desta evolução é que a cultura da sociedade em rede é largamente estruturada pela troca de mensagens no compósito de hipertexto electrónico criado pelas redes, ligadas tecnologicamente, de modos de comunicação diferentes. Na sociedade em rede, a virtualidade é a refundação da realidade através de novas formas de comunicação socializável (CASTELLS, 2005, p. 24).

Apesar de ainda limitada no Brasil, há um aumento da difusão de dispositivos móveis e de acesso à internet, possibilitando cada vez mais a interação, reduzindo a barreira entre o tempo e espaço sendo um espaço fértil para o ativismo (VOLPATO et al, 2019, p. 354). O desenvolvimento das tecnologias da informação, processamento e comunicação gestou perspectivas e expectativas em torno da ampliação da democracia na sociedade. Porém, já em 2007 havia preocupação com a possibilidade deste ambiente contribuir com a divulgação de informações falsas e manipulação, “devido à superficialidade dos conteúdos e à falta de compreensão” (ZAMPIER, 2007, p. 56), além da criação intencional de conteúdos falsos para influenciar politicamente, como sabe-se que ocorre há muito tempo, potencializado pelas mídias sociais atualmente.

A internet e suas inúmeras ferramentas de interação entre cidadãos e instituições reduzem o custo de participação política, tornam mais velozes a circulação dos estoques informativos e permitem envolver diferentes parceiros de interlocução, o que significa um potencial de interação inédito em comparação com os veículos de comunicação tradicionais, entretanto, essas tecnologias não determinam o procedimento da interação comunicativa nem garantem a reflexão crítico-racional. Assim, apenas a existência das tecnologias não basta, inclusive pelos problemas que ela acarreta, como a dispersão e excesso de informações e temáticas em debate, o que pode dificultar a busca do consenso ou decisão coletiva (GOMES, MAIA, 2008, p. 288 apud BARROS; MARTINS, 2016, p. 2).

Zampier (2007, p. 59) caracteriza três possíveis reações dos movimentos sociais frente às TICs: a tecnofóbica, isto é, que repudia o “avanço” tecnológico; a tecnocêntrica que superestima o papel das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e a indiferente, que não identifica a comunicação enquanto tarefa da organização. Portanto, não se trata ser contra ou a favor, gostar ou desgostar do papel que as TICs cumprem na sociedade e nos movimentos sociais, mas buscar compreender como se lida com esse contexto, identificar os potenciais e as

dificuldades enfrentadas. Por exemplo, se a apropriação das redes contribui de fato para a democracia interna do movimento, como a princípio é apontado do ponto de vista teórico (SCHERER-WARREN apud ZAMPIER, 2007, p. 4).

[...] Não há somente uma revolução tecnológica, mas as tecnologias digitais de comunicação estão mudando a própria cultura e as formas de encarar o mundo. A autora afirma, ainda, que as relações individuais assumem patamares ampliados nas comunidades virtuais, onde as inter-relações de confiança e colaboração permitem a sobrevivência de inúmeros grupos em rede, experimentando de forma “virtual” o conceito de sociabilidade, num aparente antagonismo conceitual. Assim, nos adaptamos a essas tecnologias e aprendemos a utilizá-las de forma a tirar delas o melhor proveito possível, para buscar o bem-estar comum. Conforme citado, os usuários brasileiros demoraram para realizar essa utilização de forma a se unirem e debaterem questões públicas, porém, quando a fizeram, conseguiram êxito (BERNARDINI; GOBBI, 2013, p. 121).

Verifica-se que os movimentos sociais podem tanto se apropriar das TICs enquanto exemplo e meio para se organizar, quanto outros as utilizam enquanto fim na construção de uma nova sociedade da informação, fomentando o uso dessas tecnologias no desenvolvimento local. De qualquer maneira, reforça-se o papel que as TICs têm constituído enquanto principal veículo de acesso a discussões políticas na sociedade, fazendo com que os movimentos de certa forma se adequem a essas formas de comunicar.

Concordamos com os autores quando observamos esses fenômenos de virtualização e desterritorialização em redes de movimentos sociais como a CLOC ou a Via Campesina, ou seja, os integrantes usam as TICs e dão a elas um sentido novo e as significam, mas também a tecnologia transforma as estruturas organizacionais dos atores coletivos, favorecendo o surgimento de comunidades virtuais, a coordenação transatlântica de iniciativas e a coesão entre grupos locais que se encontram mais frequentemente on-line que off-line. Entretanto, destacamos o cuidado de considerar na justa medida o papel da tecnologia dentro dos movimentos sociais, evitando reducionismos. Nesse sentido, discordamos da conclusão de Aceros et al., que utilizam o estudo de caso do Nodo, para afirmar que a mutação dos movimentos sociais, mediada pela virtualização, acontece na passagem de uma ação política a uma ação comunicacional, levando-os a tencionar o entendimento do movimento social como um fluxo de informação, “existe algo que, efetivamente, se move nos “movimentos sociais”. Mas não são pessoas com cartazes, ou multidões enlouquecidas pelo pânico, tampouco são grupos organizados para a ação antagônica. O que se move são coletivos-mensagens. O que circula é a informação” (idem, p.10) (ZAMPIER, 2007, p; 67).

Por exemplo, as manifestações de junho de 2013 premiram o LPJ para a disputa das ruas e das redes. Peruzzo (2013b), a partir do olhar sobre as experiências dessas manifestações, iniciadas nas ruas pela luta contra o aumento da tarifa do transporte público, defende que um novo tipo de comunicação foi estabelecido, colocando o papel das redes sociais em um novo patamar, estabelecendo redes e comunidades propiciando debates políticos, relacionamentos e inclusive a própria convocatória das manifestações. Para a autora, “os manifestantes usaram meios próprios para se comunicar: simples celulares ou smartphones, redes virtuais e o audiovisual alternativo municiam a sociedade com a informação em tempo real do que ocorria

nas ruas pelo ângulo de novas fontes” (PERUZZO, 2013b, p. 82), possibilitando maior liberdade de expressão dos manifestantes, não dependendo da cobertura da imprensa hegemônica.

Portanto, fica evidente que apesar das vantagens e da necessária presença dos movimentos sociais e populares nas mídias sociais, esse espaço não necessariamente amplia a participação democrática por si só. Mesmo que haja a possibilidade de veicular conteúdos por um valor relativamente barato e haver a impressão de que há uma dispersão e maior possibilidade de conteúdos variados, há de se observar a natureza das opções apresentadas, baseadas “em esquemas fechados de valores, comportamentos e pré-conceitos, estimulando que se estabeleça uma relação de identidade entre a trama e sua subjetividade” (DIAS, 2000, p.172 apud MACIEL, 2010, p. 4).

[...] Pesquisas como a de Hindman (2009) demonstram que a produção e publicação de conteúdo nem sempre se realiza como maior visibilidade, sobretudo com temas relacionados à política. Levon e Manin (2009) comentam que recursos da Internet oferecem a possibilidade de filtrar os gostos dos usuários, priorizando exibir pontos de vista semelhantes. Portanto, mesmo com novas ferramentas e espaços, os movimentos sociais precisam criar estratégias para conquistar tempo e espaço na mídia, oportunidades de comunicação direta com a sociedade, buscando envolver novos sujeitos como uma forma de “construir significado na mente das pessoas” que, de acordo com Castells (2013) é a forma mais eficaz de poder (VOLPATO et al, 2019, p. 367).

Por exemplo, o *Twitter*, uma das mídias sociais mais importantes atualmente, já admitiu que a forma como funciona – os algoritmos da plataforma – fortalecem discursos conservadores²⁰, isso acontece porque “diferentes plataformas de busca ou nos sites de redes sociais, algoritmos, políticas e estruturas de programação cumprem a função de filtrar, classificar e direcionar conteúdo [...] que interferem na circulação de conteúdo. (VOLPATO, 2022, p. 125). Portanto,

[...] Entendemos que movimentos sociais dispõem de inúmeras possibilidades de comunicação que envolvem os meios de comunicação de massa, os ambientes digitais, as manifestações em espaço públicos e seus próprios meios de comunicação. Em cada uma dessas possibilidades, precisam desenhar estratégias para conquistar visibilidade, negociando com os critérios de acesso e as lógicas midiáticas que constroem a ação dos atores que pretendem conquistar um lugar no debate público (VOLPATO, 2022, p. 17).

Além da atuação nas mídias sociais, Coelho e Barbalho (2019) afirmam que é possível observar nas expressões culturais do LPJ estratégias de disputas da sociedade através de uma política cultural, na política institucional, nas intervenções teatrais e músicas em uma perspectiva de ruptura e avanços sociais importantes, apesar de não findarem por si só as

²⁰ Disponível em: < <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2021/10/22/twitter-diz-que-seu-algoritmo-amplifica-discurso-de-direita-mas-nao-sabe-o-porque.ghtml>>. Acesso em: 9 de março de 2023.

estruturas hegemônicas.

3.2. O direito à comunicação e a apropriação das TICs entre os jovens

É direito de todo cidadão se comunicar. A Convenção das Nações Unidas defende que todo jovem tem o direito ao acesso à informação, sob qualquer forma (UNICEF, 1990 apud ANDRADE; ALCÂNTARA; LINHARES, 2015, p. 357, direito muito limitado no Brasil. Do ponto de vista dos jovens, por exemplo, um dos principais movimentos sociais de organização da juventude é o movimento *HipHop*, que surge como uma expressão cultural da juventude negra da periferia das cidades, contribuindo para o amadurecimento da consciência do movimento social da juventude negra (BASTOS, 2020, p. 69), duramente criminalizado, além do papel que esses veículos de comunicação cumprem na subjetividade dos jovens negros ao estabelecer um padrão de beleza branco.

[...] E aí tinha o lado do racismo, em si, que era reproduzido pelos meios de comunicação; você vê crianças brancas, que não eram a maioria onde a gente vivia, mas existia, e elas reproduzindo aquele mesmo racismo que é colocado na TV, que insistentemente glorifica através de padrões de beleza, de boa aparência, a raça do indivíduo branco europeu e menospreza a maioria dessa população brasileira que tem outras características, outros valores, que não eram de forma alguma reproduzidos nesses meios de comunicação. E, quando eles vinham para esses meios, era de forma pejorativa, onde você sempre era o pior, o que fazia errado, o mais feio, o mais enrolado. No caso da mulher: a mulher sem vergonha. Isso foi um causador de problemas pra diversos jovens da minha época, então eu cresci com isso (HONORÉ apud BASTOS, 2008, p. 171 apud BASTOS 2020, 82).

Especificamente do ponto de vista da relação entre juventude e comunicação, na maioria dos casos os jovens são abordados enquanto usuários de produtos midiáticos (BARBALHO, 2013, p. 68).

As transformações que se deram através das TICs provocaram uma mudança de como os jovens se relacionam com a própria capacidade de comunicar, abrindo a necessidade de novas práticas e explicações para esse fenômeno. Há várias formas de participação política, como a institucional/eleitoral, ou consultiva - através de conselhos, mas a pesquisa se refere especialmente aos movimentos sociais e populares. Nesse sentido, são muitos casos de manifestações públicas predominantemente juvenil articuladas através da *internet*, como a Primavera Árabe e o *Occupy Wall Street*, apesar de não se restringirem a esse ambiente (CAMARGO; MAGNONI; MIRANDA, 2018, p. 113).

Foi constituída o que ficou conhecida como cibercultura, espaço onde a internet serve para trocar mensagens e e-mails (MACIEL, 2010, p. 5) e utiliza-se instrumentos de

“independência opinativa, como blogs e podcasts”. Os dispositivos tecnológicos estão muito presentes na vida dos jovens, sendo praticamente uma extensão de seus corpos ao ser o espaço onde estudam, praticam lazer, acessam produtos culturais, assim por diante. Essa proximidade altera as relações sociais, modificando o modo de assimilação de conteúdos e aprendizado (ANDRADE; ALCÂNTARA; LINHARES, 2015, p. 355 e 356), além de derrubar a barreira entre o real e o virtual.

A possibilidade de fazer “várias coisas ao mesmo tempo” na internet, como “acessar o site da banda favorita, ler novidades e ainda conversar com os amigos pelo MSN”, fascinava a acadêmica Patrícia Keiko, em 2005. “A internet consegue suprir as necessidades de qualquer jovem, do intelectual e tímido ao mais ocioso e extrovertido”, registrou. No entanto, não descartava o “grande poder sobre as mentes humanas” que a rede, assim como a televisão - que ela confessava não assistir - também poderia desencadear. “A internet está cheia de subliminiedades, como spams, propagandas de todo tipo. Outro fato interessante é que se você não adere às imposições da mídia, somos rejeitados por sermos diferentes”. Alguma semelhança com o pensamento de Adorno? (MACIEL, 2010, p. 9).

O Comitê Gestor da Internet (CGI.br) divulgou em 2014 uma pesquisa que envolveu 2.261 crianças e adolescentes que tinham entre 9 e 17 anos de todas as regiões do país, sendo 56% da classe C e 47% com renda de 1 a 3 salários mínimos, para aprofundar a compreensão sobre a relação jovem-tecnologia. Naquele período 46% dos jovens que acessavam a internet eram da região sudeste e a centro-oeste era a que possuía o menor indicador (14%). A maioria que utiliza a web é do sexo feminino (56%). Bem como, 79% afirmaram que o início da utilização da internet era para acessar as redes sociais e 87% utilizavam para as atividades escolares (ANDRADE; ALCÂNTARA; LINHARES, 2015, p. 359).

Em 2016, a pesquisa Juventude Conectada destacou que 85% dos entrevistados usavam celular como principal dispositivo de acesso à internet e 49% se conectavam à internet através de rede-wifi mais de uma vez por dia e 45% através de pacotes de dados dos smartphones (3G/4G). A frequência de acesso era de 4,7 dias por semana em média (CAMARGO; MAGNONI; MIRANDA, 2018, p. 113).

O LPJ nasce no Rio Grande do Sul em 2006, mesmo período que ocorre, no Chile, a revolta dos Pinguins, citada anteriormente enquanto referência de organização juvenil, quando ao longo de seis meses, uma série de manifestações de estudantes secundaristas por melhores condições estruturais nas escolas públicas. Houve um papel forte das redes sociais, especialmente os *photologs*, na convocatória e organização dos protestos. Neste ano, 43,4% dos chilenos entre 15 e 19 anos utilizavam internet quase todos os dias (INSTITUTO NACIONAL DE LA JUVENTUD, 2006, p; 126 apud VALDERRAMA, 2013, p. 127). Segundo a Encuesta de Caracterización Socioeconômica Nacional, 61,8% dos estudantes estavam em escolas públicas, das quais 43,9% possuíam acesso à internet (MIDEPLAN, 2006 apud

VALDERRAMA, 2013, p. 127). Aquele período era marcado por uma geração nascida após a ditadura militar chilena, ambiente democrático que promoveu um salto digital no país, por isso, as mensagens instantâneas através de chats e grupos de discussão eram o principal instrumento dos jovens na internet (VALDERRAMA, 2013, p. 128), que serviu para coordenar as ações os protestos, além da identificação com o movimento através de avatares (imagens de identificação virtual) e *nicknames* de apoio ao movimento. A internet também foi importante para difundir informações sobre o movimento (VALDERRAMA, 2013, p. 131), como a quantidade de presos e feridos nas manifestações, feitos conquistados. Os *fotologs* das escolas e pessoais foram importantes para mostrar imagens dos pinguins uniformizados protestando (VALDERRAMA, 2013, p. 132).

Desta forma, os e as estudantes menores de idade, considerados não- cidadãos, instalaram na sociedade e no inconsciente coletivo conceitos pouco conhecidos como “greve virtual”, “protesto online” ou “blogosfera dos pinguins”, mediante os quais transmitiram seus sentimentos, descontentamentos, afetos e ideais. Esta mobilização não somente logrou desestabilizar brevemente um governo democrático e tensionar o domínio da informação por parte dos grandes meios, se não principalmente demonstrou que o Chile, apesar do abismo digital e econômica que o divide socialmente, no ano de 2006 já havia entrado nesse novo entorno digital, marcando um antes e um depois nas formas e estratégias de protesto cidadão (VALDERRAMA, 2013, p. 133).

Ao refletir sobre uma experiência de comunicação de jovens de movimento popular camponês através do Coletivo de Cultura, Juventude e Comunicação do MST, observa-se que utilizam como ferramenta as redes sociais “a fim de se mobilizarem em suas ações políticas e denunciar algum assunto que envolve a política, economia e conflitos sociais” (SILVA, 2015, p. 37), contribuindo para permitir e dinamizar a comunicação entre os jovens de áreas rurais, entre eles e com a sociedade em geral. Além disso, tendo em vista que o principal desafio para a permanência do jovem no campo, enquanto local de produção de vida e alimentos, é a profissionalização e a comunicação popular pode ser um caminho para contribuir nesse sentido.

Através dos diálogos entre os/as jovens e as lideranças seria possível pensar em possibilidades concretas, como a construção de um espaço de trabalho para a efetivação de comunicação rápida, uma rádio comunitária ou uma rede de saberes, utilização responsável de redes sociais. Segundo as juventudes, atividades como essa, viabilizariam compartilhar experiências, divulgar notícias de vestibulares, encontros regionais, estaduais, ou nacionais e criar condições para reflexões sobre projetos que deveriam ser 106 desenvolvidos por esse grupo nos assentamentos (SILVA, 2015, p. 105).

Para tratar de um episódio mais geral, reiteradas vezes revisitamos o que as manifestações de junho de 2013 revelaram sobre a organização dos jovens naquele momento, que começaram contra o aumento das passagens de ônibus, principalmente em São Paulo, e passaram a vocalizar uma série de outras pautas. Para além do que já foi abordado nesse sentido, elenco os principais veículos e motivação de sua utilização, que farão parte fundamental da comunicação do LPJ.

Muitas postagens dos usuários eram mensagens de alerta sobre a ação da polícia, como também mensagens de apoio aos manifestantes e de divulgação dos acontecimentos, já que muitas vezes a imprensa local restringia a informação ou minimizava os fatos, divulgando os atos de vandalismo e não dando enfoque aos acontecimentos. As redes Instagram (rede de compartilhamento de fotos) e o Youtube (envio e compartilhamento de vídeos) serviam de fonte para a população ver o que realmente estava acontecendo e divulgar, muitas vezes em tempo real, informações sobre as manifestações. Assim como o site de busca Google, onde o usuário poderia realizar pesquisas sobre os assuntos para obter mais informações sobre os atos e manifestações. [...] Com a violência ocorrida, a mídia abriu espaço maior para a cobertura das manifestações, inclusive criticando o Estado dada força bruta empenhada contra seus jornalistas e membros da imprensa. Dessa forma, houve uma vontade maior por parte de pesquisadores e estudiosos em acompanhar de perto e tentar entender os conflitos. Vê-se no site, assim, uma iniciativa de estudo e pesquisa dos movimentos sociais e das novas formas de mobilização e comunicação utilizadas pela massa (BERNARDINI; GOBBI, 2013, p. 117).

O primeiro veículo utilizado pelo LPJ, como se verá abaixo, é o blog, que é uma das principais ferramentas do que ficou caracterizado como web 2.0, que possibilitaram qualquer usuário, inclusive os movimentos sociais, ser fornecedor de informações e abrir um canal de conversação. As principais características de um blog envolvem a forma de relacionamento mais horizontal e aberta da blogosfera, possibilitam um instrumento de diálogo e não apenas acesso à informação (LEMOS, 2009, apud D'ANDREA; ALCÂNTARA, 2009, p. 295), através da facilidade e agilidade para a publicação de conteúdos, com linguagem informática para leigos; organização de conteúdo em ordem cronológica inversa; marcação de data e hora em cada postagem (ESCOBAR, 2009 apud D'ANDREA; ALCÂNTARA, 2009, p. 295).

Através do sistema de comentários, abaixo de cada post, abre-se a possibilidade de um diálogo, tanto sobre o assunto relatado no post, como também na troca de opiniões e conteúdos entre diferentes blogs. Vale destacar que o blog possibilita que pessoas com conhecimento mínimo em linguagem de informática criem sua página na web sem custos (D'ANDREA; ALCÂNTARA, 2009, p. 295).

Para abordar a experiência de um movimento social de jovens politicamente antagônico ao LPJ, Volpato (2022) ao compara as estratégias de comunicação em busca de visibilidade do LPJ com a do Movimento Brasil Livre (MBL) por meio de entrevistas com participantes dos próprios movimentos, inclusive com entrevista minha. Abaixo, tabelas que demonstram que a comunicação dos movimentos cumpre papéis parecidos, menos o objetivo que o LPJ tem de “disputar a compreensão que a sociedade tem sobre determinados assuntos”, como já abordado enquanto papel da agitação e propaganda e comunicação. Além disso, desenvolvem atividades parecidas, menos a “ocupação de espaço público” e “monitoramento de páginas de outras organizações em redes sociais” desenvolvido pelo PJ; e “gerenciamento de grupos no Facebook” e “contato com autoridades” desenvolvidos pelo MBL.

Figura 5 – Comparação do papel da comunicação no LPJ e MBL

Quadro 2 - Papel da comunicação nos movimentos

Qual é o papel da comunicação no movimento?	Levante	MBL
Manter os membros do movimento engajados	X	X
Apoiar os processos de formação dos membros do movimento	X	X
Prezar pela coerência entre ações do movimento e sua identidade	X	X
Mobilizar membros, aliados e potenciais apoiadores em torno das pautas ou ações do movimento	X	X
Conquistar novos membros	X	X
Legitimar o movimento, suas ações e suas pautas	X	X
Promover espaços de diálogo entre os membros do movimento	X	X
Conquistar visibilidade para o movimento e suas pautas	X	X
Contribuir para a criação de vínculos identitários entre os membros do movimento	X	X
Produzir e compartilhar informações com a sociedade	X	X
Apresentar para a sociedade as propostas do movimento	X	X
Pressionar o poder político institucional	X	X
Informar sobre as ações do movimento	X	X
Disputar a compreensão que a sociedade tem sobre determinados assuntos	X	-
Atuar na formação da opinião pública	X	X

Fonte: elaborado pela autora (2021).

Fonte: VOLPATO, 2022, p. 146

Figura 6 – Comparação das atividades desenvolvidas pela comunicação do LPJ e MBL

Quadro 3 - Atividades desenvolvidas pela área de comunicação

Atividades desenvolvidas (integralmente ou em conjunto) pela área de comunicação	Levante	MBL
Manifestações de rua, como marchas, passeatas ou protestos	X	X
Ocupações de espaço público	X	-
Atividades de formação dos membros do movimento	X	X
Atividades de acolhimento dos membros do movimento	X	X
Contato com organizações aliadas	X	X
Organização de eventos	X	X
Produção de conteúdo para site e redes sociais	X	X
Manutenção de redes sociais (postagens, interação com seguidores)	X	X
Manutenção e atualização de site	X	X
Produção de texto, imagens, material audiovisual e impresso	X	X
Divulgação do conteúdo produzido pelo movimento em diferentes meios	X	X
Monitoramento de páginas de outras organizações em redes sociais	X	-

Gerenciamento de grupos no WhatsApp	X	X
Gerenciamento de grupos no Facebook	-	X
Monitoramento de notícias relevantes sobre as pautas do movimento em diversos meios de comunicação	X	X
Monitoramento de notícias sobre o movimento	X	X
Análise de como diferentes meios de comunicação representam o movimento	X	X
Assessoria de imprensa (relacionamento com jornalistas, contato com veículos de comunicação, elaboração de releases)	X	X
Contato com autoridades	-	X
Divulgação das decisões tomadas pelas lideranças do movimento	X	X
Análise de como o movimento é percebido pela sociedade	X	X
Definição de estratégias para atuação pública do movimento	X	X
Promoção de espaços de interação (online ou offline) entre membros do movimento no âmbito local	X	X
Apoio à comunicação entre lideranças e membros do movimento	X	X
Apoio à comunicação entre membros de diferentes cidades, estados ou regiões	X	X

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Fonte: VOLPATO, 2022, p. 147.

Volpato (2022) adverte que os processos interacionais das organizações são muitos, que envolvem a combinação de ações diretas nos espaços presenciais com os meios digitais, que esses processos se adequam a depender das situações, inclusive considerando o contexto nacional, estadual e municipal. Aponta que a comunicação dos movimentos tem papel de interagir através de muitos veículos, mas também como espaço de captação de informação e análise. Ademais, envolvem uma diversidade de sujeitos e coletivos que os movimentos se relacionam, internamente e na sociedade, seja com seus militantes, que executam, planejam,

avaliam o cenário, tomam decisões e avaliam os resultados, ou com profissionais da imprensa, apoiadores, inimigos. A autora levanta a existência de uma certa separação entre quem executa e quem planeja os processos de comunicação dos movimentos, com esforços de combinar a visão geral com a específica da comunicação; no LPJ isso se dá através da participação de representantes outros coletivos no coletivo de comunicação e no MBL de membros que pensam a formação do movimento ao pensar a atuação nas mídias (VOLPATO, 2022, p. 148).

As diferentes atividades de monitoramento demonstram uma preocupação com os espaços de visibilidade midiática. Por um lado, indicam atenção ao debate público e às dinâmicas da esfera de visibilidade para embasar a atuação do movimento. Por outro, o monitoramento do próprio movimento mostra preocupação com sua imagem pública e, também, com sua projeção. Entendemos que tais atividades são importantes para estratégias de visibilidade de duas formas: contribuindo para análise de cenário no momento de tomada de decisão, e como indicador da consecução dos objetivos propostos, no momento de avaliação. (VOLPATO, 2022, p. 148).

Ao planejar os escrachos aos torturadores da ditadura militar, primeira ação nacional do LPJ em 2012, o movimento se preocupava principalmente com formas de repercutir a ação ao longo do dia através de seus canais digitais e da cobertura da imprensa, com releases e portavozes, por isso aconteciam logo de manhã para repercutir ao longo do dia (VOLPATO, 2022, p. 167). Isso demonstra o que a autora reconhece como um caráter paradoxal do tensionamento entre certas formas de busca por visibilidade que, ao mesmo tempo, condiciona o movimento a ter uma determinada atuação, reforçando o “incentivo para centralizar as estratégias em torno de indivíduos, pelo exemplo de figuras públicas ou influenciadores que concentram atenção nos meios digitais” (VOLPATO, 2022, p. 189); mas apresenta oportunidades de ser visto e ouvido (VOLPATO, 2022, p. 174). Essa característica não diz respeito apenas sobre as ferramentas utilizadas, mas como utilizá-las. Por exemplo a utilização do humor e apropriação de memes, que predomina como forma de engajamento nas mídias, foi muito utilizada pelo LPJ, principalmente os que ridicularizam – e humanizam – figuras públicas que atacam os direitos dos brasileiros. Ou na abordagem sobre temas de grande circulação na rede como o reality show Big Brother Brasil, para aproveitar a “onda” de engajamento. A questão é que há risco de contribuir no reforço da dimensão individual dos problemas coletivos e muitas vezes reforçando a cultura do cancelamento (VOLPATO, 2022, p. 195), forma de punir os indivíduos que são expostos ao cometer violências, muitas vezes apagando a característica estrutural desses problemas, que devem ser combatidos coletivamente também. Esse reforço de uma lógica individualista e autonomista por meio do próprio funcionamento das redes digitais pode alterar os processos de mobilização, historicamente coletivos, pois os movimentos passam a depender dos recursos digitais para se conectar com indivíduos dispersos. Talvez isso não seja um

problema para o MBL que busca justamente reforçar essas ideias, mas para o LPJ é, pois.

Numa arena orientada por essas lógicas, a atuação política pode ser reduzida a expressão pessoal, que independe da vinculação com outros sujeitos, e ser conduzida por meio da identificação momentânea com uma reivindicação ou denúncia, e não do compromisso continuado com um projeto coletivo (VOLPAO, 2022, p. 199).

A dinâmica das mídias vai fazendo com que o movimento vá alterando sua forma de estar no ambiente virtual, por exemplo, a entrada do TikTok no Brasil, ou na redução da utilização do Facebook que fez o LPJ diminuir sua presença na rede, pois “as dinâmicas de circulação de sentidos em mídias digitais, com velocidade acelerada, também transformam o papel da imprensa” (VOLPATO, 2022, p. 185). A autora, reflete sobre essas mudanças.

No entanto, ocupar novos espaços ou assumir incentivos o quanto antes pode levar a uma prática irrefletida, que não contribui para os objetivos do movimento em longo prazo. Um exemplo trata da entrada do TikTok no país. A plataforma e sua linguagem de vídeos curtos, editados, com formas reproduzíveis e apelo viral logo se popularizam entre os jovens. Isso leva a mudanças nos recursos oferecidos pelo Instagram, com a incorporação do Reels, sua ferramenta de vídeos breves e verticais. Buscando incentivar o uso do recurso como forma de reter usuários, os algoritmos tendem a ampliar as visualizações dos conteúdos que o utilizam. Para ampliar a visibilidade, faz sentido usar o recurso. No entanto, há uma preocupação com o formato que pode contribuir para a personalização do movimento, que orienta seus processos de construção de rede em lógicas coletivas, coerentes com seus pressupostos políticos. [...] Segundo, porque enquanto há um incentivo para dialogar de forma ágil à conjuntura imediata e manter uma produção frequente de conteúdo, se inserindo em 196 discussões sobre os assuntos em alta, responder com rapidez aos eventos políticos significa ter menos tempo para pensar na coerência das mensagens ou como elas contribuem com os objetivos do movimento (VOLPATO, 2022, p. 195).

Ainda sobre as redes utilizadas pelo LPJ, Volpato (2022) destaca que o Whatsapp, principal meio de comunicação interna, corresponde à forma organizativa do movimento, desde grupos mais amplos, grupos das células, coletivos, até os grupos menores de direção. O capítulo seguinte demonstrará como esse processo se desenvolveu historicamente.

Essa estrutura de grupos colabora com a distribuição de circulares, comunicados das instâncias diretivas do movimento, para a sua base. Nacionalmente, o Levante possui perfil nas plataformas do Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Flickr e Tik Tok. As redes sociais são consideradas um desafio por demandarem produção de conteúdo constante e frequente para grupos com características muito variadas, desde os jovens envolvidos em ações nos territórios, os apoiadores, os militantes organizados, até a juventude com a qual o movimento ainda não dialoga e pretende alcançar (VOLPATO, 2022, p. 166).

Por fim, ressalta-se o caráter “educativo, cultural e mobilizatório” (PERUZZO, 2009b) da comunicação popular praticada pelo LPJ, também observada por Silva e Rukowisk (2010), Santos e Crusoé (2015), Araújo (2016), Vingentin (2016), Barbosa (2018), Oliveira (2019), Gomes (2019), para citar alguns. É a partir desses desafios que o LPJ atua.

3.3. Conceitos e práticas que o LPJ incorpora da comunicação popular²¹

A autora, enquanto uma das coordenadoras do movimento no estado de São Paulo, acompanhou uma tentativa de articulação do espaço de direção geral com o coletivo estadual de comunicação. O coletivo estadual possui um membro do grupo de direção do LPJ SP e alguns outros que fazem parte da coordenação estadual – um grupo mais amplo que coordena os trabalhos e troca experiência. Primeiro, realiza-se uma reunião do grupo dirigente estadual, com quem do coletivo pudesse participar, para definir os objetivos e o método da construção de um plano de comunicação estadual, além de levantar conceitos que achavam ser importante abordarem. Depois, o coletivo estadual convidou os dirigentes do LPJ, no caso apenas a autora participou enquanto pesquisadora participante para contribuir na reunião com o coletivo, que envolvia uma discussão sobre o papel da comunicação do movimento, para “coesionar” o que o movimento compreende enquanto comunicação popular para, depois, construírem um plano conjuntamente.

A reunião do coletivo começa com uma mística, com poesias de jovens “sem terra”. Em seguida, o comunicador do LPJ responsável por abrir o debate sobre a comunicação popular apresenta que os objetivos do espaço são: 1) coesionar entre a operativa estadual e o coletivo a leitura sobre a comunicação popular e como ela é construída, ou como deve ser construída no LPJ SP; 2) avançar na elaboração em um plano de comunicação do LPJ SP e 3) identificar limites e potencialidades desse processo, tanto em relação ao aprofundamento das questões políticas, quanto como executar o que estamos debatendo.

João²² começa a exposição afirmando que a comunicação popular é construída pelas classes populares, feita pelos movimentos populares, e está a serviço das classes populares na disputa da hegemonia na sociedade. Lembra que essa compreensão de comunicação popular é dos movimentos populares latino-americanos e que dependendo do espaço, como por exemplo “na academia”, a depender do referencial teórico que se utiliza, essa comunicação popular possui outros pressupostos.

O comunicador segue afirmando que “a necessidade de construir a comunicação popular parte da compreensão que vivemos em uma sociedade de classes e dentro da luta de classes os veículos de comunicação hegemônicos representam a ideologia e os interesses da classe

²¹ Relato da reunião do Coletivo Estadual de Comunicação do LPJ SP, realizada em 13 de março de 2022 através de plataforma de videochamada Googlemeet.

²² Nome fictício.

dominante para manter a estrutura social vigente”, fazendo referência à Karl Marx e Friedrich Engels, em *A Ideologia Alemã*, de que as ideias dominantes de cada tempo são resultado da força da classe dominante. Relacionando essa ideia com a necessidade da comunicação popular, ele explica que os veículos hegemônicos, ou mídia tradicional, os grandes grupos de comunicação – desde televisão, rádio à internet – têm uma tarefa a cumprir na sociedade, de reafirmar a ordem vigente, manter essa sociedade desigual com uma minoria muito rica e maioria explorada. Entendendo que a ideologia capitalista, patriarcal, racista, não é por acaso, nem porque o ser humano é assim. Essa ideologia representa os interesses da classe dominante, que no caso é a burguesia.

A comunicação popular possui um compromisso indissociável dos interesses das classes exploradas, por outro lado, isso determina a comunicação hegemônica como inimiga dos interesses das classes trabalhadoras, mesmo que o LPJ seja noticiado nos jornais por nossas ações, ou os jornais desgastando Bolsonaro, que é uma luta comum, compreendendo que mesmo há conflitos de interesses entre a burguesia, nesses momentos podem haver alianças táticas com a classe trabalhadora. Ou seja, o movimento pode aproveitar o ataque da Rede Globo para desgastar Bolsonaro, desde que compreenda que a narrativa desses veículos demonstra apenas uma parte do que é o governo, como o caráter neofascista, a partir dos seus próprios interesses. Por exemplo, no caso da Rede Globo, representa os interesses neoliberais, com apoio financeiro dos Estados Unidos Da América, tendo sido criada durante a ditadura militar, 1965. Nesse sentido, o movimento não acreditar que esses veículos mudaram de lado e deixaram de ser seus inimigos.

Em seguida, João cita Lima Barreto, em *Recordações do Escrivão Isaías Caminha*, para demonstrar que essa questão da disputa hegemônica existe desde quando a imprensa se organiza dessa forma.

[...] hoje, [a imprensa] é a mais tirânica manifestação do capitalismo e a mais terrível também... É um poder vago, sutil, impessoal, que só poucas inteligências podem colher-lhe a força e a essencial ausência da mais elementar moralidade, dos mais rudimentares sentimentos de justiça e honestidade! São grandes empresas, propriedade de venturosos donos, destinadas a lhes dar o domínio sobre as massas (BARRETO, 1995, p. 51).

Assim, demonstra como a ideia de imparcialidade é uma mentira para manipular a população, como se a imprensa não tivesse lado, como se o que a mídia não noticia, não existe e o que ela noticia ela é a verdade. Por exemplo, cita o papel que os veículos cumpriram do golpe de 2016 a eleição de Bolsonaro, ao incentivarem o antipetismo, ajudando a alimentar a ascensão do neofascismo. Hoje tentam combater o bolsonarismo, pois não têm interesse no fechamento do regime democrático, mas caso achem que seja benéfico esses veículos não

hesitarão em apoiar um golpe, assim como fizeram em 1964, defendendo como uma revolução.

Sobre a comunicação popular e disputa de hegemonia, o comunicador cita Lenin que a partir de Marx e Engels, “retoma o conceito de hegemonia e o aplica a luta de classes na Rússia o começo do século XX”, que apesar de usar pouco essa expressão, o que o revolucionário aponta enquanto forma de organização partidária expressa essa visão. Para ele, a hegemonia seria “a direção comum da aliança entre os dois principais atores envolvidos, que naquele momento eram os operários e camponeses”. Isto é, a hegemonia da classe trabalhadora se expressa através de uma ideologia que representasse a direção comum entre operários e camponeses para a luta política [luta pelo poder].

Por exemplo, [não adianta] usar um jornal para construir hegemonia, se esse jornal não estivesse atrelado a um processo concreto de lutas, organização popular, e tudo mais. [...] Por exemplo, se a gente criar um monte de Instagram e sair compartilhando coisas, não dá para construir essa hegemonia a partir somente da comunicação, a hegemonia se consolida a partir da agitação, da propaganda, da comunicação no processo de disputa do poder na sociedade, no processo de luta mesmo, de organização.

João segue afirmando que esse conceito de hegemonia foi usado na “esquerda mundial” a partir das reflexões de Gramsci, intelectual e militante marxista italiano, preso pelo regime fascista de Mussolini, e durante essa prisão escreve os Cadernos do Cárcere, onde ele se aprofunda sobre a hegemonia. Essa disputa contra hegemônica é construída necessariamente pelas classes trabalhadoras e a comunicação popular deve contribuir com avanços concretos, pois “a comunicação não é o todo da disputa de hegemonia, a comunicação tem que representar, uma expansão desse processo de disputa”.

No caso do LPJ, não devem se restringir aos métodos e moldes hegemônicos, que são feitos com a perspectiva da dominação, ou seja, deve ser a partir da linguagem e formato com o sujeito, local e meio com quem o movimento quer dialogar, aprendendo a usar as ferramentas que possuem acesso, que possui funcionalidade de acordo com os objetivos do movimento.

Em seguida, Helenira²³ afirma que a comunicação popular caminha junto com a estratégia do movimento e, portanto, “não existe comunicação popular fora da perspectiva da tomada do poder”. Essa afirmação é categórica e exclui muitas práticas de comunicação popular, comunitária e alternativa. Aqui, ressalta-se que está sendo abordada a comunicação popular do LPJ em SP, que deve contribuir para a disputa de projeto, propagandeado e agitando o projeto popular.

A comunicadora segue afirmando que a comunicação deve politizar as contradições no

²³ Após essa reunião, a autora faz uma entrevista com a comunicadora, que será abordada nos próximos capítulos.

senso comum e instigar a reflexão crítica e o movimento faz isso usando as ferramentas de comunicação popular, que buscam romper a lógica da grande mídia, que só mostra as informações de forma passiva, por isso ela é importante para os inimigos.

Não é à toa que o povo brasileiro não entende as consequências da privatização de uma empresa pública, porque a mídia burguesa é construtora de opinião pública, através de suas ferramentas, mostrando uma visão distorcida da realidade, mostrando os fatos pela metade e manipulando as informações, suprimindo a voz do povo. A comunicação popular é a contraposição de tudo isso, dando a voz ao povo e enquanto expressão dos movimentos, a partir de uma construção coletiva.

Helenira afirma que, para isso, o protagonismo popular é fundamental, “é o povo informando o povo”, que através da comunicação popular passa por um processo de desalienação, ao olhar para sua realidade enquanto classe, e identifica seus problemas e as saídas e a partir disso desenvolve ferramentas de comunicação para a sua realidade. Ou seja, esse processo envolve muita formação, para que possa se reproduzir essas informações, e é uma ferramenta de trabalho de base, vínculo com o povo e massificação da linha política do movimento.

João apresenta “como fazer a comunicação popular”: primeiro retoma que o coletivo de comunicação do LPJ não é uma agencia de comunicação, é um espaço da organização que reúne militantes que se formam enquanto referência para potencializar a comunicação do movimento. Além disso, o coletivo deve pensar a comunicação de maneira indissociável da estratégia do LPJ – projeto popular para o Brasil – e para a tática, a comunicação deve ter a participação da militância como um todo para pensar essa linha, que é pensada pela direção do LPJ no estado e nas cidades.

Ele ressalta que a participação da militância não deve se limitar a recepção ou distribuição de conteúdo, mas de pensar e produzir o conteúdo, fazendo com que os resultados e o retorno sejam de acúmulo coletivo. Isto é, observar se as campanhas, materiais produzidos estão de fato atingindo os objetivos do movimento. Cita El Comunicador Popular de Mario Kaplún, enquanto referência na comunicação popular e educomunicação e relacionado as ideias de Paulo Freire, pois relaciona comunicação com educação.

João apresenta desvios que devem evitados, isto é, o que não é a comunicação do LPJ. Não encorajar individualismo e a competição, ou projetar indivíduo; não dar mais importância aos efeitos imediatos do que ao processo dos participantes, forçando os resultados – ele explica que os comunicadores poderiam criar espontaneamente campanhas, filtros nas redes, que talvez momentaneamente gerasse algum impacto com mais seguidores e alcance, mas que se esse processo não for construído com os participantes do LPJ, ou não faz parte da linha do movimento, é quase um “individualismo da comunicação”, resultando que os participantes do

LPJ não se reconhecerão em seus materiais, desenvolvendo distanciamento com a linha política.

João ressalta que não se deve confundir comunicação com propaganda, nem reduzi-la agitação, campanha, slogans, ela deve ter um papel de informar, formar, dialogar com o que acontece na realidade, com quem não é organizado; não dar mais importância à quantidade do que a qualidade, ressaltando que Kaplún (1985) já usava a palavra “seguidores”, e que não deveriam ser apenas quantificados, mas deve haver uma análise do significado de seu compromisso – por exemplo, se o LPJ faz um conteúdo que viraliza, ou uma intervenção que repercute na mídia, por melhor que seja, isso precisa ser avaliado qual o saldo político “conseguimos organizar mais gente? Mais parceiros?”. Outra prática a ser evitada é deixar de considerar os destinatários como pessoas, encarando-os como massas que o movimento, de “líderes esclarecidos”, deve liderar, ou seja, evitar apresentar tudo pronto. Por exemplo, imaginar que ao publicar um card, haverá participação massiva, retomando que o movimento faz um processo de disputa da sociedade e a ideologia dominante é contra a classe trabalhadora, a favor da exploração, feita para as pessoas não se rebelarem. Nesse sentido, a comunicação do LPJ deve ser formativa e informativa continuamente, entendendo com quem querem dialogar, a partir de cada objetivo, contexto, ferramenta, linguagem, compreendendo que não irão produzir um material que irá dialogar com toda a juventude brasileira de uma só vez. Reforça que devem evitar planejar a comunicação sem envolver a comunidade, no caso o LPJ, por exemplo chegar com uma campanha para as universidades sem dialogar com as células do movimento que atuam nesse território, reduzindo a participação dessa comunidade em apenas ler, ouvir e executar.

João afirma que no LPJ buscam evitar buscar uma comunicação com centralidade no impacto emocional, informando de forma racional. Por exemplo, se ao construir um material sobre João Doria, ele deve servir para de fato informar a militância sobre o porquê lutamos contra ele, que faça sentido com as lutas que estamos travando, o que só é possível se houver diálogo entre as instancias e o coletivo de comunicação, recebendo demandas, linha política de atuação. Outro exemplo, queriam fazer um dossiê da Polícia Militar de São Paulo, pois havia muitos acontecimentos e poucas condições de repercuti-los individualmente, e para dar uma resposta mais aprofundada, evitando ficar apenas denunciando o que acontece, mas explicando o porquê. Para isso, propuseram para o movimento e, assim, houve a inserção de um militante da frente territorial para a tarefa. Explica, então, que poderiam ter feito sozinhos, mas não saberiam o que a frente territorial tem de acúmulo desse debate como direito a idade, marginalização da juventude negra, e eles não saberiam que a comunicação estava produzindo esse material. Além disso, podem articular com parceiros como jornais locais ou de sindicatos,

rádios comunitárias, nas redes sociais – marcando parceiros nos stories, republicando materiais de parceiros e vice versa. Por isso, os comunicadores devem ter a capacidade de olhar “para o todo” e ter a capacidade de identificar as melhores oportunidades de incidência do ponto de vista da comunicação.

Outro exemplo é que para fazer uma campanha Nós por Nós em uma periferia de Presidente Prudente o LPJ pensou em várias possibilidades de produtos, como material impresso, batalha de rima, carro de som, oficina de grafite; já para dialogar com a juventude universitária da capital, na USP especificamente, devem buscar linguagens e ferramentas diferentes. Em uma universidade privada seria diferente, percebem que muitas ferramentas do movimento estudantil para dialogar com os estudantes é pensada para a universidade pública, onde os estudantes em maior liberdade de diálogo e atuação, por isso o movimento teve que se readaptar. Por isso, não devem achar que há uma receita pronta e qual forma e método irá funcionar em qualquer lugar, independente dos sujeitos e objetivos.

Sobre as ferramentas do LPJ, Helenira²⁴ afirma que todo militante é comunicador e comunicadora popular, não são apenas os que falam bem em público, ou sabem usar Photoshop, porque a comunicação popular também está presente no trabalho de base e agitação e propaganda. Para ela, um desafio é pensar a comunicação nas redes e nas ruas. Helenira afirma que as redes são muito importantes, mas têm muitos limites porque são desenvolvidas na “lógica capitalista”, por exemplo cita quando o Instagram derrubou uma publicação do LPJ SP com a palavra de ordem “fogo nos racistas”²⁵, quando Moíse foi assassinado, “a gente vê uma série de conteúdos racistas que nunca são derrubados”. A lógica dessas redes vai contra os valores do LPJ, do individualismo e empreendedorismo, eles afirmam então que “nas redes estamos no campo inimigo, por isso precisamos fazer um bom debate de como fazer”.

²⁴ Nome fictício.

²⁵ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/levantepopulardejoventude/posts/pfbid0TszgYen39S8MXkYkqej7xHhmdDvyP1xJkWsvqXNCCdjguzG12UhiqoZqgk6FKg7l>>. Acesso em: 10 de fev. de 2023.

Figura 7 – Censura ao escracho que o LPJ fez pedindo “Fogo nos racistas”



Fonte: Página do LPJ no Instagram²⁶

Helenira lembra das oficinas culturais e políticas que o LPJ organizou ao longo de sua história, como de confecção de pipa, estêncil, lambe-lambe, que para esses materiais precisaram construir identidades visuais, mensagens, abrindo possibilidades de diálogo com os sujeitos envolvidos, além de ser uma forma do movimento estar presente no território de forma visual. Por exemplo, se colocam um lambe-lambe sobre assédio no ponto de ônibus uma mulher pode se identificar e, ao mesmo tempo, o jovem que ajuda a colar o lambe-lambe vê o material que ajudou a produzir na sua rua, gerando uma sensação de pertencimento. É uma forma de compartilhar nossa linha e ter saldo organizativo. Essas intervenções performáticas e visuais, como muralismo e grafite, nos prédios, partem da mesma ideia de ocupar visualmente a cidade e estar nesses territórios, e nesse caso a comunicação popular ajuda a massificar essa linha política. Essas ferramentas podem ser utilizadas de diversas formas.

Os fanzines são resultado de um debate sobre os temas e podem ser panfletados, “dois em um”, cabe mais informação que um panfleto, mas não é tão longo quanto um jornal, é muito simples de ser feito, segundo Helenira. O LPJ tem experiência na construção de jornais, como das universidades, escolas, bairros, boletim, o que demanda mais organização e dinheiro. As rádios populares e podcasts, áudios no Whatsapp, que envolve a construção de um roteiro a sistematização de um calendário de uma célula, que pode ser a síntese de um debate, chamam atenção, que fogem da leitura, que se pode ouvir enquanto lava louça, vai pra universidade ou escola.

Maria²⁷ diz que refletiu muito sobre o que foi falado e que acredita que a forma de incentivar a comunicação são as ações como muralismo, estando mais presentes nos territórios.

²⁶ Disponível em: < https://www.instagram.com/p/CZhaWiSLt_6/>. Acesso em: 8 de abril de 2023

²⁷ Nome fictício. Maria é militante do LPJ em São Bernardo do Campo/SP.

Nesse sentido, reflete como a atuação no coletivo pode focar mais na comunicação interna não apenas para atrair para as tarefas da comunicação, mas para que todos se coloquem como comunicadores do projeto popular.

João retoma que é um desafio enquanto coletivo construir orientações a partir dos calendários de luta pensados no estado de São Paulo, pois há dificuldade em meio a sobrecarga conseguir priorizar algumas tarefas do coletivo. Avalia que organizaram alguns plantões de gerenciamento das mídias sociais, mas não conseguiram apontar orientações da comunicação a partir das linhas estaduais. Reafirma a importância de organizar o arquivo de memória do movimento, por exemplo, lembra que já fizeram muitas formações sobre comunicação popular, mas cada vez que fazem tem que começar do zero. Não só da formulação, como o que já foi produzido. Por exemplo, se o Facebook e Instagram forem apagados, nada do movimento estará salvo e não há nada que os assegure juridicamente em relação a esses materiais. Além disso, ele, que está no coletivo nacional de comunicação, comenta sobre esse aspecto, porque percebe que no último período o movimento passou a ter a perspectiva de projetar figuras públicas, ao invés de diversificar os rostos do LPJ. Ele comenta que ficaram definidos três nomes para essa tarefa de sempre fazer as falas e vídeos. João retoma Kaplún e Vitto Gianotti, no sentido de que o movimento não deveria se restringir aos moldes da mídia hegemônica e reforçar o personalismo. Para o LPJ em São Paulo é importante que a comunicação seja participativa, o que não significa que não haja rostos e vozes, mas garantindo pluralidade e que é a própria juventude que define quem são seus porta-vozes. Ele reflete também sobre a tendência da troca de qualidade por quantidade, com ações que geram alcance nas redes, mas são processos momentâneos, que não acumulam politicamente e sem vitórias concretas.

4. A COMUNICAÇÃO DO LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE PARA O DIÁLOGO E EDUCAÇÃO POPULAR

4.1. Os Seminários, encontros e cursos nacionais de comunicação do LPJ

Antes de se tornar um movimento nacional, o LPJ já existia desde 2006 no Rio Grande do Sul. Inicialmente, não havia células do movimento; primeiro, foi composto por jovens dos movimentos, tais como Movimento dos Pequenos Agricultores, Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra e Movimento dos Trabalhadores por Direitos, que apontavam a organização de jovens no Morro Santa Tereza, e jovens da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). A primeira luta organizada por esse coletivo foi a defesa de cotas para pessoas negras e pardas na UFRGS. Neste momento, o LPJ ainda tinha sua atuação com referência nos movimentos que o criaram.

Ao passo que mais jovens ingressaram no movimento, passaram a organizar encontros gerais em Porto Alegre onde dividiam as tarefas para cada ação ou atividade, entre elas, a comunicação. Com o desenvolvimento e crescimento do LPJ, passou a ser necessária a divisão de grupos menores e locais, abrindo caminho para o setor de comunicação do RS, primeiro espaço coletivo dedicado exclusivamente à comunicação do LPJ. Ernesto²⁸, com 36 anos hoje, tinha 19 anos quando entrou no curso de Ciências Sociais da UFRGS e passou a construir o LPJ junto com seu irmão. Ele conta que no início do movimento, a comunicação era exclusivamente operacional, com pouca reflexão, para dar conta da demanda de registrar o que o movimento estava organizando e produzir materiais de agitação e propaganda. Portanto, a comunicação do LPJ não “nasce pronta”, foi se desenvolvendo ao passo que o movimento e as próprias tecnologias iam se constituindo, como conta Ernesto, na mesma entrevista:

Foi um negócio que a gente foi aprendendo a importância que a comunicação tem, né. Porque é isso, a gente estava muito preso, aí conforme foram desenvolvendo as técnicas, as redes sociais, os meios de comunicação, a gente foi aprendendo com o tempo junto, né. Então é isso, primeiro era só agitação e propaganda, colar cartazes na rua, pichar, tirar uma foto e postar no blog para ver se dava uma repercussão. A gente foi entendendo que as redes sociais e as nossas ferramentas de comunicação cumpriam um papel também de ampliar e de divulgar para a sociedade o que a gente fazia no Levante, então a gente entendeu assim a importância de tal forma que a gente criou um coletivo nacional, né, criou o coletivo nacional de comunicação que teve um crescimento exponencial, assim, a partir de das lutas de 2013, né. Foi logo depois das lutas foi o nosso primeiro curso.

²⁸ Nome fictício. Entrevista realizada em 4 de abril de 2023 em São Paulo.

Essa criação improvisada se deu inclusive na composição do principal elemento da identidade visual do LPJ que dura até hoje: o símbolo de sua bandeira, que por si só, junto ao nome do movimento, comunicam uma mensagem. Há uma história mística de como isso se deu, mas Ernesto, que contribuiu na comunicação do LPJ de 2008 a 2016, narra.

Não tinha nenhum debate da comunicação, a gente tinha que divulgar o que a gente estava fazendo. Aí o meu irmão foi uma parte importante nessa na construção da identidade e tal, foi ele que fez o logo como uma proposta assim: “ah, quem sabe a gente não monta um boneco agitando uma bandeira”. E aí para quem não tinha nada, ficou maravilhoso, e aí ficou até hoje, né, o logo [...]. E aí como era uma apenas uma proposta ele fez o preto no fundo branco e ficou essas cores até hoje né. [...] E aí vem toda a montagem do blog também naquela estética para dialogar com o próprio logo.

Em 9 de junho de 2008 é divulgada, no Blog²⁹, uma atividade nacional de jovens sobre o tema da Agitação e Propaganda enquanto caminho de se comunicar com a sociedade através de panfletos, ensaios de teatro e percussão, que afirma.

Tais atividades visaram criar formas alternativas de comunicação com a sociedade, que transpusessem o bloqueio midiático sobre a relação existente entre as grandes corporações e a destruição do meio-ambiente, a elevação do preço dos alimentos, o aumento da desigualdade social, etc.

A participação do LPJ do Encontro Regional de Estudantes de Comunicação do Sul em 2010, com a missão: construir a comunicação popular³⁰.

Em pauta, a comunicação popular em diversas manifestações, da AgitProp aos jornais de esquerda, passando pelo audiovisual independente e pelas políticas de comunicação. Tudo isso recheado com oficinas de Stêncil, teatro, percussão e muralismo.

E uma visita à Casa do Estudante Leopoldense, onde há uma rádio-poste. Lá os participantes do encontro compartilharam com os moradores conhecimentos sobre comunicação em rádio, visando contribuir na construção da programação.

A publicação abaixo, de abril de 2011, desenvolve a relação do LPJ com as práticas de comunicação popular³¹. Um evento chamado de “LevanteCom” no Morro Santa Teresa de demonstra as intenções do movimento: a comunicação é uma arma para a luta. Em seguida, as fotos da atividade e a legenda é perspicaz **“de tijolinho em tijolinho... é assim que se faz rádio comunitária!”**, seguida de fotos de jovens carregando tijolos, depois em roda em discussão, e a foto final do evento aparece, enfim, a camiseta preta com a logotipo branca do LPJ, utilizada até hoje. Alguns desses militantes se tornarão comunicadores e importantes dirigentes nacionais

²⁹ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2008/06/agitao-e-propaganda.html>>

³⁰ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2010/10/fim-de-encontro-missao-construir.html>>.

³¹ Todos os links do Blog do LPJ RS estão sistematizados a seguir. Disponível em: <https://docs.google.com/document/d/1giLrt7cwIAVUs3vKQ4-U1kxeMUq4JH-eZW2mCfUtVHg/edit?usp=sharing>

do movimento após a nacionalização. A publicação seguinte descreve como foi a atividade, em construir literalmente o espaço da rádio, além do debate sobre o seu conteúdo e objetivos. **“O objetivo da rádio é fazer comunicação popular: do povo para o povo” e “viva a luta pela democratização dos meios de comunicação!”**; a foto da publicação está indisponível. A partir dessa atividade, o LPJ organizou a “jornada Che Guevara de trabalho voluntário”, isto é, um mutirão para construir a rádio. Não é a primeira jornada Che Guevara que o movimento organiza, mas essa contribui especificamente para a comunicação. Em uma publicação seguinte eles explicam por que seguir **“o exemplo de CHE e comece já a construção do novo Homem e da nova Mulher através de uma prática cotidiana de luta e do exercício da solidariedade”**. Observa-se que há uma preocupação com a identidade visual na divulgação das atividades. Agora, a tipografia que remete a intervenções urbanas, começa a dar lugar a tipografias gráficas, sem serifa e arredondadas. A referência forte que o LPJ possuía naquele momento à Sepé Tiarajú³² aparece no cocar da imagem do Acampamento da Juventude Campo e Cidade, assim como em Che Guevara, formado por instrumentos de trabalho manual. Ernesto conta mais detalhes da atividade.

Figura 8 – LevanteCOM



Fonte: Blog do LPJ RS

Figura 9 – LevanteCOM



Fonte: Blog do LPJ RS

³² Guarani que liderou revolta no Rio Grande do Sul

Ernesto detalha como foi essa atividade.

A gente tinha uma ideia de criar uma rádio comunitária na Cruzeiro, que é o berço da célula Sul, né, uma célula que é mais popular em Porto Alegre, trabalho de base popular. E a gente ia construir na casa do Ronaldo, no fundo das casas Ronaldo, uma “rádiozinha”, uma peça para colocar um transmissor que a gente não tinha, mas era também um jeito de envolver a gurizada, uma atividade de trabalho de base de mobilização das células já construídas. Então ele fez um mutirão, eu acho que até, não sei se não tá não tava junto tinha a “Jornada Che Guevara de Trabalho”. [...] A gente não tinha transmissor.

Pela primeira vez, um “setor de comunicação do Levante” é mencionado, em dezembro de 2011, ao produzir um vídeo de contraponto a campanha publicitária do Banco Itaú, apesar de “não ter os mesmos recursos técnicos do Itaú, [...] também tem algo a falar sobre o sonho da juventude brasileira”, porém o vídeo não está disponível.

Ao nacionalizar o movimento, a partir de 2011, a comunicação do LPJ também é nacionalizada, deixando de ser produzida apenas no Rio Grande do Sul e passa a ter uma perspectiva nacional. Ernesto relata as principais questões daquele momento.

Aí eu lembro que como nacionalização e a nossa discussão era “tá, e aí? Isso aqui é um blog do Levante, mas ele posta muita coisa do Rio Grande do Sul e a gente precisa ter os blogs dos estados? E aí como criar blog dos estados? Vamos criar um blog nacional? Um site? Como é que vai ser?”. Enquanto a gente discutia isso, foram surgindo outros blogs, surgiu o blog do RN, de Sergipe, pipocaram blogs assim, o que foi “massa”, assim porque tinha uma mesma, eu não me lembro, acho que era do Rio Grande do Sul. [...] Não lembro se foi Rio Grande do Norte ou Sergipe, mas tinha fundo preto e tal assim [...]. Fazia relação.

A relação com a agitação e propaganda foi uma das principais formas de nacionalizar o método, isto é, o jeito de fazer o LPJ. Ao passo que isso vai ocorrendo, o blog do RS, mesmo que local, vai dando espaço para atividades em outros estados, como é o caso do Curso Estadual de Agitprop no Ceará, em agosto de 2011. A construção da comunicação popular em si também contribuiu no processo de nacionalização do LPJ. Desde a constituição de uma identidade e simbologia, até mesmo a construção em São Paulo, que aparece pela primeira vez na participação na Rádio Comunitária Cantareira.

Em maio de 2012 é divulgado um primeiro encontro de comunicadores do LPJ no RS. Em seu Blog, eles afirmam que:

A luta pela comunicação não deve ser separada da luta política, pois só será possível a transformação da sociedade na medida em os meios de comunicação forem democratizados. **Que os donos da mídia não falem sobre o povo: que o povo possa falar sobre si mesmo.**

Figura 10 – Primeiro Encontro de comunicadores do LPJ RS



Fonte: Blog do LPJ RS

Ao todo, houve seis Cursos Nacionais de Comunicação do LPJ, de 2013 a 2018, sem informações sobre o 3º Curso Nacional. Aurora³³ afirma que os cursos eram pensados para serem parte teórica e parte prática, com a presença de pessoas mais experientes do movimento com pessoas mais novas. Os debates teóricos envolvem principalmente a análise da conjuntura política, os desafios gerais do LPJ frente a conjuntura e o papel da comunicação nesse contexto. As oficinas são variadas de acordo com meios e formas que o movimento vai se apropriando ao longo de sua história, começa com blogs, passando pelo audiovisual, redação, fotografia, produção gráfica, segurança nas redes, assim por diante.

O 1º Curso Nacional de Comunicação do Levante aconteceu em setembro de 2013. As manifestações de junho de 2013 tiveram como primeira experiência na inserção do movimento em uma ação aparentemente espontânea. Pode não ser influenciado de forma geral nas manifestações, mas com certeza elas deixaram aprendizados para o movimento. Em convocatória, afirmam que “as manifestações de junho nos mostraram a importância de construirmos um processo de comunicação eficiente para comunicar o nosso projeto tanto para dentro da nossa organização quanto para fora, para atingir a sociedade” (Circular 16/2013 – Curso Nacional de Comunicação do Levante, 2013).

Esse 1º curso teve como objetivos de contribuir com o enfrentamento dos desafios gerais do movimento, construindo a equipe nacional de comunicação, “além de instrumentalizá-la e construir uma linha política mais clara de comunicação”. Assim, o curso deveria formar e coesionar a equipe nacional; capacitar tecnicamente referências para intervenção nos estados, regiões e frentes de atuação; construir uma linha política coesa para a construção de ferramentas de comunicação e definir um Plano de comunicação com metas e responsáveis. Os participantes do curso envolviam uma pessoa por estado, sendo a responsável pela comunicação do estado

³³ Nome fictício. Entrevista realizada em 15 de fevereiro de 2023 via plataforma de videochamada Jitsi.

de forma fixa, de preferência com experiência na área, para contribuir tecnicamente. “Na ausência de pessoas experientes é desejável que venham pessoas dispostas a aprender e que tenham tempo e condições de se dedicar a tarefa”. Os debates previstos para o curso envolviam análise de conjuntura da comunicação, a partir de análise geral, “aprofundar o papel da comunicação na sustentação da ideologia na sociedade”; desafios da comunicação do LPJ, estabelecendo o papel da comunicação na tática do movimento; oficinas práticas de artes gráficas, redação e assessoria de imprensa, oficina de internet – sites e blogs e de vídeos, para estimular uma linha de intervenção única do movimento nas diversas ferramentas. Para falar sobre esses assuntos participaram militantes do LPJ, do MST, da Consulta Popular, do Centro de Estudos Barão de Itararé e do Coletivo Intervezes.

Ernesto³⁴ conta que, do ponto de vista técnico, a principal discussão do curso ainda foi em torno dos *blogs*, que ainda tinham força naquele momento, por isso convidaram muitos assessores com experiência nesse ambiente. De forma geral, desde o primeiro curso, eles cumprem papel muito parecido, apesar da mudança do seu conteúdo ao longo do tempo.

Os cursos nacionais eram isso, um grande momento de reunião nacional, com gente que tinha tarefa da comunicação dos estados, para fazer o seu planejamento anual, para traçar as estratégias de comunicação, para debater mais a fundo questões teóricas da comunicação, não só mais a parte operacional, mas ampliar o conhecimento sobre comunicação mesmo.

O documento “Diretrizes de Comunicação do Levante Popular da Juventude”, que está em anexo, produzida nos marcos do 1º Curso Nacional de Comunicação, consolida os aprendizados do movimento até 2013, bem como corrige o que o movimento considera equivocado. A cartilha demonstra a preocupação e a necessidade de ampliar junto aos participantes do movimento as noções em relação a comunicação nos estados. Começa explicando o que significa “comunicação” em sua origem, a apontando como uma “arma que precisamos saber manusear”. Já no início, o documento aponta a comunicação como estratégica para o movimento, enquanto principal meio de se tornar visível para a sociedade, bem como contribuir na coesão interna e, para isso, não é apenas uma tarefa técnica – apesar de importantes, mas uma expressão das respostas do movimento frente à conjuntura. A comunicação do movimento acontece na dimensão interna, com o compartilhamento de informações e possibilitando o encaminhamento de tarefas operativas, e externa, apresentando o projeto do movimento e aproximando jovens.

O documento parte das afirmações de que: 1) A mídia brasileira transmite as ideias dominantes e que “a internet ainda é um instrumento que nos permite uma comunicação mais

³⁴ Entrevista realizada em 4 de abril de 2023 em São Paulo.

ampla e democrática. Um movimento social que pretende ser referência nas massas deve construir uma comunicação de massas, que dialogue com o seu sujeito e toda a sociedade. A internet é um meio de comunicação importante para o sujeito jovem, que influencia o modo como se relaciona com as pessoas, a sociabilidade e a forma de acessar informações”; 2) Que a produção da comunicação do LPJ não está restrita aos coletivos de comunicação, que é uma tarefa de todo movimento; e 3) a comunicação externa do LPJ é uma ferramenta de agitação e propaganda, que busca difundir ideias contra hegemônicas.

Para isso, o movimento deve se orientar por alguns princípios, como produzir uma “linha de massas”, isto é, buscar falar com muitos jovens, “por isso, nossas notícias e divulgações devem trazer informações relevantes e com argumentos sólidos, de forma plural, interativa, divertida, e comprometida com a verdade” (p. 8); sem perder a conexão com a base através de outras ferramentas de comunicação popular, considerando que “parte importante da nossa base não tem acesso a ela. Muitos jovens da periferia só acessam os computadores em lan-houses. Embora 49% dos brasileiros já tenham acesso à internet em casa, 80% das pessoas pertencentes às chamadas classes D e E nunca utilizaram a internet (CETIC, 2013). Nesse sentido, ferramentas como rádios comunitárias, jornais locais, podem ter um grande poder de enraizamento do nosso projeto” (p.8); além de se articular com outros veículos como Brasil de Fato e Editora Expressão Popular, bem como aproveitar espaços nos veículos como Globo e Folha de São Paulo.

Naquele momento, as principais ferramentas de comunicação interna apontadas foram o mailing (lista de e-mails) e as circulares de orientação interna (com atenção de não compartilhá-las via Facebook, considerando a probabilidade desse material vazar).

Para a comunicação externa, a cartilha aponta principalmente o uso do site; Blogs e o Facebook. Para os blogs estaduais, como já citado o exemplo do Blog do LPJ RS, e na cartilha é demonstrado o Blog de Minas Gerais, e elementos de padronização: “1) Os endereços devem ser padronizados no formato: levantepopular.org.br/siglaestado 2) Todos os blogs devem conter a logo oficial do Levante, de preferência no canto superior esquerdo; 3) Devem fazer referência ao nosso nome completo: Levante Popular da Juventude 4) Os blogs devem ter RSS (não conhece? clique aqui), do site nacional em destaque, bem como do BDF, MST e Expressão Popular” (p.12); a página nacional do Facebook do movimento e páginas estaduais com orientações de padronização, com o exemplo da página do LPJ SP: “1) Endereço: [link - facebook.com/levantepopularpr](https://www.facebook.com/levantepopularpr) 2) Nome: Levante Popular da Juventude – sigla do estado (Ex.: PR) 3) Todas as páginas (estaduais e nacional) devem se curtir entre si para criar uma rede e ampliar nossa repercussão. 4) Todas as páginas devem ter o logo do Levante em sua foto de perfil. 5)

Os setores estaduais de comunicação devem ter uma pessoa responsável por acompanhar as páginas do estado, para coesionar a lista e ter a responsabilidade de coordenar e replicar o trabalho. 6) A página deve manter atualizações diárias” (p. 15), com possibilidade de existência de páginas municipais e locais, “desde que sejam diariamente alimentadas, tenham relevância de conteúdo e abrangência de público. O funcionamento da página estadual deve ser assegurado para que outras páginas sejam criadas. Ou seja, melhor manter a página estadual ativa do que criar outras páginas municipais e não atualizar mais a estadual. Nenhuma página deve ficar inativa ou sem atualizações” (p. 15). Por fim, também sugerem a utilização dos grupos do Facebook, de forma secreta para não vazarem informações, para a organização interna e troca de informações, considerando que muitos jovens não utilizavam e-mails. Além disso, apontam a conta nacional do LPJ no Twitter para repercutir notícias do site, o canal nacional do YouTube, onde haveriam listas de reprodução de vídeos divididas por estados, e os endereços de e-mail para a assessoria de imprensa e comunicação do movimento.

Ao questionarem “como comunicar? De Porto Alegre a Belém, ser Levante. Fazer com que nossos textos, imagens, vídeos, posicionamentos traduzam a linha política do Movimento. Mas como?”, a cartilha descreve uma série de técnicas de comunicação, considerando que muitos que produzem a comunicação do movimento não são profissionais da área, escolhem uma série de pontos que podem ser utilizados na composição de uma notícia. Reunidos, o resultado é um texto comumente chamado pejorativamente de “panfletário”, isto é, um discurso abertamente imparcial. Começam sobre como escrever um texto, principalmente jornalístico, que deve estar de acordo com cada plataforma, com título, lead (principais informações de uma notícia), demonstrando um exemplo. Seguem apontando os principais passos para escrever uma notícia: ver se o assunto é atual e atende à necessidade do público; decidir o objetivo do texto; verificar quem são os leitores e qual a linguagem adequada; reunir material sobre o assunto; produzir um roteiro com tópicos principais com começo, meio e fim; oferecer uma ideia do assunto; ser redundante na informação principal; dirigir-se aos leitores; usar entretítulos a cada 15 ou 20 linhas; reler o texto antes de publicar; evitar a utilização de abreviações; não utilizar um estilo muito rebuscado; evitar o uso de gírias em textos institucionais; evitar frases muito longas, evitar começar frases com gerúndio ou numeral, evitar pronomes de tratamento tipo “senhor”, “doutor”, evitar excessos de adjetivos, evitar repetição de palavras no meio do parágrafo, evitar a voz passiva na composição sintática da frase, evitar redundâncias; ter atenção com identificar as fontes. A seguir, apontam formatos possíveis de textos, todos jornalísticos: nota, notícia, reportagem e entrevista.

Sobre a linguagem adotada pelo movimento naquele momento, apontam que devem ser

capazes de dialogar com os jovens de diferentes realidades, através da mística, da luta e da alegria, portanto as palavras usadas deveriam ser mais simples e bem humoradas, sem perder o conteúdo político. Além disso, apontam a necessidade de uma identidade visual única, “para que a sociedade nos veja como movimento nacional” (p. 25), respeitando a diversidade regional. Nesse período, por exemplo, havia uma série de logotipos do LPJ adaptados a identidades regionais e estaduais. Ainda sobre o logotipo, deve ser principalmente preto e branco, com a possibilidade de utilização de outras cores ao fundo, e aplicado em todos os materiais do movimento, “a figura humana, com traços curvos, visa contemplar todos os gêneros. Está em marcha e representa o ato de levantar uma bandeira, símbolo histórico dos movimentos sociais. Nela, está inscrito o nome «Levante Popular da Juventude», representando que não carregamos uma pauta única. Em nossa bandeira, cabem todas as pautas que afetam a vida da juventude brasileira” (p. 26), além disso chamam atenção para o cuidado de não distorcer a imagem do logotipo, não colorir a parte branca, não colocar contorno e não mudar a frase escrita. A tipografia não foi padronizada, mas “recomenda-se escolher fontes sem serifa, mais urbanas, menos rebuscadas, que dialoguem com a juventude” (p. 28), evitando as fontes “fantasia” (que parecem desenhos) e a utilização de mais de duas fontes no mesmo material para evitar poluição visual. Combinados a esses elementos, são consolidadas algumas simbologias ligadas ao movimento “São eles: - Chita - Muralismo - Grafite - Stêncil – Batucada” (p. 29).

Sobre a produção audiovisual, chamam atenção para a qualidade das imagens, além de evitar mostrar o rosto de militantes em ações “radicalizadas”, como as pichações. Para os vídeos, recomendam os militantes treinarem antes, conhecendo bem o equipamento a ser utilizado, um cuidado especial com os arquivos, dando dicas de como não os perder.

Por fim, a organicidade, isto é, a forma de organização interna da comunicação do movimento. Apontam que cada estado deve ter pelo menos um responsável pela comunicação, que compõem o setor nacional de comunicação. O setor nacional de comunicação se divide em “1) Conselho editorial 2) Site 3) Redes sociais 4) Artes gráficas (cartazes, imagens, diagramação) 5) Audio-visual (vídeos, músicas, entrevistas em áudio, rádios) 6) Assessoria de imprensa*” (p. 36). Além disso, o setor deve buscar sempre as pautas a serem abordadas pela comunicação do movimento, pois “essa questão envolve diretamente a discussão estratégica do movimento e como nos posicionamos frente a conjuntura” (p. 36). Ao final da cartilha sugerem sites com informações úteis para os/as comunicadores/as.

Nesse período, o LPJ foi muito influenciado por coletivos de comunicação,

principalmente o Mídia Ninja. Aurora³⁵, responsável pela comunicação do LPJ a nível nacional de 2016 a 2018, afirma que mesmo sabendo que haviam divergências sobre a linha da comunicação, o LPJ concluía que tinha muito a aprender com o Mídia Ninja, especialmente do ponto de vista técnico.

Os Ninjas, inspirados na ética hacker e na cultura digital, tomaram como prática o “hackeamento” das narrativas, o que significa dizer que, além de produzirem um contra discurso em torno do sentido das manifestações, também pautaram a mídia corporativa e os telejornais em alguns episódios, notadamente o que revelou policiais infiltrados à paisana jogando coquetéis molotov na multidão, entre outras práticas arbitrárias (implantação de “provas”, abusos policiais, etc) (SARTI apud BOGADO, 2018, p. 25).

A Mídia Ninja contribuía com um dos aspectos que o LPJ queria expressar através da comunicação: a denúncia de injustiças vividas, naquele momento especialmente na repressão sofrida em manifestações, enfrentada há muito tempo, mas omitida pelos grandes veículos de comunicação de massa. Sobre essa relação, Aurora conta que havia a compreensão de que o LPJ e o Mídia Ninja tinham linhas políticas diferentes, mas havia um profissionalismo na comunicação que precisávamos nos apropriar, eles eram referência na comunicação de jovens daquele período, três anos depois de junho de 2013. Foi uma aproximação consciente para aprender com eles sobre a inovação, tecnologia, uma identidade diferente nas redes, além de aproximação com artistas, pois eles são um marco na comunicação da esquerda, principalmente nessa perspectiva reativa das pautas da conjuntura.

Em 2014 o LPJ organiza I Seminário Nacional Che Guevara, com o objetivo de aprofundar a reflexão estratégica do movimento, após a nacionalização, construção das frentes de trabalho, e se tornar referência frente a outras organizações, e para preparar o 2º Acampamento Nacional, que ocorre em abril, que possibilitou o movimento avançar em sua estrutura organizativa, que ainda era muito fluida naquele momento.

O 2º Curso Nacional de Comunicadores do LPJ³⁶ aconteceu de 14 a 16 de novembro de 2014, em São Paulo, e teve como objetivos formar e coesionar os/as comunicadores do Levante nacionalmente; capacitar tecnicamente referências para intervenção nos estados, regiões e/ou frentes de atuação; profissionalizar a comunicação do Levante; criar uma identidade nacional para nossas ferramentas. O curso contou com análise de conjuntura geral para aprofundar no papel da comunicação na sustentação da ideologia da; avaliação da comunicação do LPJ, com análise desde o último curso de comunicação, apontando pontos que precisam ser melhorados, estabelecendo o papel da comunicação na construção tática do nosso movimento e os desafios;

³⁵ Nome fictício. Entrevista realizada pela autora em 14 de fev. de 2023.

³⁶ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/BAXJtA1xdmO/>>.

oficinas para estimular através da capacitação técnica uma linha clara de intervenção nas diversas ferramentas com unidade a partir da nossa demanda política de organização da juventude, foram de redação, arte visuais, gerenciamento de redes sociais digitais, audiovisual; uma roda de conversa entre os comunicadores para trocar experiências com outros movimentos no que tange a comunicação e discussão sobre o plano de construção e organicidade da comunicação.

Para citar um exemplo estadual, em uma circular interna que indica ser a primeira do coletivo de comunicação de SP, de 2014, produzida pela autora que estava assumindo naquele momento a responsabilidade pela comunicação em SP, demonstra como a cartilha nacional se desenvolveu a nível local. Neste momento já havia um coletivo anterior, mas pouco conhecido pelo conjunto da organização. O documento inicia afirmando o esforço que tem sido feito para consolidar o coletivo estadual de comunicação, considerando que é um trabalho de extrema importância para uma organização que se propõe a organizar as massas de jovens com qualidade militante e que isso se dá quando o sujeito compreende que seu Projeto de vida está atrelado a um Projeto histórico-social. Assim sendo, propõe que o coletivo de comunicação de SP seja composto por uma pessoa por cidade e cada célula deve encaminhar uma pessoa para ser a referência da comunicação da sua célula (que será como comunicadora da célula), ou seja, quem faz a cobertura dos eventos das células, produz relatos sobre elas, textos.

Ressalta a preocupação de que é importante que cada célula avalie a sua própria realidade para indicar as pessoas que acompanharão o setor (isso se aplica no caso de células que estão com poucas pessoas e as mesmas já acompanham outros coletivos e/ou setores estaduais). Do ponto de vista da comunicação interna estadual, os grupos de Facebook servem para ajudar na comunicação entre as pessoas. “Pode e deve ser usado! A dica que demos é que devemos estar sempre atentos se as pessoas que estão no grupo, continuam contribuindo para o assunto ali discutido, pois grupos poluídos não ajudam”, por serem abertos não devem ser publicadas relatorias e pautas nesses grupos; praticamente todo coletivo/setor/instância do Levante possui um grupo de e-mail. “É um ótimo meio de comunicação, especialmente para compartilhamento de relatorias, pautas e circulares. Cada pessoa responsável pela comunicação da sua cidade deve fazer um levantamento dos e-mails dos militantes para passar para a Secretaria Estadual”; atrelado ao e-mail da Coordenação Estadual, existirá um calendário estadual unificado, onde cada responsável pela comunicação das células deveria inserir nesse calendário todas as atividades das células, garantindo que o estado todo possa acompanhar o andamento das células; o coletivo de comunicação possui uma conta no Dropbox, uma “núvem”, onde haviam links para as cidades armazenarem seus materiais, a proposta era que

fosse o local para armazenarmos fotos, relatos, textos, etc e ao mesmo tempo ser o local de onde a comunicação estadual identifica conteúdo para postagens.

Depois, sobre a “comunicação externa”, afirma-se que um simples texto de 3 parágrafos produzido por militantes do LPJ pode ser usado no blog, Facebook, boletim/revista, enviados à imprensa. Apontam que alimentar a página estadual do Facebook é uma tarefa do coletivo todo, a partir dos registros das células, e compartilhar nas páginas as atividades locais, assim como todo militante deveria curtir a página, além de convidar amigos para eventos, comentar e compartilhar as publicações das páginas do LPJ. Afirma que o blog de SP fica explícita a importância de todas as cidades contribuírem e produzirem material (texto, foto, vídeo) e armazenar no Dropobox, garantindo que teremos material próprio do movimento para inserir no blog. Fazem a proposta de uma revista para contemplar a demanda de material gráfico, distribuir e ajudar o setor de finanças, além de ser um material para fazer trabalho de base, formação e propagandear o movimento. O boletim serviria enquanto a revista não fosse viabilizada, para que não ficassem sem nenhum material. Para o Youtube apontaram a necessidade de unificar os canais que tinham espalhados com vídeos do movimento e passar a usar apenas uma conta como um meio para propagandear nossos vídeos de atividades e produzir um programa, como um “vlog”. Muito do que planejado não aconteceu. O calendário unificado, e a revista principalmente. Percebe-se que é comum muitos planos e execuções menores, mediadas pela realidade.

Nesse caso, logo após esse debate, ocorreu o 2º Acampamento Estadual do LPJ SP, um encontro para 500 jovens em São Carlos/SP, em dezembro de 2014, que se tornou prioridade frente aos planejamentos específicos da comunicação. Para expor um exemplo de contradição e divergência nos processos, a autora encontrou uma troca de e-mails, com a avaliação que fizemos do 2º Acampamento Estadual do LPJ SP. Em SP, também estão presentes os militantes com tarefas nacionais e, naquele momento duas delas se somaram à construção do nosso acampamento. No e-mail, se desenvolve uma divergência em relação à identidade visual do acampamento, que inicialmente teria uma tipografia diferente da utilizada nacionalmente, e com os bonés de aba reta que havíamos feito pela primeira vez no LPJ, como demonstro abaixo.

Figura 11 - Proposta inicial logotipo - 2º
Acampamento Estadual LPJ SP

LEVANTE
POPULAR DA JUVENTUDE

Fonte: Grupo da comunicação do LPJ no
Facebook

Figura 12 - Identidade final - 2º
Acampamento Estadual
LPJ SP



Fonte: Grupo da comunicação do
LPJ no Facebook

De 18 a 25 de janeiro de 2016 ocorreu o 4º Curso Nacional de Comunicadores³⁷ do LPJ em São Paulo, com os objetivos de ampliar o coletivo de comunicação nacional do Levante; coesionar e capacitar os integrantes do coletivo; capacitar tecnicamente referências para intervenção nos estados, regiões e frentes de atuação; atualizar a linha política para construção de ferramentas de comunicação; discutir a organicidade da comunicação do LPJ, estabelecendo

³⁷ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=S5NlcBzCwuY> >.

metas e responsáveis; iniciar um processo de discussão sobre a identidade do LPJ. A princípio, cada estado indicaria duas pessoas responsáveis pela tarefa a nível nacional, além do coletivo nacional de comunicação, e o coletivo de agitação e propaganda também acompanhar o curso. A análise de Conjuntura da Comunicação, analisando a partir da análise de conjuntura geral para aprofundar sobre o papel da comunicação na sustentação da ideologia da sociedade teve a contribuição do Centro Popular de Mídia (CPMídias), ligado ao MST, onde atualmente é produzido o Portal Brasil de Fato e do Centro de Estudos Barão de Itararé. Sobre a importância de o movimento comunicar, compartilhando as experiências desses movimentos de como a comunicação pode ajudar na luta cotidiana é convidada a jornalista Laura Capriglione pelos Jornalistas Livres, o CPMídias e a Revista Fórum. Para as oficinas práticas, que têm como objetivo “estimular através da capacitação técnica uma linha clara de intervenção nas diversas ferramentas com unidade a partir da nossa demanda política de organização da juventude”, organizaram oficinas de Artes Gráficas com militante do LPJ, de gerenciamento de redes sociais com a CUT, de vídeos com militante do LPJ, oficina de desenho com o cartunista Vitor Texeira, de segurança nas redes com o CPMídias, de fotografia com o Eixo e oficina de Guerra de Memes/Disputas de narrativas / imaginários/Terrorismo poético com Pedro Inoue. Flickr do curso³⁸.

Para Aurora³⁹, esse curso foi importante pois aconteceu em um contexto de um golpe político, com uma nova relação sendo constituída, a Casa Fora do Eixo, estabelecendo relações para além do LPJ. Naquele momento, haviam muitos assumindo a tarefa recentemente e a principal marca do curso foi o esforço de constituir aquele grupo enquanto um coletivo, ficando o planejamento concreto para posterioridade. Esse período foi marcado pelas orientações do “Manual da Comunicação do Levante”.

IDENTIDADE VISUAL | ORIENTAÇÕES COLETIVO NACIONAL DE COMUNICAÇÃO DO LEVANTE

O Levante se expressa também através de sua identidade visual e, por ela, se comunica. Faz parte dessa identidade alguns elementos visuais como a logotipo do Levante, a tipografia, e as cores que usamos, que definem o estilo, a natureza, a atuação e os sujeitos do Levante. É preciso manter uma unidade visual em tudo que é produzido pelo Levante para que a sociedade possa nos reconhecer através dos nossos materiais antes mesmo de verem a assinatura da organização nas nossas peças gráficas.

LOGOTIPO

Trata-se da nossa assinatura institucional através de uma representação gráfica. É através dela que quem é e quem não é do Levante irá se reconhecer. Ela deve estar presente em nossas peças, intervenções e nos momentos que formos nos apresentar

³⁸ Disponível em: <

³⁹ Nome fictício. Entrevista realizada em 15 de fevereiro de 2023 via plataforma de videochamada Jitsi.



para a sociedade. **Devemos usar nossa Logo em duas variações de cor: preta ou branco.** Além disso, devemos alguns cuidados no momento da aplicação e em possív alterações.

CUIDADOS NAS APLICAÇÕES:



Não esticar ou achatar



Não colocar contorno



Não usar outras cores



Não colorir a logo

SETORES:



LGBT



MULHERES

OBS: Devemos garantir a manifestação das características regionais de nosso movimento de outras formas que não sejam pela variação da logo, alterar seu conteúdo interfere no processo de identificação do Levante. Em nossas camisas, faixas e peças devemos usar SEMPRE o logotipo oficial.

TIPOGRAFIA

Para que se mantenha uma identidade e nossas artes possam ser reconhecidas de acordo com sua diagramação, o Levante tem 4 tipos de fonte padrão. Recomenda-se que nas artes exista uma linha de prioridade em relação a organização e tamanho de fonte de acordo com o objetivo, para que quem estiver olhando a arte crie um caminho de leitura ao visualizá-la. Nossas fontes são: *Garaje 53*, *Exo*, *Open Sans* e *Fugue*.

DICAS

Alinhamento: Evite alinhamento centralizado em textos longos. O excesso de espaço branco nas laterais tende a fazer a pessoa se perder. Opte por textos alinhados a esquerda, sem justificar (caso as palavras fiquem com espaçamento grande d e m a i s entre elas).

Contraste: Nunca utilize tipo claro em fundo claro, ou tipo escuro em fundo escuro. Opte sempre pelo contraste. Para impressos, o melhor é sempre letra preta no papel branco ou fundos claros, que permitem maior leveza na hora da leitura.

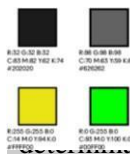
Categoria de fonte: Priorize as fontes mais secas para os textos longos, elas permitem uma melhor leitura. Fontes mais trabalhadas, como *Garage 53* e *Fugue* devem ser usadas para títulos e chamadas. É recomendável, nos materiais, não misturar mais de 3 tipos de fonte.

NOSSAS CORES

Junto aos outros elementos, nossa paleta de cores terá a função de criar uma identidade única ao nosso movimento, variando de acordo com a necessidade. Nos nossos materiais, as cores vibrantes - como o amarelo, o verde neon e o laranja - representam a energia e a força da juventude na hora da Luta, o preto e o branco serão usados em

momentos que existam maior seriedade.

CORES QUE GERALMENTE USAMOS:



diagramação, quando houverem cores padrões pré-terminada campanha, deveremos optar pelo uso dos

PADRÕES DE COR

Os padrões de cor mais utilizados no design são o **CMYK** e o **RGB**, cada um com sua particularidade:

CMYK: corresponde às iniciais em inglês das cores **Cian** (ciano), **Magenta** (magenta), **Yellow** (amarelo) e **Key** (preto). Esse tipo de padrão é mais utilizado para impressão em papel, pois é baseado em pigmentos

RGB: corresponde às iniciais das cores **Red** (vermelho), **Green** (verde) e **Blue** (azul). É o tipo de padrão utilizado para comunicação virtual, como em computadores, já que se utiliza da luz para formar as cores.

DIMENSÕES E TIPOS DE ARQUIVOS

Dimensionar os arquivos no tamanho correto é fundamental para que nosso material final saia com qualidade, assim como tipo de arquivo em que será salvo (.png, .jpg, .tiff etc).

TIPOS DE ARQUIVO

JPG: possui uma altíssima taxa de compressão capaz de fazer com que um papel de parede com resolução Full HD (1920x1080) ocupe apenas 100 KB em disco, mas isso só é possível porque a compressão joga fora parte da qualidade. Não é o formato recomendado para quem deseja fidelidade nos detalhes de suas fotos e imagens. Não deve ser utilizado para salvar nossos materiais veiculados nas redes sociais.

PNG: suporta milhões de cores em vez das poucas centenas do formato anterior. Suporta também fundo transparente, compressão sem perdas, é o formato que geralmente utilizamos para salvar nossos materiais de redes sociais.

PSD: é indicado principalmente para usuários das versões do Photoshop por possuir suporte a máscaras, modo CMYK, camada de texto, canais alfa e outras ferramentas avançadas. Salvar a imagem inicial em PSD permite manter a estrutura original e gerar outros formatos (como JPEG, PNG, assim por diante) conforme a necessidade.

PDF: permite uma maior segurança na hora de enviar o arquivo para a gráfica. Por se tratar de um arquivo fechado, impede alterações acidentais de tipografias, alinhamento, cores, entre outros. Sempre envie o arquivo para a gráfica em PDF.

TAMANHOS

No Photoshop, é possível criar um novo arquivo já com formatos e tamanhos predeterminados, como o tamanho do papel, por exemplo. Outros, como os tamanhos de arquivos para redes, seguem um padrão que nem sempre estão presentes nos programas de diagramação. Manter o tamanho de acordo com o exigido para cada tipo de peça gráfica influencia diretamente na qualidade, evitando distorções.

É possível encontrar as fontes e outros elementos da IDV do Levante para download aqui: [link retirado pela autora para preservar o movimento]

Após o 4º Curso Nacional, realiza-se um encontro estadual para “socializar os acúmulos do curso nacional e conhecer carinhas novas”. Ali é proposta uma forma de organizar a comunicação no LPJ em SP (um grupo operativo pequeno e um grupo maior com comunicadores no estado) e propõe representantes de SP para o coletivo nacional que estava

sendo recomposto. Ao convidar a militância para esse encontro, o texto abaixo é enviado, partindo de um planejamento estadual feito em 2014.

Tarefas e funções da comunicação do Levante Popular da Juventude - SP

A princípio, esse texto tinha como objetivo explicar, de forma objetiva e sintética, quais são as tarefas e funções que temos desempenhado na equipe de comunicação do Levante Popular da Juventude do estado de São Paulo. Porém, ao longo de sua escrita, percebi que esse material pode fazer parte da formulação de método de organização do Levante. Percebendo isso, sua proposta passa a ser avaliar o processo de construção que tivemos na equipe de comunicação estadual nos últimos meses, e qual será a partir daqui.

Primeiro planejamento

De início, dividimos as tarefas da comunicação sendo elas o gerenciamento e produção para cada ferramenta que utilizamos ou utilizaríamos para cumprir as demandas da equipe.

São elas: Facebook, Canal no Youtube, Blog, Material Impresso (uma possível revista).

Percebemos que, com essa divisão, conseguimos garantir a alimentação constante de cada um desses instrumentos, já garantindo um avanço nas nossas produções, divulgações ou repercussões.

Mas observamos que essa metodologia não garantiu que produzíssemos conteúdo de forma intencionalizada, inseridos em campanhas pensadas estrategicamente. Apenas fomos procedendo conforme as demandas iam surgindo.

Segundo planejamento

Na reunião do dia 02 de maio de 2015 identificamos 4 categorias de tarefas que temos que enfrentar, e nos dividimos para cumpri-las.

O fato de termos referências para cada ferramenta foi positivo, por isso decidimos manter pessoas para continuarem nessa tarefa. O Facebook, por exemplo, precisa de movimentação constante, e o Blog, precisa que alguém poste os materiais – e o acesso à ele é mais complicado.

Fiz uma pesquisa superficial sobre os temas, usando inclusive a Wikipédia como fonte. O objetivo aqui não é conceituar de forma científica cada ponto, mas compreender como cada função da comunicação se adequa à realidade de um movimento social.

No mundo do trabalho, o Jornalismo, a Publicidade e Propaganda e as Relações Públicas são áreas profissionais que cumprem o papel de reproduzir a ideologia dominante (burguesa) para a massa.

O Jornalismo, desde a escolha da pauta, até as fontes entrevistadas cria uma realidade a partir do ponto de vista da linha editorial de cada jornal, cuja formulação provém da linha ideológica da família que possui o meio.

A Publicidade e a Propaganda constroem um discurso ideológico a fim de vender as mercadorias produzidas pela burguesia. Além de cumprirem o papel de criar necessidades inexistentes para a produção e reprodução da vida humana, também é um elemento central para a Indústria da Comunicação que lucra milhões todos os anos. Já as Relações Públicas, cumprem o papel de articulação do setor privado com ele mesmo, e com o setor público – os lobbys, são exemplo disso. Também têm o papel de criar a imagem externa de seus clientes.

Essas funções foram desenvolvidas historicamente para atender as demandas em cada conjuntura do mercado. Mas não podemos negar que fazem parte de uma ciência – Comunicação Social – que pode e deve ser apropriada pelo povo.

Essas três áreas fazem parte da superestrutura do sistema capitalista, mas pode ser subvertida aos interesses da classe trabalhadora.

Abaixo segue, então, as 4 tarefas que observamos que temos desempenhado, a partir de uma leitura mais conceitual do que é cada ponto, como se adequa à nossa realidade e quais seriam, concretamente, a forma que seria operacionalizada.

1. **Assessoria de Imprensa:** Sua principal tarefa é tratar da gestão do relacionamento entre o Levante Popular da Juventude e a imprensa.
 - Estabelecer relações sólidas e confiáveis com os meios de comunicação e seus agentes, com o objetivo de se tornar fonte de informação respeitada e requisitada

- Apresentar, firmar e consolidar as informações pertinentes aos interesses do Levante no contexto midiático local, nacional e internacional.
 - Capacitar o Levante e outras fontes de informação institucionais a entender e lidar com a imprensa (porta-vozes).
 - Suas principais ferramentas são: Press-releases, Mailing List, Dar entrevistas
2. **Cobertura:** Essa tarefa está ligada à, principalmente, a cobertura dos nossos atos e atividades num geral.
- Garantir os equipamentos necessários para a cobertura adequada em cada atividade (câmeras, celulares, internet, etc).
 - Garantir a divulgação e repercussão dessas atividades.
 - Essa tarefa pode ser cumprida através de várias mídias: textos (jornalísticos, narrativos, interpretativos, argumentativos, etc), vídeos, fotos, etc.
3. **Publicidade e campanhas:** Divulgação de lutas e campanhas junto ao público, tendo em vista induzi-lo a uma atitude dinâmica favorável. Nesse sentido geral, a publicidade é parte da técnica de comunicação.
- Publicidade é um termo que pode englobar diversas áreas de conhecimento que envolvam esta difusão, em especial atividades como o planejamento, criação, produção e veiculação de peças publicitárias. Essa tarefa se aproxima muito do debate que fazemos em relação à Agitação e Propaganda. Precisamos avançar no sentido de entender de fato o que é tarefa da comunicação, o que é da Agitação e Propaganda, ou se seriam a mesma coisa.
 - Anúncio publicitário é um gênero textual que tem a finalidade de promover a nossa organização, ou uma luta, ou campanha. A linguagem dos anúncios publicitários adapta-se ao perfil do público ao qual eles se destinam a um suporte ou veículo em que eles são publicados. A fim de alcançar seu objetivo, o publicitário utiliza inúmeros recursos da língua portuguesa, como: figuras de linguagem (metáfora, prosopopeia, etc.), Onomatopeias, Ambiguidade (duplo sentido), variedades linguísticas (gírias, linguagem técnica...), Verbos no imperativo, Variação gráfica de letras, Textos informativos, Recursos sonoros, Ironia, Imagens.
 - Pode ser constituído por linguagem verbal e linguagem não-verbal.
4. **Relações Públicas:** Relações Públicas é a atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo para estabelecer e manter a compreensão mútua entre o Levante e os grupos de pessoas a que esteja, direta ou indiretamente, ligada. Aqui, não seria a tarefa de articulação política, da qual cabe à Executiva Estadual proporcionar, mas sim a nossa comunicação interna e a relação da equipe de comunicação com o restante da militância.
- Cabe à esse comunicador conhecer, administrar e garantir as ferramentas da nossa comunicação interna: grupos do facebook, grupos de e-mail (junto à secretaria), o calendário online, grupos de whatsapp, DropBox etc.
 - Um dos nossos grandes desafios é proporcionar ao geral da nossa militância o conhecimento básico das ferramentas e meios de comunicação que temos. Por isso pensamos em viabilizar em uma nuvem os arquivos de programas profissionais de edição e produção e tutoriais sobre como usá-los.

Espero que esse texto nos ajude no processo de construção e consolidação da equipe de comunicação do estado de SP do Levante Popular da Juventude, e que avancemos no sentido de cumprir essas tarefas e, no processo, identificar se elas estão de acordo com as nossas demandas.

Juventude que ousa comunicar, constrói o Poder Popular! Mídia Livre, venceremos!

Em fevereiro de 2016, afirmou-se, então, que a comunicação do LPJ em São Paulo estava se organizando a partir do desafio de garantir que os militantes conheçam a organicidade e as referências da comunicação; para identificar quem constrói a comunicação localmente e

pode contribuir a nível estadual; para compartilhar os acúmulos do curso nacional realizado em janeiro daquele ano; e avançar nas formas de fazer comunicação popular, enraizando o debate e a prática desse tipo de comunicação no LPJ em SP. A circular de convite para o 1º curso estadual de comunicação do LPJ em SP, maio de 2016, aponta que o objetivo do curso “é instrumentalizar nossos militantes (que projetamos) na tarefa da comunicação nas cidades e no estado. Portanto, a escolha dos participantes do curso pelos coordenadores municipais e células deve seguir principalmente esses critérios”. Não por coincidência, o curso possui objetivos e debates muito parecidos com os cursos nacionais, com análise de conjuntura da comunicação, com o CPMídias; oficinas de artes gráficas e audiovisual simultâneas, com participantes do próprio movimento; debate sobre mídias sociais: o que é e como usar? Com a CUT; debate sobre organicidade da comunicação estadual, que naquele momento estabeleceu que haveria um grupo amplo com os comunicadores do estado e uma “operativa”, grupo menor que daria dinâmica às tarefas. A circular é assinada pelo coletivo estadual de comunicação e executiva estadual, o que indica que houve uma participação do grupo de direção ao pensar o curso, a forma de organizá-lo.

Em junho de 2016 aconteceu o encontro de comunicadores da Frente Brasil Popular (FBP), da qual o LPJ participou, como parte da articulação gestada nas manifestações contra o Impeachment de Dilma, surge a necessidade de coordenar as ações de comunicação das organizações. Com os objetivos de organizar e fortalecer nacionalmente a rede de comunicação da FBP; potencializar veículos/mídias que a FBP conta hoje e pode vir a contar; unificar a narrativa e construir a unidade, as organizações indicaram pelo menos dois comunicadores de cada estado, que se reuniram para discutir o histórico de formação da FBP e como funciona a comunicação da frente através da comunicação colaborativa; a importância da unidade política através das narrativas e ações unificadas; sobre a contra narrativa em rede; oficinas voltadas potencializar as ações nos estados, como questões de narrativa, contexto, linguagem, públicos, parcerias, uso prático de ferramentas e meios.

Aqui, parece ser a primeira circular assinada por Aurora⁴⁰. Ela cumpria tarefas nacionais na comunicação desde 2015. Suas primeiras tarefas eram pontuais, que pudessem ser feitas do Paraná ou com viagens curtas. Contribuiu nesse primeiro momento na cobertura, principalmente na redação, de quando o LPJ jogou dólares em Eduardo Cunha, presidente da Câmara dos Deputados na época, do escracho ao Bolsonaro no RJ, que era deputado federal ainda na época. Em um processo conturbado, em 2016, muda para São Paulo para assumir a

⁴⁰ Nome fictício. Entrevista realizada em 15 de fevereiro de 2023 via plataforma de videochamada Jitsi.

tarefa da comunicação nacional, contribuindo principalmente na organização internamente o coletivo nacional de comunicação até setembro de 2018, especialmente por ser formada na área da comunicação, o que era raro naquele momento. Ela acredita que nesse período teve dificuldade de dar prosseguimento nas articulações criadas anteriormente. A partir daí, passa a ter um coletivo nacional amplo, com participantes de todos os estados onde o LPJ atua, e um grupo menor, chamado de operativa. Além disso, há o grupo de trabalho nacional (GTN) com comunicadores que ficam em São Paulo.

Para ela, durante esse período, os principais desafios da comunicação do LPJ eram manter as articulações, diminuir a reatividade nas redes sociais, militantes que se dedicariam exclusivamente para a tarefa da comunicação, e principalmente, a ausência de uma política nacional de comunicação que fosse capaz de transformar a realidade. A principal angústia que ela tinha naquele período era o baixo envolvimento do núcleo dirigente do movimento para pensar a comunicação. Ela fazia parte desse núcleo, mas sentia dificuldade de colocar esse debate. Inclusive, em alguns documentos o LPJ afirma que pelo fato de ter representantes da tarefa da comunicação é o que garante que essa tarefa seja vista de forma estratégica, o que aqui é demonstrado que não necessariamente. Apesar disso ela afirma que a comunicação não possui autonomia desse núcleo, de onde são construídas as análises e linhas nacionais. Ela avalia que esse processo diferencia o LPJ do MST, por exemplo, que teve essa relação mais próxima entre a comunicação e a direção do movimento desde início.

Sobre os comunicadores do LPJ, ela identifica que sempre houve um perfil que centraliza muitas tarefas para além da comunicação. Ela acredita que ninguém entra no movimento por conta da política de comunicação, mas que os militantes assumem essa tarefa porque entendem sua importância.

Ela ressalta a característica reativa que marca a comunicação nas redes sociais, que sempre precisa dar resposta ao que está acontecendo, com constante cobrança de que isso fosse feito, inclusive com plantões diários para dar conta. Na Tabela fixa de Alimentação das Redes Sociais do Levante (s.d.), é possível ver a divisão interna diária do coletivo. Sobre a relação com as mídias sociais, Aurora afirma que o LPJ num primeiro momento se jogou nas redes, depois, passou a questionar como estar nesse espaço. Criaram os “dias de paz”, “dias de guerra” e “dias de luta” para diferenciar. Se questiona, se o papel do LPJ nas redes é informar, denunciar, divulgar tudo, ou o que o LPJ acha sobre o que presidente fez. Foi um período de teste, e como tornar uma atuação possível nas redes, que começaram a crescer e o movimento era levado a ficar 24h online. Conta que no período de transição do Facebook para o Instagram, se questionaram qual canal impulsionar mais. Nesse período, o site perdeu a funcionalidade,

também se questionaram como se inserir no Youtube, por exemplo se o melhor caminho era ter um canal de indivíduos ou do LPJ.

Para ela, a comunicação do LPJ deve ser vista como a possibilidade da transformação através dela em si, seja através da organização do próprio coletivo de comunicação, despertando uma interpretação crítica da realidade daqueles que estavam contribuindo.

Em novembro de 2016, houve a realização de outro curso estadual no LPJ em SP, com registro e publicação⁴¹, com foco na discussão da conjuntura e “segurança nas redes em tempos de golpe”. Em seguida, de 9 a 12 de fevereiro de 2017 acontece o 5º Curso Nacional de Comunicação “Violeta Casal”. A análise de conjuntura teve enfoque no papel da mídia no golpe a importância da comunicação para movimentos populares com o Barão de Itararé e o Coletivo Intervozes. Depois, em debate sobre o conceito de Comunicação Popular e Comunitária, o que as diferencia da comunicação tradicional, quais suas características e possibilidades, como se aplica a um movimento popular, como o Centro Popular de Cultura da União Nacional dos Estudantes foi uma forma de democratização da comunicação com Alana Volpato, pesquisadora da Universidade Estadual Paulista. Um debate sobre o papel da Comunicação na construção da estratégia do Levante, identificando os desafios do Levante, aprofundando o debate sobre sujeitos, objetivo do Levante e como a comunicação deve atuar no mesmo sentido, quais as potencialidades e desafios da comunicação para conseguir atingir esse objetivo, perspectivas e desafios da comunicação para o próximo período e planejamento da comunicação. Por fim, um debate sobre as ferramentas, apresentando o que LPJ tinha de acúmulo em cada um dos veículos, novas possibilidades para eles, a relação que se estabelece entre comunicação e agitação e propaganda e projeções dessa relação. Houveram também oficinas paralelas de redes sociais, sendo Facebook, Twitter e Instagram, apresentando as características de cada uma delas, seus limites e possibilidades, conhecer as diferentes linguagens nas redes, conhecer exemplos bem sucedidos de atuação nas redes, conhecer ferramentas que facilitam a produção e gerenciamento de conteúdo nas redes. Oficina de foto e vídeo apresentando as modalidades de produção, equipamentos, potencialidades, narrativa visual, aprofundando as técnicas de edição de foto e de vídeo, com agilidade na edição, definição de pré-sets, reafirmando o *Smartphone* como aliado na captura e edição de imagens, com ajuda da Mídia Ninja. Oficina de design apresentando conceitos básicos de design (alinhamento, contraste, destaque, paleta de cores), aprofundar as técnicas de produção e edição

⁴¹ Todos os links mencionados indiretamente do Facebook do LPJ estão sistematizados. Disponível em: <https://docs.google.com/document/d/1giLrt7cwIAVUs3vKQ4-U1kxeMUq4JH-eZW2mCfUtVHg/edit?usp=sharing>

de imagens gráficas, história e conceitos no design com Pedro Inoue e Mari Bernd. Oficina de texto e linguagem para apresentar as diferentes linguagens conforme o canal/veículo, noções básicas para a construção de textos, técnicas e exercícios de construção de texto acessível para cada público com o CP Mídias. O debate sobre Experiências de Comunicação em Movimentos Populares do Brasil e da América Latina apresentou experiências de comunicação que foram importantes para movimentos populares, processo de elaboração, concepção e reflexão sobre como essas experiências podem nos inspira com a Alternativa Bolivariana Pelas Américas (ALBA) e Pátria Grande e o Núcleo Piratininga de Comunicação. Abaixo, a síntese das discussões do curso, que avançaram na sistematização do processo de construção da comunicação do LPJ, desde a análise que o movimento faz da comunicação, à prática proposta.

Síntese do V Curso Nacional de Comunicação

Mídia e quarto poder – Ana Mielke – Coletivo Intervezoes

1. Há uma relação entre poder político e os meios de comunicação, demonstrada a partir do aparato das concessões públicas. Temos um Código de Telecomunicações da década de 60.
2. Formas de concentração da mídia:
 - concentração horizontal: monopólio
 - concentração vertical: controle das camadas de produção – desde a produção até a transmissão
 - concentração cruzada: uma empresa controla diversos meios de comunicação num mesmo local – produz o mesmo discurso
3. Tipos de regulação no mundo:
 - regulação econômica: impede propriedade cruzada
 - regulação técnica/estrutural: concessão – é que existe no Brasil
 - regulação da programação: criar mecanismos para a sociedade analisar e qualificar o conteúdo oferecido
4. Como podemos avançar na regulação? Separar a concessão da produção, da concessão da distribuição. Com isso, produções independentes podem ser exibidas sem precisar ter um canal de TV,
5. Marco Civil da Internet (2014): contou com ampla participação da sociedade civil, teve avanços, mas precisa que haja leis que coloquem em prática os princípios definidos.
6. PL 79 – Promove reforma na Lei Geral das Comunicações: altera legislação das comunicações (por ex. as concessão podem virar mera autorização) Esse PL tira das empresas algumas obrigações que elas tinham com o Estado, como universalizar o acesso e garantir um preço acessível. Sua aprovação define que não há mais universalização da banda larga no Brasil. Apenas 30% dos domicílios brasileiros possuem banda larga. Com a aprovação do PL, amplia-se esse deserto digital.

Pressupostos da comunicação popular e comunitária – Alana Volpato - Unesp

1. Tipos de comunicação:
 - organizativa: relacionada à divisão de tarefas, organização
 - interna: voltada para o relacionamento das pessoas de dentro da organização
 - institucional: comunicação para dizer quem é a empresa, quais seus valores, seus objetivos, divulgar suas ações.
 - mercadológica: voltada para a análise do mercado.
 - pública:
 - comunitária: voltada a promover a participação dos sujeitos, busca formar um grupo coeso, que compartilhem sonhos e valores. Ideal para o trabalho de base.
 - popular: é a comunicação das classes populares para as classes

populares. Faz parte da luta de massas.

2. Não é porque somos um movimento popular que fazemos comunicação popular. Podemos também fazer comunicação institucional, quando, por exemplo, agimos para conquistar novos militantes.
3. Qual comunicação temos feito? Qual queremos fazer? Qual o objetivo do Levante? Como fazer uma comunicação para nos relacionarmos com as pessoas? Por que e quando estamos nos comunicando?
4. Precisamos saber o público que temos para pensar uma comunicação a partir desses sujeitos
5. Planejamento: localizar (onde estamos, qual nossa situação atual); saber onde queremos chegar; escolher os caminhos até chegar lá.
6. A comunicação comunitária é a comunicação enquanto trabalho de base, que quer criar valores, sentimento do povo e classe trabalhadora. Ela é básica para democratizar a comunicação, porque envolve a participação dos sujeitos.
7. Como é possível utilizar a comunicação como trabalho de base? Como podemos criar mecanismos para a juventude falar o que ela quer?

Acúmulo da comunicação – [nome retirado pela autora para preservar o movimento] - Levante

1. 1º curso nacional de comunicação – setembro/2013: nossos mecanismos de comunicação eram blogs municipais e estaduais e site. O debate girou em torno da necessidade de se construir um coletivo de comunicação. Nesse curso foi produzido o I Manual de Comunicação.
2. 2º curso nacional de comunicação - novembro/2014: houve uma maior representação dos estados. Foco nas redes sociais e blogs deixaram de ser prioritários.
3. 3º curso nacional de comunicação: não há relatos.
4. 4º curso nacional de comunicação – Janeiro de 2016: Recebe o nome de Vito Giannotti Vive em homenagem ao comunicado popular fundador do Núcleo Piratininga de Comunicação. Aliou técnica e formação. Construiu uma operativa nacional da comunicação. Deu um salto qualitativo no funcionamento do coletivo. Comunicação do Levante vira referência para a esquerda. Comunicação bastante direcionada para as redes o que contribuiu para maior alcance e viralização da página.
5. 3º Acampamento do Levante – setembro de 2016: o processo de organização e realização da comunicação para o acampamento foi um processo formativo muito importante para o Coletivo. Aprofundamos nosso debate em torno da divisão de tarefas internas, das nossas ferramentas e da necessidade e arquivo para preservação de nossa história e memória.

Acúmulo da agitação e propaganda – [nome retirado pela autora para preservar o movimento] - Levante

1. 1º curso de agitprop – 2012: realizado pelo MST. Os militantes tinham a tarefa de fazer o curso em seus estados, mas poucos estados conseguiram.
2. O muralismo se torna referência: com bonecos de cabeças grandes e redondas se tornaram uma referência para os estados por terem uma estética fácil de reproduzir.
3. Seminário Nacional de AgitProp – 2015: coletivo nacional composto para sistematizar todas as experiências em AgitProp do Levante.
4. Reunião do Coletivo Nacional – janeiro 2017: produzido um caderno com os acúmulos do coletivo.
5. Organicidade do Coletivo atualmente: Coordenação de teatro; coordenação de batucada e música; coordenação de ateliê popular (muralismo), secretaria, segurança e relações com artistas.
6. Relação com Coletivos: Representante da comunicação compo o coletivo de AgitProp para a troca de acúmulos, linha e debates do Levante.
7. Concepção de agitprop: É um único termo "agitprop" e que consiste na combina Educação popular, diálogo com povo, expressão artística como forma de luta, oratória, jornal, teatro, entre outros. Agitprop nos permite aprofundar o diálogo, de forma a facilitar a compreensão.
8. Como melhorar na propaganda? Maior diálogo com a comunica; explorar diferentes formas de expressão artística; procurar se referenciar mais noutros

processos da história do povo brasileiro e se aprofundar nas diferentes formas de agitação e propaganda de cada um.

Mídia e o golpe – Altamiro Borges – Barão de Itararé

1. Esse tipo de golpe foi ensaiado em Honduras, no Paraguai; vinha sendo testado e combina 3 forças políticas (midiático, judicial, parlamentar);
2. Contexto político econômico do Brasil (BRICS) x interesses políticos e econômicos dos EUA; os investimentos pesados na exploração de petróleo, Petrobras, Pré-sal deixaram os imperialistas assustados; ter rejeitado os golpes, admitido no Mercosul a Venezuela irritou- os;
3. Golpe contou com os aparelhos da burguesia e os aparatos do estado, que não foram reconfigurados com Lula e Dilma; contou com a participação do ministério público, a polícia federal, o judiciário - principalmente a partir do supremo - e com os erros do governo Dilma;
4. Com o papel central, a mídia criou os fatos, envenenou a sociedade, agendou a política, foi o grande partido do capital;
5. A mídia desenvolve um poder de sedução e, ao mesmo tempo, medo sobre todas as instâncias de poder; ela já foi quarto poder, hoje é segundo estado;
6. Aparentemente, o golpe ainda tem muita força, mas as contradições vão aparecendo; a crise que não acaba e a economia está se desintegrando; precisamos explorar as contradições do outro lado;
7. A luta de classe se dá em 3 terrenos: político, econômico e a luta de ideias (Engels); esse é um tempo em que a batalha de ideias é decisiva.
8. A internet é uma brecha tecnológica e não é à toa que querem limitar; Terreno da agitação, ao menos da propaganda; Pouco para muitos (Agit), muito para poucos (Prop), como formulou Lenin; internet é visual, é irreverência.

Experiências de comunicação de movimentos populares na América Latina – [nome retirado pela autora para preservar o movimento] - CPMídias

1. Brasil de Fato: Surge em 2003, lançado no Fórum Social Mundial; voltado para fora das bases militantes, não seria um jornal partidário, mas refletiria as posições e projetos dos movimentos; BdF seria um instrumento de disputa de hegemonia; existia uma expectativa de que haveria um impulso aos veículos de mídia populares e alternativos com a eleição do Lula; jornal standart de caráter nacional e semanal. Em 2010, o papel da internet já estava dado; a avaliação que foi feita é que a internet havia se tornado um instrumento de disputa ideológica, que por si só não causa alterações na realidade social, mas é uma ferramenta mobilizadora para a luta social. Surge a necessidade do CPMídias, um centro voltado para experiências cibernéticas; BdF regionais; tabloides.
2. CP Mídias: Foi construído em cima de considerações do MST e outros movimentos – que puxam o Campo Popular. Ganho de eficiência: criar novos mecanismos, veículos, frentes distribuição de conteúdo, cooperando com a construção da comunicação dos movimentos (CP Mídias contribui com: MST, ENFF, Rede de Saúde Popular, entre outros);
3. Experiências levam a crer que hoje a internet valoriza mais a agitação do que a propaganda;

[nome retirado pela autora para preservar o movimento]– Alba Movimentos

1. Revolução cubana: fundação da Rádio Rebelde e Prensa Latina. A Rádio Rebelde nasce na Sierra Maestra e desce até à cidade; a sua importância na disputa de ideias; papel fundamental na construção midiática da greve geral; Fidel faz discurso na Venezuela e coloca a necessidade de construir uma nova ferramenta - que será a Prensa Latina - com conteúdo revolucionário
2. Jornais da Pátria Grande – Argentina: Pátria Grande nasce no processo de síntese de muitos movimentos; da necessidade de construir uma mídia nova, um espaço que dialogue com outros setores - surge o Notas; desafio da comunicação popular; precisamos ter uma estratégia que implique a disputa pelo espaço de setores médios;
3. La Garganta: Uma articulação de 5 favelas de Buenos Aires; sempre tem personalidades legais e muito conhecidas na capa;
4. Disputa hegemônica – dimensão simbólica e dimensão material: como se articular nas duas dimensões para ter uma construção mais concreta de

comunicação popular? Novo desafio para o nosso campo político: como combater a ditadura dos conglomerados? Qual a nossa identidade e de onde estamos vindo?

[nome retirado pela autora para preservar o movimento]– Mídia Ninja

1. Tivemos 10, 15 anos de muita potência progressista; uma geração que cresceu sob influência desses governos e da qual fazemos parte; “tem aí um verdadeiro Levante continental que está vendo esse ciclo se encerrar. Triste, mas que tem muito potencial para construir um segundo ciclo”; temos todo o processo de reconstrução da esquerda latino-americana para fazer; devemos fazer a disputa das ideias e do imaginário; temos de entender as nossas próprias contradições (estar no Facebook, por exemplo);
2. Experiências importantes: Venezuela - Comunicação de guerrilha; Uruguay – Por Derechos; Argentina – Emergente; América Latina – Facción.
3. Campanhas continentais: casas de comunicação; planejamento de disputa das redes e das ruas.
4. Falta disputar o campo do meio; continuamos dialogando com quem já tem clareza do processo político; precisamos pensar em valores que mexem com a cabeça do meio; pautar o debate da corrupção pela esquerda; fazer ações de forma propositiva e não apenas reagindo;
5. O que dá origem à mídia NINJA é o Fora do Eixo, que nasce entre 2005 e 2006; uma rede que vem do setor cultural, de produtores culturais independentes; incentivos para pontos de cultura, editais públicos, que ajudaram a estruturar o movimento cultural; já tinha 9 anos de acúmulo de movimento cultural, quando lançaram o NINJA, um mês depois do lançamento, explodem as Jornadas de Junho; tinham uma identidade meio gasosa, que dialogava com os desorganizados; a transmissão ao vivo, a capacidade de uma cobertura rápida dos momentos garantiu o alcance; a partir daí, foram formando parcerias.

A partir dessa síntese, o coletivo nacional de comunicação, junto aos representantes da comunicação dos estados e da secretaria operativa nacional, desenvolveu um “Diagnóstico e planejamento da comunicação do Levante”, com o objetivo de avançar no plano estratégico de comunicação do movimento. Primeiro, identificaram os desafios gerais do movimento que correspondiam à tarefas da comunicação: massificação, avançar na construção da estratégia (educação, cultura, trabalho), contribuir na reorganização da esquerda, construir mensagem comum (para fora: programa da juventude; para dentro: enraizamento e trabalho de base), construir metodologias de trabalho de base na frente territorial (potencializar o trabalho entre os estudantes secundaristas), brigadas de trabalho de base, metas organizativas bem definidas, mensagem organizativa simples e fácil (atrativo para o jovem construir uma célula do LPJ, conhecer as experiências internacionais da juventude, construir a incidência na conjuntura, ao mesmo tempo que constroem trabalho de base e o movimento, de forma orgânica, não se encantar com novidades organizativas efêmeras; não sobrepor as questões identitárias às questões de classe; cultivar valores e práticas de um lutador do povo. Abaixo, alguns trechos dessa síntese.

A COMUNICAÇÃO QUE QUEREMOS: Acreditamos em uma comunicação que tenha a função de denunciar, formar, informar, sensibilizar e mobilizar. Assim, deve enraizar nosso projeto; promover o diálogo e a participação; disputar hegemonia; formar opinião; deve ser ferramenta de Trabalho de Base; deve agitar e propagandear;

deve ser emancipadora; deve reproduzir os valores do movimento. Combater a autopromoção dos sujeitos; o personalismo; a unilateralidade; a reprodução de valores e práticas da moral burguesa e da mídia hegemônica; e o sensacionalismo. Por isso, a comunicação deve ser sempre parte da estratégia política do movimento.

CENÁRIOS: No cenário EXTERNO a comunicação do Levante se insere em um contexto onde não há limites para o monopólio midiático. Este cenário exige respostas rápidas, mas também intencionalidade e planejamento no discurso. O aspecto digital e cibernético da comunicação ganhou uma importância muito grande, a ponto de desconsiderar outras práticas não tradicionais. Somos bombardeados por informações que dispersam a atenção dos nossos público, temos que tomar cuidado para não reproduzir a mesma prática. Neste cenário, muitas vezes o impacto dos fatos tem mais peso que a sua própria veracidade. Em meio à repressão, crise, retrocessos e perda de direitos, há uma acirrada disputa de diálogo com organizações e discursos pós-modernos, neo pentecostais e esquerdistas. No cenário INTERNO a comunicação está localizada no plano estratégico do Levante, já que o coletivo de comunicação está inserido nos espaços de definição e formulação política mais altos da organização. Assim deve ser e devemos procurar cada vez mais essa compreensão também nos níveis estaduais, mas a apesar de ocupar um espaço estratégico, muitas vezes é compreendida como mera tarefa operativa, incapaz de formular e propor, servindo somente de agência de comunicação que recebe demandas e executa.

PRESSUPOSTOS DA COMUNICAÇÃO DO LEVANTE: 1. Levar em consideração no aprofundamento e tradução das pautas as diferentes linguagens e sujeitos 2. Buscar constantemente experiências e processos de comunicação nos quais possamos nos espelhar e nos subsidiar 3. Contribuir para o fortalecimento de uma identidade organizacional coesa 4. Influenciar na prática da comunicação popular 5. Ser uma ferramenta para promover a participação e emancipação de diferentes sujeitos. 6. Prezar pelas decisões coletivas, pelas responsabilidades descentralizadas, sem negar o centralismo democrático que sustenta nossa organização. 7. Todo militante é um comunicador em potencial.

[...]PÚBLICOS QUE O LEVANTE SE RELACIONA Imprensa, artistas, movimentos do nosso campo, organizações de esquerda de fora do nosso campo, coletivos de mídia, frentes unitárias, políticos, intelectuais, nossa militância, comunidades onde o Levante está inseridos, movimentos em torno das pautas identitárias, juventude. Militantes do Levante. Juventude secundarista. Juventude universitária. Juventude periférica. Juventude camponesa. Juventude da classe trabalhadora. Imprensa. *Públicos prioritários (negrito).

Em fevereiro de 2017, houve uma reunião do coletivo de comunicação do LPJ de SP, onde há oficina para aprendermos a usar a plataforma *canva*, quando passou a ser possível produzirmos artes online, esteticamente melhores sem necessariamente utilizarmos *softwares* de edição que não funcionam em qualquer dispositivo. Naquele momento avaliamos que apesar de termos uma “operativa estadual coesa”, ainda havia dificuldade de se relacionar com outras instâncias e coletivos, e que devíamos garantir a participação de membros do coletivo no planejamento geral das ações. Avançamos na organização da cobertura das manifestações e garantindo divulgações mais rápidas, sempre feitas pelos próprios membros do coletivo, portanto, devíamos avançar no debate sobre a importância da comunicação junto à militância, para que não se estabelecesse uma relação de “prestação de serviço/meramente técnico”. Avaliamos que tínhamos o desafio de engajar a militância na página, que devíamos fortalecer a comunicação na capital, sem deixar de atuar nas questões locais, aproveitar as atividades do

LPJ para produzir materiais (por exemplo, na Escola de Formação), e por fim, terminamos com a reflexão: “qual é a comunicação que queremos construir? Para além da rede, pensar em outros formatos”. Nessa reunião, havia presença de uma pessoa que contribuía com a comunicação nacional, que além de concordar com os desafios elencados e apontar que também eram nacionais, afirmou que o LPJ tem a clareza da importância da comunicação no processo da disputa de consciência, acrescentou que devíamos utilizar as ferramentas de comunicação para projetar o movimento, que havia o desafio da mensagem do movimento não se perder no meio da imensidão de estímulos, com respostas rápidas, equilibradas com a qualidade, avançando na produção de materiais próprios do movimento e na formação política para que os participantes do movimento compreendam essas dimensões, fazendo com que se apropriem das ferramentas utilizadas, mantendo a mesma identidade visual, apesar disso, aponta que há o desafio de dialogar com jovens que tem pouco acesso a Facebook, e avançando em formas de utilizar o Whatsapp, o Twitter, cada um com a sua linguagem, que o canal no Youtube ainda não possuía uma política definida e o site do movimento estava com falta de dinâmica pela ausência de pessoas que assumissem essa tarefa, ainda haviam blogs estaduais, mas deixando de ser utilizados, e por fim, orientando a não compartilharmos links de veículos/páginas “golpistas”. Ao levar a discussão sobre a comunicação estadual do LPJ para o grupo de direção, chamado de executiva estadual, com o objetivo de afirmar as orientações gerais e estratégia da comunicação do movimento, em julho de 2017; a autora sugere que o grupo leia o texto síntese da Comunicação Nacional mencionado acima; refletir sobre o sentido que o LPJ dá a comunicação popular “(que é diferente de midiativismo)”, reforçando a importância de fazer a disputa em torno dessas diferenças, afirmando que “comunicação Popular não é a luta nas redes. É mais que isso e não se reduz as redes”, que do ponto de vista dos desafios da comunicação do estado, havia um avanço da interação entre a comunicação estadual e nacional, o que afirmamos ser fundamental, porque por exemplo, as articulações que ocorriam em São Paulo, com organizações que participaram por exemplo dos cursos nacionais mencionados, não eram acompanhados por quem era do estado; da importância do coletivo municipal da capital, onde mais havia potencial de construção de trabalho de base a partir da comunicação; que deveríamos conhecer e compartilhar mais as experiências de comunicação.

Em março de 2017, o coletivo nacional de comunicação organizou uma “oficina de redes” via a plataforma de videochamada, *Hangout*, para compartilhar os acúmulos da atuação do LPJ no Facebook, Twitter e Instagram para melhor a comunicação do movimento, especialmente para quem possui essa tarefa internamente.

Em 10 de abril de 2017, em relato do coletivo estadual de comunicação do Paraná para

o Coletivo Nacional, sobre as dificuldades do estado para realizar um curso local, pois de forma geral ainda havia necessidade de fortalecer as células nos territórios e as instâncias do movimento e que ter um coletivo estadual de comunicação poderia até ajudar com “muitos militantes, super comunicando para as redes”, mas não seria o suficiente com ausência do trabalho de base e massificação do movimento. Apesar disso, em 2016 o movimento no estado havia saltado de uma para sete pessoas na tarefa da comunicação, avaliando que estavam em bom número e bastante diverso, “com a cara da juventude do projeto popular”. Pelas dificuldades, então, enviaram três participantes no curso nacional que teriam a tarefa de repassar o conhecimento para os demais comunicadores do estado e acompanhá-los; compartilhar os princípios e objetivos da comunicação para as células e instâncias e organizar o coletivo e os processos de comunicação. Em março, realizaram reunião por videochamada para discutir a análise da conjuntura política, os aspectos da comunicação popular e alternativa: desafios e possibilidades, repasse sobre os acúmulos nacionais sobre redes, design, foto e vídeo, cobertura, mais uma vez com a preocupação de ir além das redes sociais “considerando-se que nossa realidade contempla pessoas sem acesso ou hábito de acompanhar as redes sociais”, por fim, se dividiram nas tarefas do coletivo para o próximo período. No relato, avalia-se que o encontro permitiu “nivelar o conhecimento das/os sujeito do coletivo”. Os principais desafios da comunicação do LPJ no Paraná naquele período passavam por encontrar formas de se comunicar com pessoas que não acessam às redes sociais; aliar o que aparece nas redes sociais com o que de fato ocorre dentro do movimento; garantir que a comunicação interna do movimento funcione, garantindo que todos saibam o que acontece no movimento e nas instâncias, e vice versa e, por fim, avançar na formação de comunicadores para que a militante responsável daquele período pudesse ser liberada para outras tarefas, como a construção de outros setores e da célula da frente territorial.

Entre 1 e 6 de março de 2018, o 6º Curso Nacional de Comunicação “Antonieta Barros”⁴² do LPJ no Rio de Janeiro, que visou acumular sobre o debate sobre a natureza e o papel da Comunicação Popular para o LPJ; traçar o planejamento da comunicação através dos desafios do LPJ; qualificar politicamente e tecnicamente os militantes do coletivo e sistematizar diretrizes sobre o uso de ferramentas e identidade visual do movimento. Os debates foram sobre análise da conjuntura e desafios da juventude; resgate dos acúmulos e desafios da comunicação

⁴² Para a edição de 2018, o movimento homenageia Antonieta de Barros, filha de ex escravizada, que foi a primeira deputada estadual negra do Brasil. Além de professora, a catarinense fundou o jornal “A Semana” e dirigia a revista semanal “Vila Ilhoa”, sempre afirmando o potencial educativo da comunicação (CIRCULAR 01/2018 – VI Curso Nacional de Comunicação Antonieta Barros).

e agitação e propaganda do LPJ; sobre comunicação popular e comunitária e as formas de resistência à grande mídia, através de perspectivas teóricas e práticas, identificando estratégias e métodos de atuação; sobre a democratização da mídia no âmbito institucional, políticas que contribuam para o avanço desse direito; sobre segurança da informação, refletindo como a comunicação pode auxiliar nessa tarefa e, por fim, oficinas nos “4 principais eixos de atuação do Levante”: 1) as redes digitais (Facebook, Twitter e Instagram), compreendendo a diferença e potencialidade de cada uma delas, além da linguagem que deve ser utilizadas, conhecendo exemplos bem sucedidos; 2) o audiovisual, desde a produção, manejo de equipamentos, construção de narrativa audiovisual, desenvolvimento de roteiro, edição de vídeo em computador ou Smartphone, aprofundando sobre uma identidade audiovisual para o movimento; 3) o design, para incorporar conceitos básicos de design, principalmente através de ferramentas de edição rápida, e, por fim, 4) rádio, compreendendo conceitos básicos dessa mídia e suas diversas formas de produção através de podcast, rádio comunitária, rádioweb e aprendendo a organizar uma pauta, roteiro, gravação e edição do material. Além disso, dois debates internos foram realizados: sobre as diretrizes de comunicação do LPJ, reunindo todo o acúmulo dos debates anteriores, e para que os representantes estaduais compartilhassem sua experiência local (CIRCULAR 01/2018 – VI Curso Nacional de Comunicação Antonieta Barros, 2018).

Segundo Aurora⁴³, esse curso foi marcante pois aprofundou o debate do movimento sobre a política nacional de comunicação, entendendo a comunicação como ferramenta para fazer trabalho de base. Apontam na Circular 01/2018 – VI Curso Nacional de Comunicação Antonieta Barros que, mais do que nunca, o movimento precisa fortalecer seu processo de massificação e profissionalização, consolidando o LPJ a nível nacional e estadual. Mais uma vez, há preocupação de que os participantes do curso sejam indicados pelo LPJ nos estados, para que ao voltarem de fato contribuam nessa tarefa, mesmo que sem conhecimento técnico ou formação na área, o fundamental é a disposição, o compromisso e a compreensão da linha política do movimento.

Aurora conta que nesse curso o movimento tentou contribuir com a construção de uma política de comunicação do LPJ no sentido aproximando a comunicação do LPJ à comunicação comunitária, como as rádios comunitárias, oficinas de comunicação nas células territoriais, na perspectiva de fazer a comunicação para trabalho de base, voltando seus debates para esse sentido. Para a entrevistada, a realidade demonstrou, mas nunca foi um debate de

⁴³ Nome fictício. Entrevista realizada em 15 de fevereiro de 2023 via plataforma de videochamada Jitsi.

direcionamento do LPJ de direcionar a comunicação para o trabalho de base, que tinha relação com os perfis das pessoas que estavam no coletivo de comunicação naquele momento - tinham atuação local, nas células e municípios. Havia, também, ausência da direção nacional e coletivo de agitação e propaganda nas reuniões e cursos, por isso os debates ficavam restritos entre os participantes do coletivo de comunicação.

Os cursos de comunicação, que acontecem todo ano, têm cumprido seu papel na formação técnica e política de nossos militantes e avançado no fortalecimento da organicidade do Coletivo e na transmissão da mensagem política do Levante. [...] Assim, como Antonieta acreditava, é objetivo da comunicação do Levante “ser instrumento para a promover a participação e emancipação dos sujeitos”. [...] São algumas das responsabilidades para o próximo período, dos militantes que participarão do curso: 1. Garantir a disseminação das orientações dos manuais de Comunicação do Levante que dizem respeito à utilização de nossas ferramentas e a coesão da identidade do movimento; 2. Participar dos canais de comunicação do Coletivo Nacional ([veículos retirados pela autora para preservar o movimento]); 3. Participar das reuniões e oficinas virtuais que acontecem ao longo do ano; 4. Em eventos (Conune, Acampa etc.) compor a base da comunicação; 5. Realizar curso de comunicação no estado em diálogo com o coletivo nacional; 6. Repassar conteúdos de atividades desenvolvidas no seu estado (atos, cursos, atividades das células...) (CIRCULAR 01/2018 – VI Curso Nacional de Comunicação Antonieta Barros)

Ao longo da história do movimento, muitos planejamentos ficaram guardados. Por exemplo, um documento sistematiza uma proposta de Agenda Cultural e feed de notícias, o “Se liga, levante”, reunião em 2018, da qual a autora foi convidada a participar pela coordenação municipal de São Paulo – capital enquanto representante do coletivo estadual de comunicação. A proposta envolvia a compreensão de que a cidade de São Paulo possui produção cultural muito rica de exposições de arte, teatro, música e cinema gratuitos, com acesso difícil por parte da juventude da classe trabalhadora. Além da própria leitura de jornais, blogs e artigos de opinião deveriam ser incentivados e facilitados pelo movimento, para aprimorar as análises da militância e enriquecer os debates. A iniciativa contribuiria para a disputa do uso das plataformas digitais, que possui muitas informações e geralmente são acessadas de forma superficial. “Precisamos incentivar a militância à leitura e reflexão para além das manchetes e frases de efeito, proporcionando formação e pensamento crítico para além da informação”. Para operar essa ideia, haveria uma divisão entre a tarefa de secretaria (produção dos materiais e divulgação para a militância), que seria feito pelo coletivo municipal de comunicação, e seleção de conteúdo, que seria feito pela coordenação municipal do movimento, estando bem articuladas para garantir a linha política do movimento. A proposta envolvia criar uma identidade visual, as mensagens seriam divulgadas através do Whatsapp, podendo ser divulgada para grupos que não necessariamente fossem do LPJ, e a periodicidade quinzenal (primeira e terceira quarta-feira do mês). Para produzir, o coletivo de comunicação teria um arquivo diagramado com o calendário pronto, inserindo as informações a cada quinze dias. Para

divulgar as notícias, os links seriam compartilhados junto a uma pequena legenda para possibilitar a leitura objetiva, informando e incentivando a leitura aprofundada. A seleção seria uma mescla de conteúdos da grande mídia e dos veículos alternativos. Haveria também uma rádio, gravando áudios por duas ou três pessoas, relatando os principais temas das notícias e atividades culturais. O documento, ao final, relata a divisão de tarefas entre mapear quem mais poderia contribuir nas tarefas de recolher notícias, além de buscar saber se havia experiências desse tipo em outros estados e apresentar essa proposta para a coordenação municipal.

No planejamento de comunicação do coletivo nacional de comunicação do LPJ de 2018, retomam os desafios da comunicação do movimento de massificar, a partir de uma construção estratégica, de forma que contribua para o conjunto das organizações populares, com uma mensagem comum para seus militantes, jovens da classe trabalhadora em geral e esquerda, contribuindo para a construção de metodologias que contribuam para o trabalho de base no movimento, sendo capaz de incidir na conjuntura e, ao mesmo tempo ter um processo orgânico. Que a comunicação, portanto, deve contribuir em:

“[...] Denunciar, formar, informar, sensibilizar e mobilizar. Assim, deve enraizar nosso projeto, promover o diálogo e a participação; disputar hegemonia, formar opinião; deve ser ferramenta de trabalho de base: deve agitar e propagandear; deve ser emancipadora; deve reproduzir os valores do movimento. Combater a autopromoção dos sujeitos; o personalismo; a unilateralidade; a reprodução de valores e práticas da moral burguesa e da mídia hegemônica; e o sensacionalismo. Por isso, a comunicação deve ser sempre parte da estratégia política do movimento”.

O documento abaixo convoca o 1º Seminário de Comunicação do LPJ (até então eram cursos), que possui caráter de elaboração interna no movimento. A autora não encontrou registros da realização dessa atividade

Circular 01/2018: I Seminário Nacional de Comunicação

Companheiras e companheiros,

Desde que o Levante Popular da Juventude se nacionalizou, em 2012, passamos por 6 cursos nacionais de comunicação. Ao cumprir o papel de formação técnica e política dos nossos militantes, eles cumpriram um papel fundamental para avançar no fortalecimento da organicidade do Coletivo e na transmissão da mensagem política do Levante. Ao longo destes anos, avançamos consideravelmente no uso técnico da comunicação; mas, mais do que isso, avançamos também na compreensão de que a comunicação é política e, por isso, é uma ferramenta fundamental na disputa ideológica.

Os últimos anos e, em especial, as eleições que elegeram Bolsonaro nos trouxeram uma nova conjuntura e com ela novos desafios. Se por muito tempo a grande mídia foi usada pela direita como uma forma de atacar a esquerda, nas últimas eleições o ambiente virtual foi base para uma campanha pesada, que ia desde a divulgação de simples *Fake News* à difusão de conteúdos baseadas no mapeamento de comportamento dos indivíduos. A direita usou as ferramentas de comunicação com todas as armas que eles conseguiram se apropriar, nos deixando muitas vezes de mãos atadas ou na mera reatividade para lidar com dilemas que era muito novos não só para a esquerda brasileira, mas dentro de um cenário internacional.

Considerando esse novo momento da conjuntura e também por acreditar que hoje os estados e regiões têm capacidade de cuidar da demanda técnica da comunicação por

si sós, através da realização de cursos regionais, estaduais e municipais de comunicação, entramos em um novo momento de formação e aprofundamento desta ferramenta tão importante na disputa ideológica. Por isso, vem aí o nosso I Seminário Nacional de Comunicação.

No nosso I Seminário Nacional escolhemos homenagear...

O Seminário acontecerá entre os dias 8 e 12 de abril em São Paulo, na nossa Escola Nacional (?), reunindo os militantes que compõem o Coletivo Nacional de Comunicação, a Operativa Nacional e indicações de coletivos e setores, assim como convidados de movimentos do nosso campo. É importante que as coordenações estaduais reflitam, considerando as suas demandas e sua organicidade, quem serão os militantes que terão como responsabilidade no próximo período a Comunicação em seu estado e a construção da comunicação nacional. Para assumir a tarefa, o estado deve assegurar a disponibilidade do militante para a construção do coletivo, de maneira a evitar o acúmulo de outros coletivos. Não é necessário que o militante tenha conhecimento técnico em comunicação ou formação na área, basta disposição e compromisso em aprender. E, por se tratar de uma tarefa de coordenação e de projeção da organização, é fundamental a compreensão da linha política do movimento.

São responsabilidades dos militantes que participarão do curso para o próximo período:

1. Garantir o enraizamento e disseminação das linhas políticas de Comunicação do Levante, que dizem respeito à utilização de nossas ferramentas e à coesão da identidade do movimento
2. Realizar curso de comunicação em seu estado em diálogo com o Coletivo Nacional
3. Contribuir na construção da Política de Comunicação do Levante
4. Contribuir na dinâmica cotidiana do Coletivo que perpassa:
 - a. Participar dos canais de comunicação do Coletivo Nacional [canais retirados pela autora para preservar o movimento]
 - b. Participar das reuniões e oficinas virtuais que acontecem ao longo do ano
 - c. Contribuir, a partir da disponibilidade de cada uma e cada um, na base das redes
 - d. Contribuir técnica e politicamente no processo de produção de conteúdos (campanhas nacionais, cards em datas comemorativas, cards de resposta à conjuntura, papo-reto, vídeos, etc)
 - e. Em nossas atividades massivas, como Conune e Acampamento, contribuir na equipe de comunicação do Levante
 - f. Ser canal de interlocução entre coletivo nacional e seu estado, tanto para capilarizar os materiais e linhas nacionais da comunicação como também para enviar para o coletivo os materiais das atividades desenvolvidas em seu estado (atos, cursos, atividades das células...)
 - g. Contribuir na construção das próximas atividades nacionais do coletivo de comunicação (reuniões, seminários...)

OBJETIVOS DO CURSO

1. Avançar no debate sobre a natureza e o papel da Comunicação para o Levante
2. Construir a Política Nacional de Comunicação do Levante Popular da Juventude a partir dos acúmulos do Coletivo e dos desafios do Levante para o próximo período
3. Construir uma coluna de quadros nacionais que acumule sobre a comunicação
4. Transversalizar o debate da comunicação do movimento
5. Aprofundar o debate sobre comunicação popular e comunitária junto ao nosso campo político
6. Construir um debate conjunto e aproximar a atuação dos coletivos de Comunicação e Agitação e Propaganda do Levante Popular da Juventude

O coletivo nacional de comunicação é composto por representantes de cada estado, com tarefas específicas nacionais. Ao entrar no grupo do coletivo nacional de comunicação em 2018, a autora recebeu uma mensagem dizendo que naquele grupo “a gente se ama, se respeita e pensa

junto”, que além daquele grupo havia um grupo operativo, afirmando as responsabilidades apontadas abaixo. Também, estabelecem regras do grupo: ao iniciar um tópico de discussão, marca-lo com uma cor diferente, indicando que precisa haver um debate, que não é apenas um informe ou comentário; ao responder alguma mensagem, utilizar a ferramenta “responder”; textos ou artes para aprovação deveriam ser encaminhados apenas por e-mail; certificar que as mensagens enviadas estão escritas de forma compreensível; evitar enviar mensagens “picadas”; sugerir pautas para a comunicação em grupo adequado para isso, e que os debates internos da operativa devem ocorrer nesse grupo;

REPRESENTAÇÕES DOS ESTADOS COLETIVO DE COMUNICAÇÃO NACIONAL LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE

1. COMPOSIÇÃO

2. OBJETIVO

O coletivo de comunicação nacional, que reúne representantes de vários estados brasileiros, tem o objetivo de garantir a participação das diversas localidades na construção da política de comunicação do Levante, além de possibilitar a divulgação de atividades da organização que acontecem em todos os cantos, com autonomia e agilidade.

3. TAREFAS E RESPONSABILIDADES

- a. Garantir o cumprimento das definições do manual nos canais municipais, estaduais e nacionais.
- b. Realizar cursos de comunicação em nível estadual e municipal.
- c. Repassar o conteúdo do manual da comunicação para todas as instâncias.
- d. Participar (visualizar, responder, enviar sugestões...) nos canais de comunicação interna do Coletivo Nacional ([canais retirados pela autora para preservar o movimento])
- e. Garantir que os eventos estaduais ou municipais que se referem a alguma pauta nacional (por exemplo: globo, escracho de golpista, escola de Formação Emerson Pacheco, Acampamento etc...), sejam divulgados nos canais nacionais primeiramente e com agilidade.
- f. Comunicar o coletivo de comunicação sobre atos, atividades, ações que estão agendados no estado e que se referem a pautas nacionais.
- g. Participar das reuniões - presenciais ou virtuais - que forem convocadas.
- h. Comunicar a operativa do coletivo sobre dificuldades ou problemas que possa ter para viabilizar algum dos itens.

4. FIQUE ATENTO

- Não responder comentários ou mensagens nos canais do Levante, a menos que a operativa tenha demandado essa tarefa a você.
- Não excluir postagens, a menos que a operativa tenha demandado essa tarefa a você.
- Saiba quem são os responsáveis por cada veículo e tipo de conteúdo dentro do Coletivo Nacional, caso tenha alguma demanda específica entre em contato com a pessoa certa.

A partir do golpe de 2016, o movimento passa a afirmar que a classe trabalhadora no Brasil estava passando por uma derrota estratégica, isto é, uma derrota de caráter ideológico, da estratégia hegemônica adotada pela esquerda no último ciclo, portanto, a tática apontada era da “defesa ativa”, que cumpria com as linhas de manter a liberdade de ação, lutas, evitando ao máximo o fechamento do regime democrático, preservar forçar, evitando expor o movimento

sem necessidade, com maior preocupação com a segurança; e, por fim, mantendo a capacidade de intervir nas contradições da conjuntura. Diante desse cenário, os desafios do LPJ passa pela construção de força social, através da construção de hegemonia nos territórios a partir de campanhas de solidariedade, construção da unidade – naquele momento fortalecendo a campanha Lula Livre, fortalecer a formação política, consolidando uma “coluna de militantes”, fortalecer a comunicação/disputa ideológica, avançar na formulação do projeto do movimento, fortalecendo a luta pela educação (SÍNTESE REUNIÃO - GRUPO DE TRABALHO - AMPLIADO COLETIVO NACIONAL DE COMUNICAÇÃO LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE, 25 de outubro de 2019, SP). Nessa perspectiva, refletiram:

É possível desenvolver uma linha de massas no período de defensiva estratégica? Ex: Exército Vermelho de Mao; Panteras Negras; Clube de Mães - Nossas ações precisam dar visibilidade e serem reconhecidas como ações de solidariedade que nos dão legitimidade - Critérios para desenvolver uma linha de massa A) Resolver problemas concretos da juventude B) Identificar polo dinâmico da luta de classe - o setor que está mais disposto a se mobilizar C) Possibilitar diversos níveis de organização D) Deve permitir a construção de hegemonia - ações pontuais não ajudam, tem que ser uma política com intencionalidade E) Expressar a mensagem política - Ferramentas de massificação do Levante: entidades estudantis, Podemos Mais, Nós por Nós - Desenvolvimento de uma política de solidariedade (Levante, MTD, Consulta Popular, Rede de Saúde Popular, MAB) A) Educação B) Cultura C) Trabalho e renda D) Saúde E) Alimentos saudáveis F) Energia - Mensagem de Solidariedade: comunicação precisa expressar que o Levante é uma organização que se preocupa com os problemas do povo - Bandeiras: centralidade na educação (polo dinâmico da luta de classes e sujeitos dispostos à luta)

3. Desafios da comunicação do Levante

3.1. Desafios gerais da comunicação A) Enraizamento B) Massificação C) Profissionalização - Defesa ativa: A) liberdade de ação, B) preservação das forças, C) capacidade de iniciativa - Os desafios da comunicação não podem estar desconectados dos desafios gerais do Levante e da nossa tática - Mudanças da conjuntura e da nossa tática, impõe também mudanças e desafios para a comunicação, além das alterações e avanços tecnológicos

3.2. Desafios gerais da comunicação do Levante A) Linguagem: como conversamos com as pessoas • Pensar a partir do público, mensagem e mídia B) Das redes às ruas C) Papel político da comunicação: formação, formulação D) Coluna de militantes E) Acompanhamento da direção nacional F) Expressão das linhas políticas: traduzir nossas linhas políticas para o todo da organização, como a direção constrói linhas políticas para que a comunicação trabalhe.

No final de 2019, foi realizado um curso do “campo popular”, do qual o LPJ faz parte, mencionado por Carlos, da comunicação do LPJ Pará.

Acho que o marco disso foi no final de 2019 a gente teve uma oficina, não vou lembrar agora, tivemos um espaço de formação na ENFF, na escola nacional do MST, no final de 2019 se não me engano foi em agosto ou outubro, no 2º semestre, e aquele momento eu acho que vou uma chavinha virada, me identifiquei um pouco mais com a comunicação, comecei a construir, e aí também me encontrei com uma outra uma outra paixão, que acabou virando uma paixão, que é a fotografia, documental, para pesquisa.

Nesse período, iniciam as discussões sobre o 4º Acampamento Nacional, previsto para acontecer na Bahia em abril de 2020, impedido de acontecer pela pandemia da COVID-19,

lançado em dezembro de 2019. Partindo dos acúmulos e desafios acima, a comunicação busca, então, avançar na Política Nacional de Comunicação; engajar a militância nas redes sociais; avançar na compreensão da coordenação nacional e das células sobre a comunicação; Nesse momento é reforçada a organização da comunicação para as redes sociais, com a retomada de plantões e planejamento de fluxo diário de publicações; planejaram avançar no mapeamento da militância do LPJ para conhecer mais seu público; avançar nas técnicas de acordo com cada ferramenta, com mais equipamentos, relacionada com a política; reafirmam a centralidade da comunicação, especialmente no estados, com cursos estaduais e fortalecendo os coletivos estaduais; consolidar o coletivo nacional e o Grupo de Trabalho Nacional; como a comunicação contribui para a defesa ativa; melhorar a capacidade de adaptar a linguagem para cada ferramenta e sujeito; formar mais “quadros” para a comunicação. Abaixo, o plano de ação de comunicação do LPJ para o período da pandemia da COVID-19.⁴⁴

PLANO DE AÇÃO: COMUNICAÇÃO DO LEVANTE X COVID-19

Hoje passamos por uma mudança conjuntural importante em função de dois elementos fundamentais que têm impacto direto entre si: o coronavírus e o rápido desgaste de Bolsonaro. Vivemos um momento em que as lutas de massa nas ruas estão impossibilitadas e os espaços de trabalho de base e encontro com a juventude, organizada, em processo de organização, ou não organizada ainda, rapidamente se fecharam, logo, precisamos encontrar outras formas de ação e diálogo com a juventude.

Prevedo que a atual pandemia tende a se agravar e se estender ao mesmo tempo em que contribui para uma crise econômica e política, com rápida perda da qualidade de vida do povo, a atuação do Levante nas redes se torna ainda mais importante, sendo quase que a única atuação possível de interferência na conjuntura.

O adiamento do acampa e a impossibilidade de realizar ações presenciais, acrescenta também o desafio da comunicação interna. Ao mesmo tempo em que coloca uma responsabilidade no Coletivo de Comunicação também apresenta uma oportunidade de superação de diversos desafios colocados para nós.

O documento abaixo apresenta uma série propostas para que o Levante possa enfrentar este momento, não se trata de um documento acabado, mas um ponto de partida para o debate.

EIXOS TEMÁTICOS DE AÇÃO

Política

- **Educação: defesa da pesquisa e Ensino ([nomes retirados pela autora para preservar o movimento])**
 - Permanência de Bolsas
 - Defesa dos estudantes de Saúde
 - Auxílio alimentação para quem não tá recebendo merenda
 - Renda para professores que recebem por aula
 - Pensar ações que contribuam para a Podemos +
 - Defesa do FUNDEB (PEC 15)
- **Criticar o modelo de sociedade/direita/neoliberalismo (([nomes retirados pela autora para preservar o movimento])**
 - Denunciar trabalhadores que não foram dispensados
 - Garantia de recebimento de auxílio para trabalhadores informais e de aplicativos

⁴⁴ Para preservar o movimento, a autora retirou do relato nomes pessoais e de organizações, bem como os grupos e as ferramentas de comunicação interna do movimento.

- Mostrar que mulheres se expõem mais e são responsáveis pelos cuidados de saúde da família
- Caráter estrutural racista dos mais afetados **Política internacional** **([nomes retirados pela autora para preservar o movimento])**
- Explorar a diferença entre as políticas econômicas que diversos países vêm adotando x o que o Brasil tem adotado nesse sentido
- Solidariedade internacional: apontar as ações dos países hermanos, em especial Cuba e Venezuela, e descer a lenha nos EUA
- Criticar xenofobia
- **Desgaste ao Bolsonaro** **([nomes retirados pela autora para preservar o movimento])**
 - Incentivar panelaços e outras ações simbólicas
 - Produzir respostas às falas de Bolsonaro e seus ministros
 - Explicar linha política para a militância
 - Produzir materiais formativos sobre as medidas que o governo poderia fazer para enfrentar a crise
 - Atacar o Bolsonarismo e todo o governo, não apenas o presidente e seus filhos
- **Formação** **([nome retirados pela autora para preservar o movimento])**
 - Contribuir juntamente a responsáveis pela tarefa na formação militante
 - Convencer a militância da importância da disputa das redes sociais nesse momento
 - Ampliar a formação técnica da militância da comunicação
 - Antecipar eixos temáticos do acampa
 - Emerson Pacheco online **Entretenimento/Cultura** **([nomes retirados pela autora para preservar o movimento])**
 - Indicação de livros, filmes, séries
 - Incentivar produção cultural da militância
- **Saúde/Solidariedade** **([nomes retirados pela autora para preservar o movimento])**
 - Solidariedade
 - Mostrar e propor ações de solidariedade
 - Resgatar valores militantes e esperança
 - Defesa do SUS
 - Revogação da PEC do Teto
 - Orientações de saúde
 - Maior número de testes
 - Combater desinformação e fake news

CAMPANHAS

Bolsonaro Faz Mal à Saúde

>> Usar toda vez que Bolsonaro cometer um erro de ação, será a partir dela o nosso processo contínuo de denúncia

>> Ficaria mais no campo dos materiais do design, ter selo, desafios, threads/fios no twitter, ter algum dos vídeos semanais direcionados para ele, é uma frase pra a gente ficar repetindo

>> Produção do material: [nomes retirados pela autora para preservar o movimento]

>> Link do drive com pre-sets: [link retirado pela autora para preservar o movimento]

Vai pra onde?

>> Também ficará mais no campo do design, ao contrário do “Bolsonaro faz mal à Saúde” ela será para assuntos mais gerais ligados ao coronavírus, apontando orientações do que fazer nos tempos de quarentena
 >> Produção do material: Coletivo Estadual de Comunicação do Ceará
 >> Link do drive com pre-sets: [link retirado pela autora para preservar o movimento]

Fica em casa em Movimento

>> Campanha voltada às lives, ao audiovisual, ver o ponto do Instagram
 >> Produção do material:
 >> Link do drive com pre-sets:
 [link retirado pela autora para preservar o movimento]

Nós por nós contra o Corona

>> Produção do material: Coletivo Estadual de Comunicação de Alagoas
 >> Link do drive com pre-sets:
 [link retirado pela autora para preservar o movimento]

- Disseminação de conteúdos produzidos pelo nosso campo, traduzindo para a linguagem que utilizamos

ORGANICIDADE

- Produzir circular com orientações para militância atuar nas redes sociais, com metas de compartilhamento e de produção de conteúdo em redes pessoais.
- Secretaria Nacional - Equipe com tarefa prioritária da comunicação: [nomes retirados pela autora para preservar o movimento]
- Manter reuniões periódicas dos 4 níveis de grupos da comunica [grupos retirados pela autora para preservar o movimento]
- Fazer mapeamento da militância do Coletivo Nacional de Comunicação via Google Forms e criar GTs específicos para algumas tarefas, como design. Link do formulário: [link retirado pela autora para preservar o movimento]
- Dialogar com coletivos e setores do Levante para que se envolvam na produção de conteúdos.
- Oficinas internas voltadas a comunicação dos estados e militância em geral: oficina de design, oficina de fotos de celular e etc..

AÇÕES ESPECÍFICAS

REDES E AÇÕES

Instagram

LIVES FIXAS

>> Irão acontecer de segunda a sexta, às 18h, podem acontecer sem muita elaboração e roteiro e ser mais flexíveis em relação ao tema e abordagem, desde o entretenimento leve a assuntos mais profundos e sérios

>> Devem ser feitas tanto apenas por nossas “caras públicas” quanto envolver convidados que têm acúmulo com o assunto tratado e que serão chamados para dialogar com as “blogueirinhas”

>> Cuidado com a linguagem, ser leve mas também não esgrachar demais.

>> Lembrar de abrir uma galeria no Instagram pra deixar elas salvar e subir junto nos stories do Facebook

>> **A programação fixa NÃO inviabiliza a necessidade de subir outros tipos de conteúdos que sejam necessários como resposta à conjuntura**, trata-se de um processo de organização do dia a dia para que não fiquemos só da reatividade. Mais que isso, podemos e devemos

usar pautas como saúde, atividade física e entretenimento para transformar o tema da política uma coisa mais palpável

SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA
<i>Resumo do Fim de semana e combate à Fake News</i>	<i>Papo Reto*</i>	<i>Saúde</i>	<i>Atividade Física</i>	<i>Cultura</i>

OUTRAS AÇÕES

>> Produzir templates e perguntas no instagram que gerem interação

>> Produção de filtro interativos pro insta com Quiz de prevenção ao Corona e Defesa do SUS

Podcasts

>> Dialogar com o Coletivo de Formação e com a [Escola] Paulo Freire para fechar material formativo que aprofunde temas ligados à Emerson Pacheco, mas de forma para fora (ex: debater educação popular)

>> Construir Podcast “A Comunica” no qual possamos abordar temas ligados a comunicação popular e também oriente nossa militância à construção de materiais

YouTube

>> “Papo reto” às terça-feiras apontando nossa leitura da conjuntura e qual a linha política da semana, deve ser um produto editado, contando com a presença de convidados quando necessário mais convidados e deve ter roteiro. Esses vídeos podem variar em:

Papo Reto temático com militantes nossos, usando telas divididas, passando de forma geral sobre os temas guardachuva citados acima.

Instagram do Levante + Blogueirinhas Entrevistas com parceiros e especialistas sobre temas, ex: [exemplos retirados pela autora para preservar o movimento]

>> Propor a Podemos + que realiza aulões online em Lives no youtube em canal próprio.

Twitter
>> Realizar diariamente threads sobre algum tema subtema para que possa ser aprofundado e depois usar os prints em outras redes, estimular que figuras públicas e militantes em geral façam o mesmo, comentando sobre suas áreas de atuação.
Facebook
>> Lives cruzadas

ACÇÕES GERAIS E OUTRAS

- Lançar #DesafioLevante com desafios diários para a militância e, dessa forma, incentivar a interação nas redes através da gameificação de forma orientada (Ex: poste foto com plaquinha, participe do tuitaço, indique o Levante para um amigo...)
- Intensificar o uso dos grupos do Levante e na medida do possível criar e interagir em grupos específicos no whatsapp, como os “Brasil contra Bolsonaro” e o “Quarentena saudável”
- Incentivar que a própria militância produza conteúdo e interaja com as redes do Levante
- Incentivar que nossas figuras públicas façam lives em seus perfis pessoais em momentos de panelaço e tbm comentando conjuntura.
- Realizar lives no youtube e cruzando com páginas estaduais do Levante no Face
- AgitProp e cultura: construir músicas e clipes com o agitprop que tragam nossa linha política, a exemplo do “1% bilionário”, ver com [nome retirado pela autora para preservar o movimento] e outros artistas nossos a possibilidade de produção semanal de material
- Retomar vídeos sobre os produtos do Levantes da Resistência e divulgar versão digital do livro

Em março de 2021, também ocorreu uma reunião do coletivo estadual de comunicação de São Paulo, que da mesma forma, organizou os plantões do coletivo nas redes sociais e planejou a comunicação para o ano, que buscava alinhar a militância, atrair pessoas, dar visibilidade para as pautas, denunciar os inimigos, formar e animar a militância, priorizando o Instagram, sem deixar de lado o Facebook “por ter maior crescimento e interação”. Levantaram o cotidiano dos jovens para organizar como encaixar em suas vidas a produção na comunicação do movimento, um a um repassou como estava sua vida naquele momento. Abaixo, como comunicadores do LPJ veem a construção histórica da comunicação do movimento.

REUNIÃO COMUNICA LEVANTE SP 14/03

IDENTIDADE VISUAL DO LEVANTE SP - histórico, debate e encaminhamentos (Buri); Quando o Levante surgiu lá no RS, em 2006, ele tinha uma identidade que era muito “artesanal”, pois precisávamos de algo fácil de fazer stencil. Não tinha um padrão muito fixo. Quando nos nacionalizamos, surgiu a necessidade de uma identidade visual unificada. Mais pra frente começamos a “brincar” mais com a identidade, no último acampa estadual, no nacional em Cotia, etc... A partir do último acampa nacional, pensamos numa identidade mais consolidada para as redes. No próprio acampa já vimos os acúmulos criados nos coletivos de comunicação. (mostra dos documentos da IDV do Levante) (mini formação sobre design - hierarquia da informação visual, teoria da dupla codificação, elementos de card, etc) (mandar PDF no grupo do zap, mas está no drive, é o arquivo FormacaoDesign.pdf, na pasta “Manuais e tutoriais”) No drive tbm tem vários PSDs pra a gente usar como inspiração

ou exemplo ou até mesmo como template pra não precisar criar as coisas do zero. Uma ideia interessante seria fazer um banco de imagens recortadas também.

Reflexões sobre a IDV [nome retirado pela autora]: Nossa IDV parece um pouco com a do MBL, mas provavelmente tem a ver com nosso público alvo ser relativamente parecido (juventude). [nome retirado pela autora]: Não temos conseguido produzir muito conteúdo não relacionado à notícias. [nome retirado pela autora]: Podemos tentar trazer mais conteúdos de “pauta fria”, que tem datas recorrentes, pra tentar se destacar mais nelas, pra diferenciar mais nossa identidade. PLANO DE COMUNICAÇÃO DO LEVANTE SP; Fomos provocados pela Operativa Estadual e a Coordenação Estadual do Levante SP na construção de um Plano de Comunicação para o estado, que possa apontar os objetivos, organicidade, formação e demais elementos que compõem a construção da comunicação no estado, estando subordinada à estratégia e tática da organização. Para iniciarmos esse processo de formulação coletiva, retomamos elementos permanentes da nossa análise da conjuntura e também a leitura de um roteiro para pensarmos um plano de comunicação, baseado no roteiro do CEPIS para elaborar Planos de Construção para Movimentos Populares. A partir da leitura desses materiais, avaliamos algumas perguntas geradoras que nos guiarão nas próximas reuniões na construção desse plano. Pontos da Conjuntura 2021 [link retirado pela autora]

Plano de Construção da Comunicação no Movimento Popular [link retirado pela autora]

PERGUNTAS GERADORAS PARA A CONSTRUÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO: PLANO DE COMUNICAÇÃO DO LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE DE SP

1. POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO a) Quais os objetivos da comunicação do Levante SP? b) Quem é responsável pela comunicação do Levante SP? c) Qual o nosso sujeito alvo? d) Qual é a identidade da comunicação do Levante em SP?
2. ORGANICIDADE a) Como organizamos a construção da comunicação no estado? a) Quais as tarefas do Coletivo Estadual? b) Quais as tarefas da comunicação nas cidades? c) Quais as tarefas da comunicação nas células? d) Como construímos as transições da militância dentro das instâncias da comunicação do Levante no estado?
3. PRODUÇÃO a) Quais são as ferramentas que usamos? b) Qual a nossa identidade visual/estética?
4. FORMAÇÃO a) Quais as formações políticas para o Coletivo Estadual? b) Quais as formações políticas para as cidades/células? c) Quais as formações técnicas para o Coletivo Estadual? d) Quais as formações técnicas para as cidades/células? [link retirado pela autora para preservar o movimento]

Em setembro de 2021, após a realização de muitas iniciativas, o Grupo de Trabalho Nacional da Comunicação reorganizou suas tarefas durante o Curso de Comunicação que realizaram online, pois avaliou que houve certa concentração de tarefa na infraestrutura, pois quem é host e transmissão acabou sendo a mesma pessoa, que as equipes da Comissão Político-Pedagógica tinham no máximo duas pessoas, sobrecarregando-as. Na avaliação do grupo, isso ocorreu por uma falta de priorização do movimento em relação à atividade, a partir da compreensão de que o tema da comunicação é para comunicadores, porém realizaram articulações importantes com referências do campo do LPJ. A partir disso, encaminharam de utilizar as aulas do curso para a capacitação de comunicadores estaduais.

Para reduzir a sobrecarga e aproveitar o aumento do interesse de jovens por produzir materiais para as mídias sociais, houve também a tentativa de aproximar comunicadores do movimento. Nesse sentido, ao longo de sua história, do ponto de vista da participação de

comunicadores profissionais no movimento, há um duplo processo: os jovens que se organizam no LPJ e já estudam ou trabalham profissionalmente com a comunicação e os jovens do LPJ que atuam profissionalmente em outras áreas e, a partir da experiência da comunicação do movimento, passam a ter essa carreira profissional como possibilidade, como cita Carlos⁴⁵, da comunicação do LPJ Pará. Ainda assim, a perspectiva coletiva permanece.

Quando eu volto de São Paulo 2019 e eu comecei a tocar diversas tarefas dentro do movimento, mas também para além do movimento, isso agregou inclusive financeiramente na minha vida, que apesar de não ter formação, não ser profissionalizado na técnica, na área, mas a perspectiva da comunicação popular, é esse o objetivo na verdade, né, o movimento ali não é criar um “Ricardo Stuckert”, mas fazer com que a tarefa seja comprida né, e a gente possa se comunicar com nosso próprio povo. [...] Era uma formação do campo popular, comunicadores populares pensando o cenário que a gente tinha ali naquele momento, de derrota estratégica da esquerda, as fakes, o monopólio das redes sociais e da informação pela direita aqui no Brasil, enfim também internacional, né como que isso influenciou nas eleições no ano antes em 2018, e aí a ideia é exatamente essa, de que o campo popular tem uma ótica, que o campo popular tem que se apropriar dessa tecnologia, tem que se apropriar desse latifúndio aí que existe.

Figura 13 – Convite para voluntariado na comunicação



Fonte: Página do LPJ no Facebook⁴⁶

⁴⁵ Nome fictício. Entrevista realizada em 4 de abril de 2023.

⁴⁶ Disponível em: <

<https://www.facebook.com/levantepopulardejuventude/posts/pfbid02kuuioEVMRZosDGUNn7yMvCx8NqQQ8v8CP3NqDtRdeeuBLCWDRHikyHXmC3Zs4pUI>>.

Em dezembro de 2021, a operativa nacional de comunicação do LPJ, reunida em São Paulo, discutiu um balanço político, desafios da comunicação e organizativo da comunicação do LPJ e um plano de ação para o período seguinte, indicando um momento para debater a questão das figuras públicas com a secretaria nacional e as eleições de 2022. Em entrevista, Aurora afirma que a comunicação sempre teve sua autonomia limitada para atuar e dar respostas à conjuntura, dependiam muito da aprovação dos dirigentes do movimento, sendo direcionados a partir de algumas pessoas específicas da coordenação nacional, especialmente da secretaria nacional, exceto em publicações mais simples. A comunicação é mais relacionada à divulgação da posição do LPJ, porque não houve um debate sobre uma política de comunicação entre a coordenação nacional, elaborando qual seria a linha para as redes, assim por diante. Em um contexto de muitas notícias e informações, a comunicação tinha que divulgar o que o LPJ pensava sobre cada uma delas. A comunicação tem mais autonomia para dialogar com a base do movimento, para mobilização interna, pensando em como manter o “sentimento de levante”, de querer fazer parte do grupo, de usar o vocabulário que usamos no movimento, como é a “persona” do movimento nas redes.

O LPJ sempre manteve relação com a comunicação de organizações parceiras, participou nesse período do Comunicadores pela democracia, por exemplo, ou quando organizou em julho de 2022, a 1º Escola Popular de Comunicação⁴⁷ na Escola Paulo Freire (4ª etapa, 1º módulo, divulgação geral)⁴⁸ como forma de aproximar e organizar jovens do bairro onde a escola fica localizada, através da capacitação técnica e profissional da comunicação.

4.2. Meios e formas de comunicação do LPJ

O principal veículo de comunicação do movimento em seu início era *blog* do LPJ Rio Grande do Sul, com o registro de sua *homepage* em anexo, alimentado entre 2008 e 2013. Naquele período a principal rede social utilizada no Brasil era o Orkut, sendo que o Whatsapp e o Instagram ainda não existiam e o Facebook ainda era pouco utilizado (ZENHA, 2017, p. 37). Por isso, os blogs foram um dos principais caminhos de entrada dos jovens no mundo digital e nos dá pistas sobre o salto geracional dos primeiros construtores do LPJ para os atuais,

⁴⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CgXWjBBrB1G/>.

⁴⁸ Disponível em: < <https://twitter.com/levantepopular/status/1549774173865742338>>.

18 anos depois.

Nossa comunicação na época não era tão bem estruturada assim o próprio blog; o blog foi criado com um tempo parado assim e ele era muito mais um repositório de panfletos que a gente fazia e tal, do que uma ferramenta de comunicação para fora. [...] a gente precisava divulgar as questões, as coisas que a células estavam fazendo, então a gente tinha o nosso blog lá parado como repositório de panfleto, que até meu irmão reformulou, deu aquela cara urbana, pichada, muito em função do que a gente vivia em Porto Alegre. [...] A gente tinha bastante contato com anarquistas em Porto Alegre, a gente era uma mistura, então dali vem toda aquela estética preta, vermelha, pichação. [...] E aí começou assim o blog, pautas gerais, o que que a gente pensa do mundo, quem são nossos inimigos, quais são as principais pautas de reivindicação da Via [Campesina], do MST, a gente não tinha uma pauta muito clara, né, a gente sempre fez as lutas por educação né, a cada ano de fazia uma luta pela educação. Então o blog seria para isso, para divulgar essas pautas e com o passar do tempo também para mostrar “Santa Maria tá fazendo isso”; “Porto Alegre, a célula sul tá fazendo essa atividade”. E aí isso foi dinamizando um pouco e a partir daí que a gente foi vendo a necessidade de construção mesmo um setor de comunicação, de um coletivo de comunicação, que era isso, tava muito no meu colo atualizar o blog e então eu tinha que ficar pensando em pauta, porque a nossa meta era uma postagem por dia, o que postar “não, te vira!” (Ernesto, 2023)⁴⁹.

A homepage do Blog demonstra uma característica marcante do LPJ neste período, sendo o fundo totalmente preto, e a tipografia que remete à pichação, com as cores branca e vermelha; um desenho de uma jovem com um lenço tampando seu rosto, remetendo a ideias de juventude, urbano e rebeldia. Essa referência estética é derivada principalmente das relações latino-americanas onde o LPJ se formou, participando de ações e atividades do coletivo de juventude da Via Campesina⁵⁰, onde a pichação não é apenas a estética como a forma comunicação e de luta, que o LPJ utiliza muito ao longo de sua história para se comunicar, o que possibilitava a relação com militantes anarquistas da época. Além disso, é muito presente a participação de jovens no blog através da publicação de poemas, tanto fixado na *HomePage*, quanto ao longo das publicações. O blog nasce da necessidade de comunicar um processo anterior a 2008. Os primeiros anos são muito dedicados aos acontecimentos na Universidade Federal Do Rio Grande do Sul em Porto Alegre, expandindo para a Universidade Federal de Santa Maria e, mais tarde, para o restante do Brasil.

A autora levanta que entre 2008 e 2013, o primeiro e último ano de publicação foram os que menos tiveram postagens, 63 e 18, respectivamente. O ano que houve mais publicações foi 2011 (315 postagens) com 100 mil acessos no total, seguido de 2012 (264) quando atingiram 200 mil acessos, seguido de 2010 (245), seguido de 2009 (234). O foco da análise das publicações é identificar as marcas que o que foi abordado na história do movimento, bem como a linguagem, e como o próprio movimento se retrata, a partir de suas produções próprias. Muitas

⁴⁹ Nome fictício. Entrevista realizada em 4 de abril de 2023 em São Paulo.

⁵⁰ A Via Campesina é uma articulação internacional que coordena organizações camponesas de pequenos e médios agricultores, trabalhadores agrícolas, mulheres rurais e comunidades indígenas e negras da Ásia, África, América e Europa desde 1992 e tem como principal participante no Brasil o MST.

delas foram corrompidas ao longo do tempo e, por isso, não poderão ser analisadas, mas ressalta-se os principais elementos.

Em setembro de 2008, o *blog* divulga uma ação do próprio movimento: uma oficina de grafite e estêncil junto aos estudantes de uma escola estadual do Rio Grande do Sul “pra mostrar que PROPAGANDA DE VERDADE é aquela que mostra a verdadeira divulgação dos sentimentos do POVO!! [...] :D”, como parte de uma campanha pela educação em conjunto a outras organizações. Aqui se repete o elemento da atuação do LPJ em conjunto, a atividade em si remonta à percepção do movimento sobre o que acredita enquanto direito à comunicação, a repercussão da atividade reforça essa ideia, ressaltando a linguagem do ambiente digital, que tenta reproduzir uma série de sensações através da linguagem textual, como a utilização de letras que se transformam em emoções (símbolos conhecidos como “emojis”) ou a própria utilização de palavras em caixa alta que significa o aumento do tom de voz.

No final de setembro, a postagem do blog, a seguir, reproduz e critica uma matéria de jornal que aborda uma polêmica na UFRG. A postagem ao mesmo tempo reproduz a notícia (o fato), bem como apresenta a análise do movimento.

sexta-feira, 26 de setembro de 2008⁵¹

O QUE REALMENTE INTERESSA...

O ato muralista idealizado pelo Coletivo Muralha Rubro Negra em conjunto com o Levante Popular da Juventude foi mais uma vez publicado no periódico zerohora. No entanto o real propósito do ato, o de questionar o papel da universidade pública na sociedade, está sendo diluído pela mídia corporativa. A zerohora apenas tangencia o tema central e lança em suas matérias, questionamentos paralelos, secundários, evasivos e vazios como: Na sua opinião, (...) é vandalismo ou uma forma de revitalização do espaço? A tentativa de escamotear o debate é uma característica da mídia burguesa que batizou de Polêmica e de Discórdia o fato político gerado pela arte.

Mais uma vez, em crítica aos veículos de imprensa e à polícia, uma postagem é feita, com uma foto da publicação de um jornal não identificado com a frase “os playboy, a polícia e as milícias só entendem a linguagem do cano” com tipografia que remete à pixação.

⁵¹ Disponível em: < <http://levantepopulardejuventude.blogspot.com/2008/09/o-que-realmente-interessa.html>>.

Figura 14 – Montagem gráfica denunciando a
PM do RJ



Fonte: Blog do LPJ RS⁵²

O ano de 2008 termina com uma publicação de natal, o primeiro poema publicado, reafirmando o papel de elementos culturais na construção do LPJ, que se reflete nos veículos de comunicação. Conhecida como mística, é uma prática herdada pelos movimentos da Via Campesina que fez o LPJ ficar conhecido entre as organizações do movimento estudantil, principalmente. Até hoje, é comum um participante começar ou encerrar um discurso político com um poema. Mesmo nas manifestações, o movimento utiliza o teatro, a poesia, a música, como forma de se comunicar⁵³.

Um “informe”, isto é, a utilização do blog para a própria organização do movimento inaugura as lutas do LPJ em 2009. Até então, naquele ano, as publicações eram em torno de reprodução de notícias e entrevistas, com especial destaque a denúncia à violência sofrida por manifestantes ou na periferia. Aqui, se manterá a cor original da postagem, pois transmite uma mensagem: o lilás é reconhecido como a cor do movimento feminista.

terça-feira, 24 de março de 2009⁵⁴

INFORME

Olá pessoal, estamos convidando tod@s para a **1ª Reunião do Coletivo de Mulheres da UFRGS** para a construção do II Encontro de Mulheres que ocorrerá neste primeiro semestre de 2009.

A formação do Coletivo de Mulheres é um encaminhamento do I Encontro de Mulheres UFRGS que ocorreu em setembro de 2008 na Faculdade de Direito. Atuando dentro da Universidade, o Coletivo é o meio de reivindicarmos e tocarmos pautas ligadas às mulheres, atividades e formações e principalmente o meio de colocar em prática os encaminhamentos do I Encontro visto que o Coletivo que organizará o II Encontro de Mulheres UFRGS.

O Coletivo é aberto a participação de homens e mulheres, porém os homens

⁵² Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2009/10/urubus-gostam-mesmo-e-de-carnica.html>>.

⁵³ Entrevista concedida por participante do LPJ no Paraná em 2011, que começa cantando uma música sobre a luta feminista disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=75se51RIPG8&t=2s>>.

⁵⁴ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2009/03/informe.html>>.

tem direito a voz, mas não a voto, conforme decisão do Encontro. A primeira reunião deste ano do Coletivo de Mulheres UFRGS está marcada para **sábado, dia 28/03, as 15h no DCE-Centro**. *Participem tod@s!!!*

Em seguida, a cobertura de uma atividade do LPJ em Santa Maria, que pareceu ser mais planejada que as anteriores: uma estrutura de texto e foto mais próxima ao jornalismo, com uma espécie de *lead*, e um álbum de fotos, apesar da baixa qualidade. O movimento escolheu da imagem um desenho de um menino chutando uma televisão e a imagem da Rede Globo para ilustrar a atividade, que discutia a Ditadura Militar.

quarta-feira, 25 de março de 2009⁵⁵
SANTA MARIA



Nossa memória não esquece, isso ainda acontece!

O Cine Resistência é uma proposta do Levante Popular da Juventude de Santa Maria para, através da exibição de filmes que retratam à realidade política e social brasileira, provocar o debate com a sociedade a respeito de temas relacionados à nossa história passada e presente, e com isso, promover o questionamento acerca das estruturas de dominação, estimulando o espírito crítico para a construção de ações de resistência.

A primeira sessão aconteceu no último domingo, dia 22 de março, na União Universitária da UFSM, com a exibição do filme **Batismo de Sangue**, que aborda a tortura durante a Ditadura Civil-Militar, seguido de um debate sobre os **45 anos do Golpe de Estado de 1964** e as suas permanências, como a política de repressão praticada atualmente pelo Estado brasileiro: criminalização da pobreza e dos movimentos sociais. Nosso objetivo é fazer do cinema um espaço de reflexão da história, provocando sua compreensão como parte das lutas atuais d@s trabalhadores(as) do campo e da cidade contra os efeitos devastadores da expansão do capital sobre as classes trabalhadoras e seus métodos de repressão permanentes.



Em seguida, o LPJ publica atividade sobre a educação pública, com arte gráfica própria. Mais tarde, um vídeo é publicado mostrando que essa arte foi impressa como um panfleto e distribuída em ação de “agitação e propaganda”.

⁵⁵ Disponível em: < http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2009/03/santa-maria_27.html >

sábado, 28 de março de 2009⁵⁶

CRISE: FECHAR ESCOLAS NÃO É A SOLUÇÃO

Bate-papo, oficina e produção.



quarta-feira, 13 de janeiro de 2010⁵⁷

As ruas gritam!



E em abril, uma manifestação do LPJ em Porto Alegre que mais uma vez dá pistas sobre o movimento após 2012. Naquele mês de 2009, publicaram muitas manchetes de jornais durante a Ditadura Militar, denunciando o papel da imprensa ao apoiar o regime.

sexta-feira, 3 de abril de 2009⁵⁸

Nossa gente NÃO ESQUECE E NÃO PERDOA - 1964



Extraído de Muralha Rubro Negra

Em 1º de abril a "revolução" dos imbecis (milícios), completa 45 anos. Nossa modesta

⁵⁶ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2009/03/creise-fechar-escolas-nao-e-solucao.html>>.

⁵⁷ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2010/01/e-que-venha-2010.html>>

⁵⁸ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2009/04/nossa-gente-nao-esquece-e-nao-perdoa.html>>.

mas sincera homenagem aos que enfrentaram o terror com a mais convicta coragem. Não esquecer e esgrachar aqueles que até hoje vivem na mordomia e na mais profunda impunidade foi nossa tarefa na madrugada do dia 1º de abril, PIXAÇÃO em frente a sede do DOPS em Porto Alegre e colagem nas ruas com o rostão do torturador USTRA. [...] Como falam os Hermanos. **Jamais esqueceremos, jamais perdoaremos e nunca nos reconciliaremos!**

Ao final de julho de 2009, um vídeo⁵⁹ com maior produção envolvida é publicado no YouTube pelo canal Laranja Mecânica. Sob a palavra de ordem “píxe e lute”, uma série de imagens de jovens pichando os muros de Porto Alegre são intercaladas com frases como “a cidade usa a gente, então temos que usá-la”; “cadê a saúde? Cadê a educação?”; “o que está dentro fica, o que está fora se expande”. É um vídeo que tem a intenção de não apenas repercutir uma ação, mas ele próprio gerar uma reflexão.

Em setembro de 2009, o tema da Comunicação Popular no LPJ aparece novamente. É a divulgação de uma cartilha sobre como fazer rádios comunitárias (GIRARDI; JACOBUS, 2009), que está disponível na internet, mas o link da postagem não existe mais.

sábado, 12 de setembro de 2009⁶⁰

Pra fazer RÁDIO COMUNITÁRIA com "C" maiúsculo Cartilha Para Fazer Rádio Comunitária com “C” Maiúsculo. O documento, feito pela Abraço e pelo Programa de Pós- Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS, traz temas teóricos e sugestões de organização e de técnica para as rádios comunitárias.

O download e uso do material é gratuito.

Na mesma semana, uma nova postagem é feita criticando o jornal, agora identificado: A RBS, filial da Rede Globo no Rio Grande do Sul, com uma foto da reportagem criticada, a frase “RBS nem pensar” acompanhada de uma edição para que a imagem ficasse mais “sombria”, no texto, o sarcasmo é o principal recurso. São constantes as manifestações do LPJ de denúncia ao papel da mídia em reafirmar valores da sociedade capitalista ao longo de sua história.

domingo, 25 de outubro de 2009⁶¹

O que é notícia e o que é política pro Jornaleco?



⁵⁹ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=2GiqvlnBgUQ&t=310s>>.

⁶⁰ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2009/09/pra-fazer-radio-comunitaria-com-c.html>>.

⁶¹ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2009/10/o-que-e-noticia-e-o-que-e-politica-pro.html>>

Nessa quinta o jornaleco apresentou mais uma das suas. Fantasiado de jornalismo o panfleto dos playboy agora procura fofoca no lugar de notícia. Mas olha só isso: “Por meio de seu microblog pessoal no Twitter, o governador de São Paulo, José Serra, disse ontem “estar cansado de ser questionado, no mundo real e no virtual, se será candidato à Presidência nas eleições de 2010.” É, realmente um comentário muito importante pra política brasileira! Notícia e política, pra essa classe, é fofoca de orkut. Não mostra a vida do povo. Não mostra a verdadeira política feita na rua pelo povo. Não mostra os problemas do estado e do país. É só dizquemedisse de gente que fica sentada no escritório tomando whisky.

No dia 6 de novembro de 2009, chama atenção a divulgação de uma oficina de muralismo, pela linguagem na legenda da imagem, apesar das imagens não estarem mais disponíveis no blog, reforçando mais uma vez a expressão da linguagem jovem nas redes do LPJ e o reforço que o próprio movimento faz para dialogar com esse público.

sexta-feira, 6 de novembro de 2009⁶²

Kretas + Levante + Pests

No feriado de finados, os bondes da Cruzeiro e do Alto Teresópolis mostraram mais uma vez que “não tá morto quem peleia”. Pela primeira vez os Kretas, Levante e os Pests se embolaram para gravar uma mensagem em um muro liberado pela comunidade. “Só Deus sabe a minha hora” é o recado pros que acham que o medo vai nos calar. E o “2,30 Tri Caro” faz parte da campanha contra o aumento das passagens. O efeito colateral que o sistema fez não vai parar por aqui...

Mais uma vez, a RBS é alvo de crítica do movimento, dessa vez se utilizam do humor para chamar atenção, mecanismo muito utilizado e bem avaliado no movimento, de forma geral. Carlos⁶³ argumenta que alguns podem dizer “não, mas isso é um negócio político, é um negócio sério, sabe, mas o meme também pode ser instrumento, né, para alcançar massa”.

terça-feira, 10 de novembro de 2009⁶⁴

Não use drogas

Elas provocam...

dependência, danos irreversíveis ao seu cérebro, impotência, e alimentam o crime organizado.

Cuidado! A próxima vítima pode ser o seu filho. Participe desta campanha.

RBS NEM PENSAR!

Quando completam 20 anos da queda do Muro de Berlim, a “mídia dos playboy” é criticada novamente, com fotos dos muros criados pelo capitalismo: entre o México e os EUA; entre Palestina e Israel; nas favelas cariocas; entre Morumbi e Paraisópolis em São Paulo; na Vila Chocolate em Porto Alegre.

sábado, 14 de novembro de 2009⁶⁵

Sociedade Murada

Enquanto a Mídia dos Playboy comemora a queda do Muro de Berlim (há 20 anos) o

⁶² Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2009/11/kretas-levante-pests.html>>.

⁶³ Nome fictício. Entrevista realizada pela autora em 4 de abril de 2023.

⁶⁴ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2009/11/nao-use-drogas.html>>.

⁶⁵ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2009/11/sociedade-murada.html>>..

povo luta contra os muros do capitalismo todos os dias...

A partir de muitas críticas aos veículos tradicionais de imprensa, o movimento divulga o documentário “Levante Sua Voz”⁶⁶, seguido de uma entrevista completa com Pedro Ekman, por Patrícia Benvenuti para o Brasil de Fato.

domingo, 22 de novembro de 2009⁶⁷

Contra o monopólio dos meios, documentário incita: “Levante sua voz”

Incentivar o debate sobre o direito à comunicação no país, partindo da denúncia sobre a concentração da mídia. Esse é o objetivo do vídeo "Levante Sua Voz", realizado pelo Intervezes Coletivo Brasil de Comunicação Social com apoio da Fundação Friedrich Ebert Stiftung. De forma didática, o vídeo desmistifica o conceito de liberdade de expressão no Brasil, revelando que apenas 11 famílias controlam praticamente todas as concessões públicas para emissoras de rádio e televisão. Ao mesmo tempo, revela-se a perseguição às tentativas de furar esse bloqueio midiático, como é o caso das rádios comunitárias que, nos últimos anos, foram fechadas em número recorde. Para o militante do Intervezes e responsável pelo roteiro, direção e edição de "Levante Sua Voz", Pedro Ekman, "o vídeo é uma tentativa de levar um tema com toda a sua profundidade e importância por meio de uma linguagem mais acessível a um público não acostumado aos textos geralmente complexos".

Em entrevista ao Brasil de Fato, Ekman comenta a produção do vídeo, os desafios para construir uma comunicação mais democrática e as expectativas para a 1ª Conferência Nacional de Comunicação, que acontecerá entre os dias 14 e 17 de dezembro, em Brasília.

O ano de 2010 inicia com a publicação de um vídeo⁶⁸ resumindo das “ações de rua promovidas pelo Levante [...] e que venha 2010!”. Era o registro de panfletos, lambe-lambe em defesa da educação pública, contra o agronegócio, em defesa da agricultura camponesa, mística/apresentação teatral em homenagem aos assassinados em Eldorados Carajás/PA; contra a crise econômica, muralismo na Universidade. Com fotos dos jovens produzindo os materiais e uma música animada ao fundo.

No fim de abril de 2010, a agitação e propaganda do LPJ junto ao MST volta em cena e uma composição básica de fundo preto, fotos e o texto “A Cia Estudo de Cena de SP, a Cambada de Teatro Ação Direta Levanta FavelA... e o Levante Popular da Juventude convidam: RODA DE CONVERSA SOBRE TEATRO E AGIPROP: uma troca de experiências sobre o papel do teatro militante. Dia 20/04 às 19hrs na Utopia e Luta. [endereço] e Apresentação da peça O MISTÉRIO DO NOVO da Cia de Estudo e Cena [...]”. Em seguida, mais um convite para apresentação de peça dos coletivos citados anteriormente, no Morro da Cruz em comemoração ao Dia do Trabalhador, no 1º de maio de 2010, a arte possui composição parecida da anterior, apenas a adição de tipografia de grafite. Por fim, em seguida, um novo convite para apresentação da peça *Árvore em Fogo*, “criação coletiva baseada na vida e obra de Bertolt

⁶⁶ Disponível em: < <https://vimeo.com/7459748>>.

⁶⁷ Disponível em: < <http://levantepopulardejuventude.blogspot.com/2009/11/contra-o-monopolio-dos-meios.html>>.

⁶⁸ Disponível em: < https://vimeo.com/8716259?embedded=true&source=vimeo_logo&owner=2202235>.

Brecht”, junto aos mesmos coletivos, a composição da arte é o fundo preto, com ilustrações e texto em vermelho e branco. O ano que antecede o 1º Acampamento Nacional do LPJ, 2011, começa com um convite para uma “oficina de teatro em ação direta”, novamente com a Cambada de Teatro em Ação Direta Levanta Favela. Aqui, a tipografia remete à técnica do estêncil em preto, branco e vermelho, com o fundo preto dando lugar a uma cor, com recortes de fotos das apresentações anteriores sobrepondo.

Figura 15 - [Oficina de teatro](#)



Fonte: Blog do LPJ RS⁶⁹

Um vídeo⁷⁰ produzido pelo LPJ sobre o que consideram agitação e propaganda na Argentina é uma montagem de fotos de palavras de ordem pintadas no chão e nos muros do país vizinho. A legenda afirma “ainda temos muito a aprender com os hermanos”.

A consolidação do LPJ no Rio Grande do Sul tornou necessário uma forma de sistematizar e compartilhar o que ocorre nos estados. Assim, surge o boletim Levante-se, nas palavras da publicação “a ideia do boletim é socializar as informações do processo de construção do Levante Popular da Juventude em todo o país. A cada mês será lançada uma nova edição com as atividades que estão sendo desenvolvidas nos estados”. O fundo preto dos materiais gráficos começa a transitar para o fundo branco. A 1ª edição do boletim anuncia um endereço de e-mail por onde os jovens poderiam pautas e aponta a realização do 1º Acampamento Nacional do Levante Popular da Juventude, planejado para ocorrer em

⁶⁹ Disponível em: <<http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2011/01/oficina-de-teatro.html>>.

⁷⁰ Disponível em: <https://vimeo.com/18478425?embedded=true&source=vimeo_logo&owner=2202235>

novembro de 2011, junto a 1º Assembleia Continental dos Movimentos Sociais da ALBA. Através do boletim anunciaram os objetivos do encontro: “Este acampamento pretende reunir em torno de 1000 jovens de aproximadamente 10 estados brasileiros para: 1) entender o momento atual 2) socializar experiências de organização 3) definir ações conjuntas 4) debater nossa organicidade” e apontam a necessidade dos jovens buscarem recursos para chegar até o encontro, já que o LPJ local iria garantir os alojamentos, alimentação, plenária. Ernesto conta como foi esse processo de construção.

Como uma forma de comunicação interna do levante entre células a gente criou os boletins, Boletins do Levante. Eu também era responsável por diagramar, receber os textos de todo mundo, botar foto, alguma coisa assim e foi bem massa, porque foi de fato a primeira, uma das primeiras atividades de comunicação mesmo, que envolveu outras pessoas. Então, as pessoas tinham a obrigação, a tarefa de escrever um relato da célula, que seja, para atividade, [...] mandar uma foto dizendo o que tá acontecendo, serviu como comunicação interna mesmo, a gente sempre chegou a publicar, sei lá, uns 10 boletins e foi importante, mas daí também veio o processo de nacionalização que inviabilizou ter um boletim, né.

O primeiro relato é do início da construção do LPJ no Ceará através de uma oficina de grafitti (que, na prática, como e vê na imagem, essa técnica é chamada de muralismo até então) e estêncil. “Juventude que ousa lutar constrói o poder popular” foi escrito nos muros da praça do Itambé, em Caucaia. Em seguida, no Paraná, uma reunião com um participante do Rio Grande do Sul, que apresentava o LPJ, enquanto no Rio Grande do Sul informavam a construção de outro acampamento.

Figura 16 – 1ª Edição Boletim Levante-se



Fonte: Blog do LPJ RS⁷¹

⁷¹ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2011/07/levante-se.html> >.

O movimento vai se apropriando de mais técnicas pela necessidade de comunicar de forma mais profissional na medida em que cresce e se torna mais consciente daquilo que almeja, sem perder a perspectiva a comunicação produzida localmente, que parte dessa mesma necessidade de comunicar. Como a foto de um cartaz convidando para uma atividade da célula ou a persistente cobertura⁷² e mobilização de uma luta local; aqui é provavelmente a foto de um cartaz feito à mão como um grafite. Outro convite para o Seminário “O Morro é Nosso”, para discutir sobre a história do bairro e “construir um processo com base nas raízes da comunidade”.

A 2ª edição do Boletim Levante-se em anexo, publicada em setembro de 2011, foi anexada diretamente ao blog, dificultando salvá-lo. A edição inicia informando o adiamento do Encontro da ALBA e, portanto, do 1º Acampamento Nacional do LPJ para fevereiro, quando de fato ocorrem os eventos. Além disso, relata a realização da Assembleia Popular da Juventude, que reuniu 100 jovens em setembro de 2011, e apontou a coordenação estadual do que se tornaria o Levante Popular da Juventude no Paraná. Em seguida, resumiu a ocupação da reitoria da Universidade Federal de Santa Maria, protagonizada pelo LPJ, com link de acesso ao blog com mais informações. E termina comunicando a realização do 1º Acampamento Regional do Levante Popular da Juventude Nordeste e Norte, em outubro em Fortaleza/CE. Terminam com um poema “mas agora unidos no LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE gigantes seremos”.

Através de suas experiências, os jovens se apropriam do nome e símbolo do movimento, aplicando-os de forma a transmitir outras mensagens. É no caso da atividade para as crianças do Morro Santa Teresa, o “levantinho”, aplicando a logotipo em uma pipa, e o Levante no PagoFunk: paz, justiça e lazer; inserindo palavras de ordem no lugar do nome do movimento, que é uma bandeira que “cabe todas as lutas”; ao divulgar uma atividade internacional, colocam as cores da bandeira palestina em sua própria bandeira, simbolizando a união na luta pela autodeterminação dos povos; aplicam o logotipo em bonés para venda, outra forma dos jovens se apropriarem. Depois de nacionalização, os mais variados tipos. No escracho do Pará em 2012, na confecção de camisetas dois bonecos no logotipo: com identificação de feminino e masculino. Mas percebe-se que, ao mesmo tempo, existe um esforço de constituir uma identidade “nacional”, com o fundo preto e logotipo branca, que irá se consolidar após a cartilha da comunicação nacional de 2014.

⁷² Documentário produzido pelo LPJ e MST sobre o morro de Santa Teresa, ameaçado com as construções da Copa do Mundo. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=xIQZR4ucex4>>.

Figura 17 – Aplicação logotipo LPJ em pipa



Fonte: Blog do LPJ RS

Figura 18 – Alteração do logotipo do LPJ



Fonte: Blog do LPJ RS⁷³

Figura 19 – Alteração do logotipo do LPJ



Fonte: Blog do LPJ RS

⁷³ Disponível em: <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2012/04/veta-dilma.html>.

Figura 20 – Aplicação logotipo LPJ em boné



Fonte: Blog do LPJ RS

Na 3ª edição do Boletim Levante-se, em 20 de outubro de 2011 em anexo, percebe-se que o ritmo do movimento começa a acelerar. O primeiro informe avisa que não foi possível fazer o boletim de 15 em 15 dias, apesar de necessário, e que é necessário fortalecer o fluxo de informações internas no movimento a nível nacional. Além disso, a primeira tentativa de ação conjunta nacional: em defesa da ampliação do acesso ao Ensino Superior, seja através de cotas ou outras políticas públicas. Surge, pela primeira vez o Levante Popular da Juventude no Rio Grande do Norte com a poesia recheando o significado do nome do movimento. Em seguida, Sergipe relata sobre a atividade realizada em torno da descriminalização do aborto. O Levante Popular da Juventude da Bahia aparece também pela primeira vez, após um encontro de jovens, com uma série de oficinas, entre elas a de “rádio livre”.

O ano de 2012 começa com a 4ª edição do Boletim Levante-se e a primeira identidade visual do 1º Acampamento Nacional do LPJ, mais uma evidente alusão à união do preto, branco e vermelho inicial do movimento com o verde e amarelo do Projeto Popular para o Brasil. O boletim traz os últimos detalhes do acampamento nacional: o que levar, onde será o evento, quais estados estão confirmados e a programação do encontro. Em seguida, uma segunda identidade visual do Acampamento Nacional, com as mesmas cores, mas organizada em formato de logotipo. Aqui, a mensagem é mais clara: a primeira tarefa é afirmar a identidade do Levante Popular da Juventude a nível nacional. E veremos adiante que depois do Acampamento Nacional, a maioria das publicações do movimento tinham o logotipo, muitas inclusive postando somente com o logo junto à legenda.

Em 26 de abril de 2012 é publicada a 5ª edição do Boletim Levante-se, em anexo, noticiando o 1º Acampamento Nacional, que fundou o Levante Popular da Juventude, com 1.000 jovens de 17 estados. Reafirmam seus compromissos de construção com o Projeto

Popular para o Brasil, relatos da participação do LPJ nas manifestações do 8 de março (Dia Internacional das Mulheres), dos escrachos aos torturadores da Ditadura Militar.

Segundo a autora levantou⁷⁴, a nacionalização do LPJ coincidiu com a diminuição do ritmo das publicações no blog do movimento, até cessarem; as postagens foram de 315 em 2011, para 264 e 2012, terminando com 18 em 2013, coincidindo com a ascensão do Facebook enquanto mídia social mais utilizada pelos jovens. A última publicação do blog, um vídeo de chamada para o 9º Acampamento Estadual (considerando que todos os acampamentos anteriores eram organizados pelo LPJ), no canal do Levante Santa Maria no YouTube⁷⁵. Do ponto de vista do conteúdo, muita coisa se repete, especialmente: no mês de março o feminismo e a luta das mulheres são muito abordados; o Massacre de Eldorados Carajás/PA é sempre lembrado em abril, dentro da campanha Abril Vermelho, além da denúncia do Golpe militar em 1º de abril de 1964; em novembro a questão racial e a memória de Carlos Marighella. Em termos de formas de comunicação, há uma série de atividades que os o LPJ participa, e o movimento reproduz matérias jornalísticas de ações que o movimento apoia, divulgação de notas e manifestos sobre posições mais variadas, desde à questões locais da UFGRS até a situação de Honduras, apoio à eleição de Evo Morales na Bolívia, Hugo Chávez na Venezuela, a revolução cubana, posições do movimento em relação à políticas públicas voltadas para a juventude e denúncias do governo estadual, denúncia a direitos retrocedidos, memória de datas importantes para o movimento (como o 20 de novembro, aniversário da editora e livraria Expressão Popular), músicas (como Mercedes Sosa cantando Canción com Todos; Um Bom Lugar de Sabotage), charges, tirinhas e desenhos; divulgação de eventos como cursos de formação política, palestras, seminários, encontros de estudantes, lançamento de livros, saraus, mostra de cinema, festas, muitas notas/manifestos/artigos de dirigentes do MST, entrevista de Tom Morello (da banda Rage Against The Machine) e falas do então Deputado Estadual do RJ Marcelo Freixo.

Todo início de ano é comum observar a participação do LPJ em manifestações contra o aumento das tarifas de transporte público, em 2013 não foi diferente. Quando as manifestações tomaram fôlego, no meio do ano, o movimento se inseriu, com condições limitadas considerando que estava iniciando sua construção na maioria dos locais. Conforme já abordado, esse movimento produzirá profundas alterações na forma do LPJ fazer comunicação.

⁷⁴ O próprio blog fornece esses dados publicamente.

⁷⁵ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=k7a8T7V8R-A&t=1s>>..

Após essa luta e a consolidação do LPJ a nível nacional, isto é, com presença na maioria dos estados atuando a partir de uma linha política nacional do movimento, há um processo de desenvolvimento de uma identidade visual e veículos nacionais que expressem essa realidade. A partir daí, passam a usar tipografias mais usuais no meio digital, criam a página do Instagram e reformulam o site.

Figura 21 – Linha política nacional e identidade visual



Fonte: Página do LPJ no Facebook⁷⁶

Figura 22 – Criação da página no Instagram



Fonte: Página do LPJ no Instagram⁷⁷

⁷⁶ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/levantepopulardajuventude/photos/a.321629677902593/434906126574947/>>. Acesso: 7 de abril de 2023.

⁷⁷ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/wclgNDxdZ/>>.

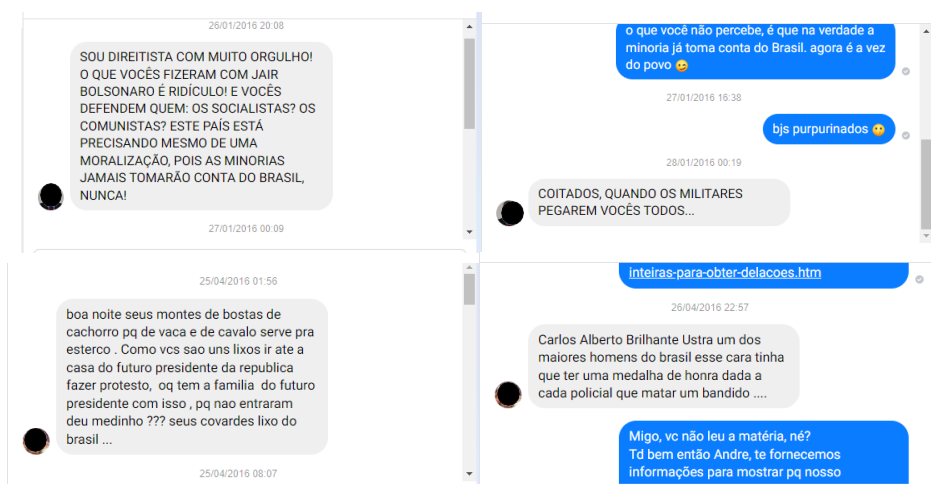
Figura 23 – Reformulação do site do movimento



Fonte: Página do LPJ no Instagram⁷⁸

O ambiente da rede social proporciona uma série de reações às ideias do LPJ, como vemos abaixo, já em 2016 na página local do LPJ de Sorocaba, depois que o movimento esbrachou Jair Bolsonaro, jogando purpurina no então Deputado Federal em Brasília, pelo Dia da Visibilidade Trans, buscando chamar atenção para a defesa do direito de viver dignamente dessa população.

Figura 24 – Ameaças aos militantes do LPJ via redes sociais



Fonte: Página do LPJ Sorocaba⁷⁹

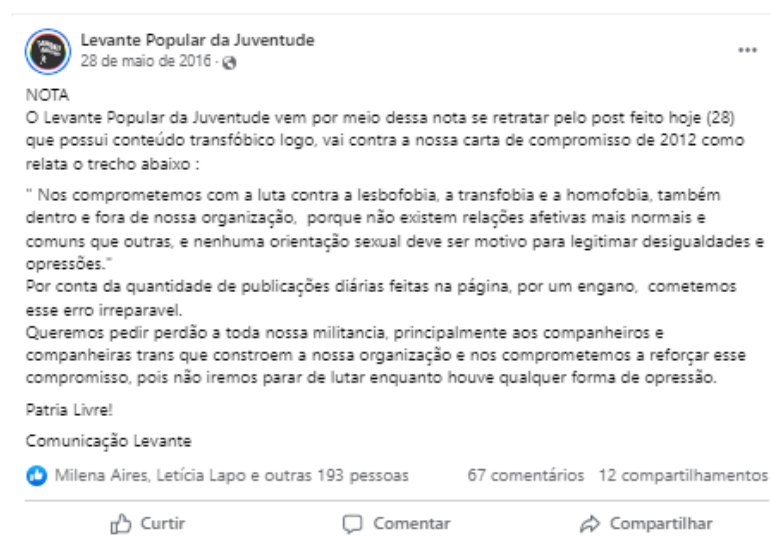
O movimento não está isento de cometer erros ou ofender pessoas em seus conteúdos, no exemplo abaixo pedem desculpas por uma publicação equivocada (não encontrada pela

⁷⁸Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/wo-GgCxdIB/>>.

⁷⁹ Com a devida autorização do movimento.

autora).

Figura 25 – Pedido de desculpas por publicação equivocada



Fonte: Página do LPJ no Facebook⁸⁰

Em outubro de 2017, Volpato et al (2019) analisou o Facebook e o Instagram do LPJ através de um software de análise quantitativa das redes, o Fanpage Karma.

1. Facebook Até o final do mês de outubro a fanpage do Levante no Facebook contava com 346 mil seguidores, dos quais 5% interagiram de alguma forma com a página no período indicado. A página apresentou uma queda de 0,019% de seguidores e apresentou aproximadamente 6 postagens por dia.

As postagens receberam um total 22 mil curtidas, 2,3 mil comentários e 9 mil compartilhamentos, demonstrando que os seguidores preferem uma interação mais passiva se comparada com os comentários, que podem indicar diálogo com a página ou com outros usuários, além de demonstração de apoio ou críticas. As curtidas são o tipo de envolvimento que menos resulta em visibilidade para outros usuários no Facebook, diferente dos comentários e compartilhamentos, que resultam em uma exposição da publicação para mais usuários. Após as curtidas, a principal reação dos usuários às postagens foi o “amei”, que demonstra apoio às publicações.

A imagem a seguir mostra todas as postagens feitas na Fanpage no mês de outubro, representadas pelos pontos rosa. Quanto mais alta a localização do ponto no gráfico, maior o engajamento dos usuários com a postagem. A publicação em destaque na Figura 3 mostra a publicação com maior envolvimento no período, sobre uma ação do Levante em Belém, durante uma visita do pré-candidato à presidência pelo Partido Social Cristão, Jair Bolsonaro, que expôs uma faixa dizendo “Nossa Senhora, nos livre do Bolsonaro”. A ação, considerada de agitação pelo movimento, recebeu 1.119 curtidas, 370 reações “amei” e 134 reações “haha”, entre outras, além de 120 comentários e 622 compartilhamentos, que demonstram adesão dos seguidores da página.

⁸⁰ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/levantepopulardajuventude/posts/pfbid0387iy8EvKxQvWvZ3ROegk2hFmDp6KbqGKBXPwZiR3qDXvvQ1Mu3vF8jKw2UrsDPCJI>>.



Figura 4 - Publicações do mês com mais engajamento
Fonte: Fanpage Karma, elaboração própria

Do total de 183 postagens realizadas no período de análise, 109 continham imagens, 40 redirecionavam para um link externo e 34 continham vídeos. Na Figura 5, o gráfico à direita localiza a maior frequência de uso do tipo de postagem à direita, e o maior engajamento acima. As imagens apresentam maior frequência de uso e maior engajamento.

As publicações com imagens com maior engajamento são a da faixa protestando contra Jair Bolsonaro e a atualização da foto de perfil do movimento, provavelmente em decorrência do algoritmo do Facebook que exhibe as mudanças de fotos de perfil para mais usuários do que publicações de outros tipos. O vídeo com maior engajamento contava sobre outra ação off-line do movimento, um “Trançamento”, que consiste na interdição da via Presidente Vargas, um protesto contra a redução da maioria penal. A publicação acompanhava a hashtag “30minPelos30mil”, uma referência aos 30 mil jovens que são vítimas fatais de homicídio todo ano no país.

Os links que geraram mais engajamento estão exibidos na coluna da esquerda na Figura 7 e abordavam ações do MST, como doações de mudas, ocupações e Encontro dos Sem Terrinhas; faziam críticas a propostas de políticos e movimentos sociais de oposição ao Levante, como o projeto Escola sem Partido, a proposta do Prefeito de São Paulo, João Dória, de distribuir “Ração Humana”, ao governo Temer e ao Movimento Brasil Livre (MBL); e um link sobre La Higuiera na Bolívia, cidade onde Che Guevara foi morto. Entre as hashtags mais utilizadas estão #brasilsobrano; #30minpelos30mil, sobre a ação do Trançamento; #somostodosatingidos, referente aos Movimento dos Atingidos por Barragens (MAB); #nóspornós, campanha de divulgação de ações do Levante frente ao descaso do governo federal em diversas áreas; #levantepopulardajuventude; #2anosdelamaeluta e #lutaporminasgerais. As últimas hastags fazem alusão ao MAB, aos dois anos de rompimento da barragem em Mariana e consequente contaminação do Rio Doce. Em decorrência de uma deficiência da ferramenta de análise as palavras mais utilizadas apresentam muitos conectores de palavras e frases, aparecendo em destaque as palavras que compõem o nome do movimento, além de “Brasil” e “nacional”.

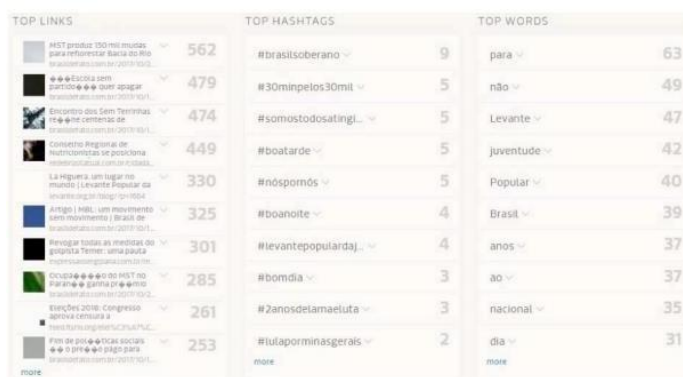


Figura 7 - Links, hashtags e palavras mais utilizadas
Fonte: Fanpage Karma, elaboração própria

O alto índice de engajamento nas imagens, no vídeo e nos links pode indicar que os usuários se envolvem mais com as publicações quando elas abordam ações concretas dos movimentos sociais, como os protestos. Muitas publicações comentam ações off-

line do movimento, como ocupação de escolas ou passeatas, além de divulgar ações de movimentos parceiros, como o MST e o MAB.

Embora a página conte com 6 publicações diárias, o número de comentários dos usuários nas publicações é baixo e, nos momentos em que houve essa interação, não se observou nenhuma mediação da página, buscando um diálogo com quem comenta. Na entrevista realizada, Fernanda afirma que a alimentação das redes é dividida por meio de uma tabela, para que cada turno na semana esteja coberto por pelo menos uma pessoa, mas que são frequentes os buracos já que os militantes têm muitas outras funções – como provas na faculdade ou trabalho. Para o Facebook existe uma orientação da coordenação nacional do movimento para que as células e coordenações municipais enviem seus conteúdos para as páginas estaduais ou nacional. “Muitas vezes, a célula mal começa e as pessoas já querem fazer uma página no Facebook, mas não têm condições de alimentar com periodicidade. Quando decidimos manter a página nacional e as estaduais, fizemos campanha para migrar os seguidores para essas páginas porque não é funcional nem bom para engajamento e visibilidade fragmentar o público que curte e acompanha”. Sobre a baixa interação nos comentários, tanto no Facebook quanto no twitter, Fernanda comenta que no último planejamento de comunicação chegaram a definir a linguagem para essa interação na intenção de começar a responder os comentários com mais frequência. No entanto, a demanda por responder as mensagens privadas (inbox) já é alta. “A ideia é garantir que pelo menos o inbox seja respondido, mas não temos tempo para fazer isso”, explica Fernanda. De acordo com a política de comunicação do movimento, os inbox devem ser respondidos em no máximo 42 horas. Os temas das mensagens privadas variam, mas envolvem a busca por envolvimento com as ações do movimento. “As pessoas perguntam onde podem encontrar o Levante, sugerem lugares para fazer escracho... Quando fizemos o escracho do Bolsonaro, recebemos muitas ameaças e xingamentos. Por isso a avaliação da página não melhora nunca. Fica sempre alguns dias estável e aí eles organizam o ataque e recebemos várias avaliações negativas no mesmo dia”.

A política para os comentários contrários é de não apagá-los, com a exceção de comentários ou mensagens com ameaças ou ofensas consideradas pesadas. Mesmo os comentários com a hashtag #Bolsonaro2018 são mantidos e, quando enviados por mensagem privada, respondidos com um coração. Para que os comentários contrários fossem respondidos podendo gerar um debate, seria preciso contar com mais pessoas dedicadas à tarefa da comunicação, além de preparação para dialogar com pessoas já convencidas, que reproduzem o discurso dos movimentos da direita. Sobre os objetivos da comunicação nas redes sociais digitais, Fernanda explica: “não entendemos o Facebook como uma ferramenta só de divulgação das nossas ações, embora use muito para isso, mas também como um espaço de disputa de ideias. Então, por exemplo, quando o Ministério dos Transportes fez uma campanha ‘não sei quem pode matar’, nós fizemos uma paródia e teve muita visibilidade, furou a bolha com certeza”. A campanha do Ministério de Transportes visava conscientizar sobre a conduta de motoristas e viralizou na internet.



Figura 8 – Paródia com a campanha do governo (Levante e Ministério do Transporte) Fonte: <http://www.srzd.com/brasil/coletivo-lanca-campanha-governo-golpista-mata-gente-todo-dia/>

Essa ação demonstra que o Levante se apropria de temas que estão sendo discutidos por uma ampla parcela dos usuários das redes sociais em um determinado momento, muitas vezes uma polêmica, e ressignifica a mensagem. Além de temas, é comum que memes⁵, vídeos e imagens muito compartilhados sejam modificados a fim de transmitir uma mensagem. Nesses casos a possibilidade de compartilhamento, ampliada pela popularidade do assunto ou da linguagem é entendida como visibilidade em potencial, utilizada para disputar sentido e alcançar pessoas que não necessariamente compactuam com o posicionamento do movimento social. Em alguns momentos, inclusive, as ações concretas do movimento são pensadas de acordo com sua possível repercussão nas redes digitais, o que demonstra uma atuação híbrida entre espaço público virtual e off-line. Para protestar contra o projeto de privatização da cidade de São Paulo por Dória, o Levante realizou um escracho em frente à casa do prefeito. Fernanda explica, “por exemplo, a intervenção na frente da casa do João Dória. É um bairro afastado, a mídia não vai lá, não tem pessoas na rua. Só fazia sentido fazer por causa do Facebook. Ganhou mais repercussão ainda quando o MBL foi lá e se colocou contra”. Essa ação de agitação foi pensada contando com a repercussão que teria nas redes sociais digitais. Demonstra que o movimento social usa a ação off-line como um fato para pautar o tema na esfera pública virtual e, a partir daí, mobilizar outras pessoas e grupos organizados, sobre os quais não tem controle. Essa repercussão não depende da Fanpage do movimento, mas das reações de pessoas que, a partir daí, passam a se organizar e agir sobre essa pauta. A ação do movimento impulsionou a criação de coletivos em São Paulo com a mesma pauta, inclusive grupos fechados no Facebook nomeados “#SPnãoEstaAVenda”, hashtag utilizada na divulgação do escracho, que não possuem relação com o Levante.

Da mesma forma, quando o Levante produziu notas de dólar com o rosto de Eduardo Cunha, então presidente da Câmara dos Deputados, para denunciar suas contas na Suíça, desencadeou uma repercussão sobre a qual não tinham controle. Fernanda questiona: “o que seriam dos dólares no Cunha se a imprensa não estivesse ali? Ficou exposto que ele tinha dólares escondidos. [...] Uma ação real, concreta, planejada, a partir de organização, análise de conjuntura, gera uma ação espontânea, não controlada, porque foi para as redes. E não estava no Facebook do Levante”. Sobre essas ações, comenta que “facebook não é nossa forma de lutar, o escracho é nossa forma de lutar. Ir lá na frente da casa do torturador da ditadura, e escrever pros vizinhos dele que do lado da casa dele mora um torturador é dizer pouco para muitos”. Portanto, as ações do Levante não necessariamente estão vinculadas às páginas oficiais do movimento em redes sociais digitais, mas contribuem para fomentar a repercussão na internet a partir de sujeitos que se conectam e compartilham essa informação.

4.2 Instagram A página do Instagram do LPJ, rede social para compartilhamento de imagens, possui 16,2 mil seguidores, número inferior se comparado ao número de seguidores no Facebook. Até o dia 30 de outubro o perfil já havia postado 677 vezes. No mês de outubro foram realizadas 35 postagens, aproximadamente uma postagem por dia. No mês de outubro os principais temas de postagem foram campanhas como “Lugar de Mulher é na Revolução”, que contava histórias de mulheres que participaram da Revolução Russa, “Mulheres cabulosas da história”, a caravana do ex-presidente Lula em Minas Gerais, assim como no Facebook, manifestações contra a redução da maioria penal e do MAB. O gráfico a seguir ilustra as palavras e hashtags mais utilizadas nas postagens do período. As publicações que tiveram maior engajamento, diferente do Facebook, foram as que envolviam figuras da política que ajudam a identificar o posicionamento ideológico do movimento, como as do ex-presidente Lula em caravana em Minas Gerais, acompanhado por militantes do movimento, e as de comemoração ao cinquentenário do último combate de Che Guevara. As publicações do mês tiveram uma média de 450 curtidas cada, e as apresentadas na sequência apresentavam mais de 1000.



Figura 10 - Publicações com maior engajamento no Instagram Fonte: Instagram do Levante Popular da Juventude

Pela análise é possível perceber que os comentários contrários ao movimento não são apagados e que os mesmos perfis contrários costumam comentar em todas as fotos postadas, sobretudo, as que envolvem figuras polêmicas como as anteriores. Questionada sobre a presença dessas figuras, como Lula e Che Guevara, Fernanda afirmou que essas publicações, independente da rede social, são as que geram mais comentários com ataques ao Levante mas que, “por mais que tenham haters, nem tudo a gente avalia pela quantidade de likes ou comentários, é para firmar a identidade do movimento”. Grande parte do público das redes do LPJ é a própria militância e, nesse sentido, o conteúdo publicado precisa atender às suas expectativas. No Instagram, o público que mais interage por meio de comentários é a própria militância, que comenta sobre as manifestações em que participou, ou demonstra apoio à publicação. Além disso, Fernanda afirma que “o posicionamento é importante porque além de disputar com a direita, também existem disputas dentro da própria esquerda”. Determinadas correntes, por exemplo, negam as figuras representadas nessas postagens.

É possível perceber que existem particularidades em cada uma das redes sociais, que apresentam resultados de maior engajamento para tipos de conteúdo diferentes. Além disso, com as publicações do Instagram, identifica-se a comunicação com objetivo de formação política dos próprios integrantes do movimento que nem sempre têm o mesmo tempo de militância, o mesmo conhecimento sobre política, a mesma realidade social e econômica.

Os ambientes informacionais digitais, como os analisados neste estudo, por exemplo, devem ser pensados e programados de maneira que auxiliem as interações entre os sujeitos, propiciem um ambiente democrático e participativo e promovam a visibilidade do movimento social. Portanto, além de permitir a livre conversação entre usuários, devem fornecer ferramentas que auxiliem no processo de participação, sendo ambientes adequados para que movimentos sociais e ativistas exponham suas demandas e ampliem seu alcance e discussões. Uma vez alcançadas a interação, participação e criação de conteúdos, é possível promover a visibilidade do grupo e suas demandas.

As ferramentas que possibilitam essas ações relacionam-se intimamente com a arquitetura do site e com a informação disponibilizada para fomentar o debate, já que o participante também precisa ter acesso a informações que permitam a crítica e a tomada de decisão. Este estudo sugere que, no caso do LPJ, as tecnologias da web 2.0 auxiliam o processo de participação política e social, conferindo visibilidade ao movimento, servindo aos movimentos sociais e ativistas quando são utilizadas em sua totalidade, usando todo o potencial das ferramentas de interação e construção coletiva do conhecimento. Porém, nada disso tem efeito se não houver a disposição e a mobilização do cidadão em interagir e participar (VOLPATO et al, 2019, p. a 368 a 380).

Mais à diante a autora conclui que

A visibilidade aparece na comunicação do movimento de forma dialética, como objetivo e como estratégia. Se, por um lado, contribui para alcançar objetivos do movimento social, como um meio e, portanto, estratégia; por outro, são usadas outras

estratégias para obter visibilidade, sendo ela mesma o objetivo. Além de planejar estratégias de visibilidade que permitam ao movimento social se comunicar com a sociedade, é fundamental que a visibilidade seja, ao mesmo tempo, uma estratégia para alcançar outros objetivos, para não se tornar um fim em si mesma. Enquanto estratégia, a visibilidade é um mecanismo que faz parte da forma de lutar: a agitação, processo em que os movimentos sociais “falam pouco com muitos”, pode ser deslocada da ação concreta para o meio virtual por meio das redes sociais digitais, ampliando o alcance e possibilitando o rompimento com as barreiras do espaço geográfico e da temporalidade. Nesse sentido, a visibilidade é vista como uma estratégia para cumprir diferentes objetivos: disputa de sentidos, em que uma interpretação é compartilhada pelo movimento social em meio a uma discussão ampla e descentralizada nas redes sociais digitais; b) impulsionar mobilizações, dando subsídios para que sujeitos se organizem em torno de uma pauta; c) formação política, alinhando a militância e oferecendo ao público em geral informações sobre figuras políticas, ações do governo ou causas de um determinado problema e; d) pautar temas, trazendo novas discussões para a esfera pública virtual. Por sua vez, as estratégias de visibilidade se baseiam na repercussão de ações offline dos movimentos nas redes sociais digitais; na participação de polêmicas na internet, ressignificando mensagens. Todo o contexto de relação íntima entre mídia e política, esfera pública e visibilidade, intensificados pela sociedade midiaticizada, parece levar os movimentos sociais contemporâneos a concentrar seus esforços de comunicação online para obter visibilidade. É preciso investigar se essa exposição rápida, difusa e esporádica às mensagens dos movimentos sociais na internet pode contribuir para a ampliação da cidadania ou, mesmo, para a disputa de significados (VOLPATO et al, 2019, p. 381 e 382).

Nesse período surgiram uma série de iniciativas envolvendo rádio. Por exemplo, de março a novembro de 2018, o LPJ em São Paulo participou do Programa Revolução Rap, na Rádio Comunitária do Heliópolis, experiência da qual a autora participou junto a outros dois militantes do LPJ do bairro, e participação de outros comunicadores do movimento. Organizamos o quadro Papo Reto, que durava 1h durante o programa Revolução e Rap, apresentado por radialista local, que era transmitido por um canal de rádio FM 87,5 e ao vivo através do perfil do Facebook do apresentador. Todas as segundas-feiras à noite, onde dialogávamos sobre músicas que debatiam questões sociais. A cada semana escolhíamos um tema junto aos companheiros que faziam da “frente de enraizamento” – uma tentativa de manter o trabalho do LPJ no Heliópolis, maior favela de São Paulo. O programa na rádio foi uma das tentativas, que acabou se dispersando por dificuldade de três pessoas manterem um programa semanal. Toda segunda-feira, nos encontrávamos durante a tarde para escolher a música e preparar um roteiro do que queríamos dizer. Na primeira participação no programa, a autora, três jovens do LPJ do Heliópolis e um jovem de Poá, região metropolitana de São Paulo, fomos apresentados a partir do 20’20’’, entre assuntos como time que torcíamos, idade do apresentador, falta do café para os participantes, fomos construindo um ambiente descontraído⁸¹, mas ainda assim transparece o nervosismo da maioria, que se posicionou no estúdio de modo a não aparecer na câmera, apresentamos também o programa e o LPJ.

⁸¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/BadegaLocutor/videos/10208563747529414/>.

Figura 26 – Papo Reto/Rádio Comunitária Heliópolis



Fonte: perfil pessoal Badega Silva

Na apresentação do movimento, afirma-se que o LPJ é uma resposta para as injustiças que a juventude vive no Brasil, que é um país extremamente desigual, citando por exemplo o Teto de Gastos, além de propor a construção um outro mundo. O locutor completa, compreendendo então que o movimento luta pelos direitos e igualdade da juventude. Nesse momento, ele mostra todos os participantes na câmera. E, em seguida, outro participante diz que o jovem da “quebrada” não terá direito à educação e que a elite se incomoda com os pobres pegando avião, na universidade; mencionam os corações e likes recebidos pelos usuários. A autora diz que estão todos com vergonha, que não somos radialistas ainda e estamos aprendendo, nesse momento o apresentador tenta reposicionar a câmera para mostrar todos os presentes, sem sucesso. A autora afirma que é importante o movimento ter espaços para se comunicar, pois se comunicar é um direito, mas sabemos que no Brasil isso não é exercido, que a mídia é antidemocrática, pois algumas famílias são donas. O apresentador completa falando sobre os diversos veículos de rádio da Rede Bandeirantes. A autora segue concordando, e diz que essas famílias tem rádios, revistas, televisão e o movimento tem as rádios comunitárias, que são espaços conquistados através da luta para poder comunicar, ou seja, “dizer o que a gente realmente, pensa, sente, acha o que deve ser do nosso país”, que os jovens do Heliópolis tenham sua voz, um espaço para se expressar. Que se aproveitariam as letras de rap para refletir sobre questões sociais. As músicas escolhidas para o episódio são “Flor de mulher”, de Luana Hansen, e “Respeita Nosso Corre”, de Issa Paz e Sara Donato, para discutir o mês da mulher, valorizando mulheres MCs, e na opinião do movimento ela trazia uma mensagem importante, que é “a importância da luta”, no programa fazemos o convite para a manifestação do dia 8 de março, Dia Internacional de Luta das Mulheres, principalmente em defesa da aposentadoria, contra a reforma da previdência. Ao responder perguntas do radialista sobre essas questões, discutimos sobre a não naturalidade da violência, da diferença salarial entre homens e mulheres, da divisão de tarefas de limpeza e cuidado entre homens e mulheres, e o feminismo popular. Falamos

muito sobre educação e reforma do Ensino Médio. Durante a entrevista, o apresentador acha cômica a forma como a webcam está posicionada e diz: “[...] essa webcam maravilhosa, HD. Aqui nós somos nóia na fita, né, tio. Nossa webcam não tá nem se segurando, ela tá encostada ali na tela, mano”. A autora, rindo, diz que “é verdade, que ela é resistente”. Ele completa “exatamente, esse é o processo da rádio comunitária, para você ver como é que é, né”. A autora responde, “lógico, é nós por nós”. Ele concorda “é nós por nós, a gente se vira com o que tem, parceiro”.

Nos programas seguintes discutimos sobre democracia no Brasil e a prisão de Lula, com “Democracia, onde?” de Elo da Corrente; a importância de debater política através da cultura; a revolução bolivariana na Venezuela e eleição de Nicolás Maduro; sobre a Copa do Mundo de futebol de 2018; sobre a juventude; cursinhos populares; sistema político e eleições - que precisou ser gravado duas vezes, por falha de internet na rádio; sobre Lula mais uma vez; sobre *fake news* – o participante do LPJ diz que inicialmente seria discutida a “questão urbana, mas houveram imprevistos; congresso do povo – tentativa de articulação para trabalhos populares; feminicídio e, por fim, mobilidade urbana e direito a cidade. Em dois episódios é mencionado um episódio sobre encarceramento em massa, que foi denunciado por um usuário e retirado do Facebook, acusado de apologia ao crime, por isso não há mais acesso ao debate. O locutor questiona: é crime falar a verdade?

O relato de uma reunião de 2018, planejando o Podcast “Rádio Resistência” demonstra que nesse período o LPJ estava propenso a pensar em formas de comunicação através do rádio. Nessa experiência as propostas de tema envolviam a Democratização da comunicação, por uma educação pública, gratuita e de qualidade, em defesa da Revolução Bolivariana na Venezuela, balanço das lutas de 2017, perspectivas para as eleições em 2018, em defesa do ENEM e pelo acesso à universidade pública, carnaval, cultura hip-hop, a luta das mulheres, em defesa da reforma agrária, por direitos dos trabalhadores, para citar alguns.

O que é um Podcast?

Podcasts são arquivos de áudio feitos para a internet. Parecidos com programas de rádio, mas com uma linguagem própria voltada às redes. A edição permite colocar músicas, citações e muitas outras coisas.

[...] Porque Fazer um podcast do Levante?

Um dos nossos desafios nas redes sociais é furar as bolhas, chegar em mais pessoas ao mesmo tempo em que precisamos produzir conteúdo com profundidade.

Uma das maiores vantagens de Podcast é que ele pode ser ouvido enquanto fazemos outra coisa (pegar um ônibus, limpar a casa, olhar o face), dessa forma ele exige menos concentração do que um texto no blog e pode ser mais didático.

Este formato pode contar com a participação de diversas pessoas que não precisam, necessariamente, estar no mesmo local. Dessa forma podemos apresentar a diversidade de nosso movimento e de temas.

O Arquivo de áudio pode ser distribuído por whatsapp, soundcloud, itunes, spotify, facebook e youtube. Além de diversos aplicativos específicos para android e iphone.

Exemplo de podcast transmitido no Youtube: [link retirado pela autora para preservar o movimento]

Proposta de modelo

1 programa quinzenal sobre um tema da conjuntura, pode ser o mesmo do Papo Reto ou não. Manter uma periodicidade é muito importante para criar uma base de ouvintes. No mesmo programa podemos inserir quadros com informativos sobre as atividades do Levante para difundir nossas ações e uma leitura de comentários para gerar aproximação de quem ouve o programa.

3 ou 4 pessoas, garantindo representatividade. 1 fixa agindo como apresentadora e trazendo perguntas geradora e outras comentando, alterando devido o tema. Dependendo do tema alguém de um movimento parceiro ou outro Podcast como convidado.

Sugerimos que o programa seja assumidamente do Levante e difundido por nossas redes.

Em Podcasts o personalismo é notoriamente menor do que em canais de Youtube e o “rodízio” ajudaria a diluir ainda mais esse efeito. Seria um programa do Levante e não dessa ou aquela pessoa

Duração cerca de?. Alguns programas especiais podem ter uma duração maior e serem mais formativos dependendo da nossa necessidade, mas nesse caso é preciso saber que provavelmente terão menos ouvintes e a distribuição por whatsapp fica menos eficiente.

Execução e Edição

A execução se dará por meio do serviço Hangout do Google, pois ele facilita a obtenção do áudio das conversas por download, sem a necessidade da utilização de softwares externos.

Outra opção é o discord que oferece uma conexão melhor e da fornece os canais de audio separados para a edição.

Para a melhor edição de cada programa é recomendado que cada pessoa participante utilize headphones (a utilização de microfones embutidos em monitores e notebooks gera um áudio de baixa qualidade). Durante os momentos de silêncio, cada participante deverá silenciar seu microfone, pois eventuais barulhos externos (teclados, carros, aviões, miados de gatinhos e latidos) podem prejudicar a compreensão da fala de outra pessoa.

Nós por Nós - Projeto Piloto

Uma primeira experiência poderia ser um programa temático da Semana Nós Por Nós. Além de divulgar a semana ele poderia servir para socializar com a nossa própria militância experiências de sucesso.

Primeiro Bloco: Abertura e Explicar o que é um podcast (2min). Segundo Bloco (10min): Contar experiências da Semana Nós Por Nós, garantindo situações diferentes e regiões diferentes do Brasil. Terceiro Bloco (3min): Falar do calendário das principais atividades que vão rolar participantes: 1 membro do Coletivo de comunicação como apresentador, 3 referências dos estados do trabalho territorial e 1 pessoa que esteja acompanhando a brigada. [...]

Divulgação - trabalho de se envolver nas redes de podcasts, twitters, comunidades, pra divulgar o nosso programa nesse meio. [nome retirado pela autora] vai tentar achar alguém pra ajudar.

Postagem - trabalho de subir o programa no feed, botar no blog, criar o texto, iTunes ([nome retirado pela autora] vai correr atrás, [nome retirado pela autora] vai passar as informações pra ele), Spotify (já tá certo, só falta um dia responderem). João vai ficar na postagem.

Produção - trabalho de pensar os programas, pautas, roteiros, propor participantes (a gente ajuda a convidar). [nome retirado pela autora] fica na Produção.

O programa do Carnaval sai nessa sexta-feira dia 9/2. A arte na quarta dia

Até agosto de 2018, o LPJ já tinha gravado 5 programas, de variados formatos, na avaliação do coletivo nacional, “muito solto”. Após essa experiência, buscando “maior popularização”, propuseram que o podcast seja produzido para ser reproduzido em rádios comunitárias, variando entre formação e propaganda de ideias do projeto popular, intercalado

com músicas, inclusive produzidas pelo próprio LPJ. Portanto, para dar continuidade aos programas, buscaram subsidiar a compreensão dos militantes sobre as pautas do movimento, melhorar o roteiro dos programas intercalando blocos de música, entrevistas, conversa sobre o tema, “alô” dos estados e curiosidades (RELATORIA COLETIVO NACIONAL DE COMUNICAÇÃO, 2018). Na reunião seguinte, planejaram um programa sobre eleições, o roteiro era composto por uma música de abertura, músicas, mini-biografia de uma lista de “heróis da juventude”, vinheta, os “alôs” dos estados seriam spots com militantes do LPJ falando sobre uma pauta ou experiência local do movimento, as curiosidades sobre temas como o passe livre, “natal teve 3 dias de governo comunista”, “Brasil tem mais curso de direito que todo mundo”; o raio-x consistia em convidar um especialista do campo do movimento para “explicar um tema difícil de forma a aprofundar o tema”. Planejaram vários temas: “Eleições - Como funciona os votos proporcionais, Como funciona sistema de seguridade social no Brasil, Como funciona um projeto de lei, Como funciona o SUS, Porque agrotóxicos fazem mal?, Constituinte na Venezuela, Como funciona o bloqueio à Cuba, Como funciona a segurança pública no Brasil”, também pensaram em abrir espaço para jornalistas produzirem reportagens sobre os temas. Por fim, dividiram as tarefas entre o coletivo (RELATORIA DO COLETIVO NACIONAL DE COMUNICAÇÃO, 2018).

A partir das discussões em torno dos limites e potenciais nas mídias sociais, o movimento aponta “a centralidade da agitação e propaganda; o fortalecer a comunicação do movimento no sentido de desenvolver uma agitação para a juventude e propaganda para a militância; o A necessidade de forjar figuras públicas do movimento (ROTEIRO DE DEBATES ESTRATÉGICOS, 2020).

Nunes repensa os limites dos fatores binários de certas leituras, que opõem expressividade/representação, anonimato/identificação, horizontalidade/verticalidade, além de trazer uma perspectiva genealógica das inovações introduzidas pelo levante do Exército Zapatista de Libertação Nacional (EZLN), no México. As estratégias zapatistas de uso das redes e de “não ter rosto” mostram-se como traços recorrentes e distintivos nos movimentos atuais. Passados cerca de 35 anos, a crise aguda da democracia e a desconfiança radical em qualquer tipo de representação, somadas ao desenvolvimento exponencial das mídias sociais, retomam a rede e a recusa a lideranças como eixo central da linguagem da nova geração política. No entanto, como aponta Rodrigo Nunes, se o anonimato e a ausência de representação são fatores férteis enquanto catalisador de protestos, esse desejo de abertura costuma esbarrar a longo prazo em certos limites nas organizações. Em lutas contínuas, o que se vê é uma tendência à criação de lideranças ou símbolos que as representem (BOGADO, 2018, p. 28)

Porém, mesmo com a tentativa de ressaltar alguns indivíduos, percebe-se que o movimento não integra essa linha de forma geral, especialmente nas manifestações onde múltiplos jovens são protagonistas.

No bojo das atividades de solidariedade, que foram as principais do movimento fora das redes sociais nesse período, os jovens de Presidente Prudente, interior de São Paulo, decidiram produzir inicialmente um jornal enquanto meio de comunicação com as famílias que recebiam os alimentos distribuídos, pois o contato nas entregas era muito breve por conta da COVID-19. Porém escolheram fazer o Fanzine pela facilidade e custo de produção do material, que já passou de dez edições de julho de 2020 a outubro de 2021.

Os fanzines foram comunmente produzidos pelo LPJ, como forma de comunicação. Gerlamente, é produzido como produto de discussões sobre pautas dos jovens, como forma de sintetizar as ideias e transmiti-las a mais pessoas, segundo Helenira⁸². Em alguns exemplos de fanzines produzidos pelo movimento, encontra-se em anexo um produzido para a recepção de calouros na Universidade de Sorocaba pela célula do LPJ que atuava no local, onde fomos impedidos de panfletar o material, demonstrando que por mais simples que pareça ser, é um material que poderia fazer os estudantes refletirem sobre sua realidade.

Durante a pandemia, ao entregarem as cestas básicas em Presidente Prudente, Helenira⁸³ afirma que era muito breve o contato com os moradores e, por isso, tiveram a ideia de entregar um material na doação das cestas. Debateram qual seria a ferramenta e ela sugeriu o fanzine⁸⁴, que pode envolver desenhos, textos. Ela conta que o primeiro que fizeram era sobre o Periferia Viva, que nem sobre isso conseguiam explicar ao fazer as entregas,” foi uma forma de dialogar diretamente com as famílias, pela impossibilidade de ficar muito próximo”. Ela afirma que houve a possibilidade de fazer uma página da campanha nas redes sociais, mas refletindo sobre a realidade das famílias atendidas, avaliaram que não havia o habito de utilizar o celular sempre, nem entre os jovens. Eles tinham uma lista de transmissão no zap para combinar o horário da entrega das cestas, e ainda assim era difícil o contato dessa forma. Porém, para arrecadar dinheiro, as redes ajudavam, então utilizaram a página da Frente Brasil Popular, já que a campanha era construída por vários coletivos, e todos acabaram tendo sua identidade nos materiais, porém reafirma que nem o Instagram, Whatsapp, Facebook, seria uma boa forma de comunicação com esses moradores.

O fanzine é conhecido por ser chamativo e ter breves informações, então inicialmente foi utilizado para informar a origem dos alimentos recebidos, a produção agroecológica do assentamento local do MST e mais informações sobre a campanha Periferia Viva, que

⁸² Nome fictício. Helenira é do LPJ de Presidente Prudente e contribuiu na comunicação do estado de SP de 2020 a 2022.

⁸³ Nome fictício. Militante do LPJ de Presidente Prudente e participante da comunicação estadual de 2020 a 2022.

⁸⁴ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CVDsM6bLaXF/>>.

organizou a distribuição dos alimentos e sobre o que é solidariedade. A própria pandemia foi uma das principais pautas nas edições, com posições do movimento sobre temas do cotidiano como o Auxílio Emergencial, a vacinação e os números de casos e mortes, a volta às aulas presenciais nas escolas. Cada edição foi combinada com pautas e mobilizações que estavam sendo construídas, como o mês da consciência negra em novembro; o dia internacional das mulheres no dia oito de março; o dia da visibilidade lésbica no dia 19 de agosto e as manifestações pelo Impeachment de Bolsonaro. Além de convidarem as famílias a participar das mobilizações e atividades culturais como saraus, explicavam a origem de cada luta, trazendo informações relacionadas, explicando o que eram os Quilombos e nomes de mulheres negras que deveriam ser mais conhecidas, por exemplo.

Esse material foi também publicado online, junto com o que é produzido no estado de São Paulo através do perfil no Instagram, criado durante a pandemia e com poucos seguidores até agora, mas onde os jovens têm dado mais engajamento; e a página do Facebook, que existe desde 2012 e 16.252 curtidas até o último acesso, onde o movimento ainda se mantém presente, mas percebem que parte de sua base já não se engaja nesse espaço.

Figura 27 – Fanzine produzido durante a pandemia da COVID-19



Fonte: Página do Instagram do Levante Popular da Juventude

Figura 28 – Fanzine produzido durante a pandemia da COVID-19



Fonte: Digitalização feita por Helenira.

Apesar dessa experiência do fanzine, houve um forte reforço da utilização das redes sociais, organizando uma série de debates nas transmissões ao vivo e oficinas de capacitação técnica através de videochamadas, como Oficina de *Canva* online, oficina de produção de conteúdo para redes sociais. Essas modalidades sofrem um forte desgaste, com a alta competição de atividades online nesse período.

Figura 29 – Divulgação das lives “Em casa em movimento”



Fonte: Página do LPJ no Instagram⁸⁵

Para aproveitar o engajamento nas mídias sociais dos jovens nesse período, divulgam um breve manual de como produzir conteúdo para as redes sociais⁸⁶: definir um objetivo e sugerem diversos temas; definir um público – juventude de diversos territórios, mulheres, funkeiros; definir um formato – formato de vídeo, card ou foto de acordo com cada rede,

⁸⁵ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CAGXZ89AVBX/>>..

⁸⁶ Disponível em: < <https://twitter.com/levantepopular/status/1319251870154694657>>..

materiais gráficos impressos, intervenções; definir uma linguagem – sério, formal, sarcástico, bem-humorado, a partir dos elementos anteriores; experimentar e não ter medo de testar; dicas de ferramentas de produção, recomendando discutir essas questões em espaços coletivos.

A reunião do Grupo de Trabalho Nacional de Comunicação, em fevereiro de 2021, discutiu a articulação com o setor nacional de mulheres do LPJ para organizar a comunicação para o 8 de março, que exigiria Auxílio Emergencial, Vacina e Fora Bolsonaro; organizou a divisão do coletivo em equipes de secretaria, produção de conteúdo, audiovisual, técnico de informática, super poderosas (grupo com as figuras públicas do movimento), contato com setores e equipes, Escola Nacional Paulo Freire. Também organizaram uma reunião mais ampla com comunicadores do LPJ, que previa divisão para grupos de discussão (núcleos de base), mística, para discutir a identidade visual do movimento, balanço e perspectivas da comunicação e a organicidade.

No mês seguinte, em março de 2021, o mesmo grupo se reuniu e debateu sobre a questão das “figuras públicas”. No relato da reunião apontam que o LPJ já havia tido várias linhas e debates sobre essa questão, que projetar um indivíduo não individualiza o projeto; que haviam três militantes do LPJ com essa tarefa. “Se a saída é coletiva e as redes são individualizadas, nós acabamos ‘ficando par trás’”, que essas pessoas seriam as “vitrines” para as “ações da rua”. Para isso, organizaram um plano de comunicação individual para as figuras públicas, refletindo em como fazer as redes do LPJ cresceriam seu alcance a partir desse processo, criando conteúdos para fomentar a organização, como através de Colabs, traçando redes prioritárias para se articularem, através de um calendário permanente, dividindo para cada figura pública temas centrais para abordarem, como educação, conjuntura política, antirracismo, frente territorial, feminismo, diversidade. Também, pensaram em assessoria de imprensa para as figuras públicas, através dos próprios comunicadores do movimento, pensando na linguagem a adotar, buscando pautas “fora da bolha”, criando identidade das figuras pública com o movimento, pensaram em utilizar a plataforma Reddit e Twitch, utilização do humor e deboche. Pensaram em abrir um diálogo com militantes que possuem mais influência nas redes.

As ilustrações passam a ser muito utilizadas, mais uma técnica incorporada. No caso abaixo, é praticamente a logotipo do movimento em 3d.

Figura 30 - Ilustração



Fonte: Página do LPJ no Instagram⁸⁷

Atualmente, a página do LPJ no Facebook tem 344.342 curtidas e 348.101 seguidores, a página no Instagram tem 7.274 publicações e 78,1 mil seguidores⁸⁸ e no Twitter tem 23,2 mil seguidores. O site do movimento tem uma perspectiva institucional, onde apresenta a história do movimento, seus objetivos, notícias próprias, arquivo de documentos.

Figura 31 – Layout atual da página do LPJ no Facebook



Fonte: Página do LPJ no Facebook⁸⁹

Figura 32 – Layout atual da página do LPJ no Instagram



Fonte: Página do LPJ no Instagram⁹⁰

⁸⁷ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CP8hrmrrrICT/>>.

⁸⁸ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CeWxtVupHji/>>.

⁸⁹ Disponível em: < <https://www.facebook.com/levantepopulardajuventude/>>.

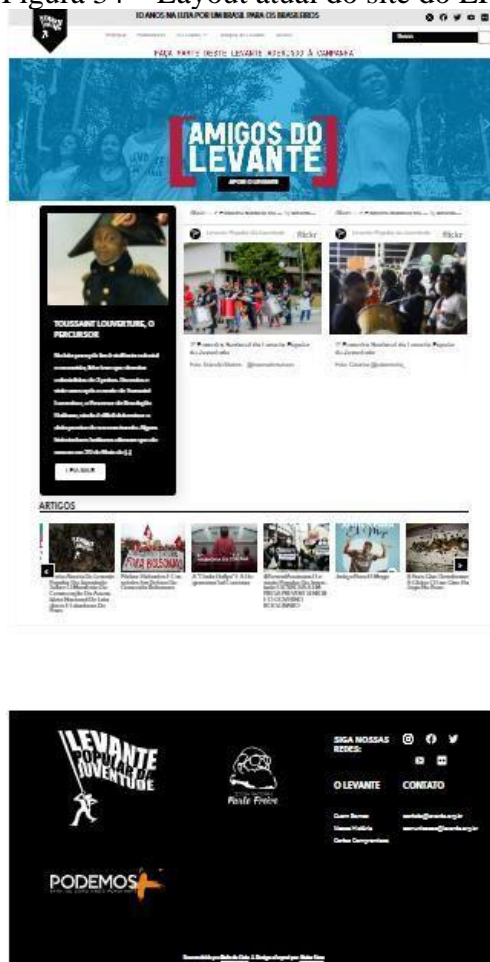
⁹⁰ Disponível em: < <https://www.instagram.com/levantedajuventude/>>.

Figura 33 – Layout atual da página do LPJ no Twitter



Fonte: Página do LPJ no Twitter⁹¹

Figura 34 – Layout atual do site do LPJ



Fonte: Site do LPJ⁹²

Em termos de comunicação interna, o Whatsapp é utilizado há muitos anos como ferramenta para articulação interna do movimento, seja para receber os conteúdos produzidos

⁹¹Disponível em: < <https://twitter.com/levantepopular> >.

⁹²Disponível em: < <https://levantepopular.org.br/> >.

pelas células e cidades, seja para compartilhar com a juventude o que o coletivo produz. Os grupos são variados: estadual, regional, municipal, local (células, universidades, bairros, escolas).

Os quadros abaixo revelam como a relação entre a teoria e a prática do movimento se deram, tanto do ponto de vista formal em suas reuniões, encontros e cursos, quanto como cada técnica foi incorporada em suas ações concretas.

Quadro 1 – Debate interno sobre comunicação

Ano	Debate interno sobre a comunicação		
	Cursos/Seminários	Comunicação operativa	Avanço na reflexão nacional sobre a comunicação
2008		X	
2009		X	
2010	X		X
2011			
2012			
2013	X		X
2014			
2015			
2016	X		X
2017			
2018	X		X
2019	X	X	X
2020	X	X	X
2021		X	
2022		X	

Quadro 2 – Papel da comunicação para a estratégia do movimento

Ano	Papel da comunicação para a estratégia do movimento		
	Foco no conteúdo	Foco no meio	Foco no processo
2008	X		
2009	X		
2010	X	X	
2011			X
2012		X	
2013		X	
2014		X	
2015		X	
2016			X
2017			X
2018			X
2019		X	
2020		X	
2021		X	
2022		X	

Quadro 3 – Discussões sobre a linguagem

Ano	Discussões sobre a linguagem								
	Nome do movimento	Bandeira	Mística	Arte cultura	Cor	Tipografia	Institucional	Sentimentos ⁹³	Linguagem Neutra
2008			X	X	X	X			X
2009	X	X	X	X				X	X
2010	X	X	X	X				X	
2011	X	X	X	X	X			X	
2012	X	X	X	X	X	X	X	X	
2013	X	X	X	X				X	
2014	X	X	X	X		X		X	
2015	X	X	X	X				X	
2016	X	X	X	X		X		X	
2017	X	X	X	X				X	
2018	X	X	X	X		X		X	
2019	X	X	X	X				X	
2020	X	X	X	X		X		X	
2021	X	X	X	X				X	
2022	X	X	X	X		X		X	

⁹³ Foram identificados registros de diversas emoções, como alegria, sarcasmo, tensão, tristeza.

Os quadros acima demonstram que, do ponto de vista da discussão interna do movimento sobre comunicação que os momentos de avanço teórico das concepções de comunicação popular do movimento coincidem com os cursos e seminários nacionais e que, quanto mais organizados, menos o movimento recaiu em uma comunicação meramente operativa seja com foco no conteúdo ou nas técnicas a serem utilizadas. Na maioria das vezes a demanda por responder as contradições diárias arrasta o movimento para respostas irrefletidas. Ao longo de sua história, há uma longa discussão e apropriação de símbolos que remetem à mensagem que o LPJ quer transmitir, esse elemento perpassa o nome e a bandeira do movimento, a forma como os jovens vão se identificando nesses símbolos e incorporando em símbolos regionais, como a chita⁹⁴, os lencinhos, os bonés, camisetas, como será abordado no capítulo a seguir. Há também uma discussão importante sobre o padrão de artes gráficas do movimento, quais cores, tipografia e elementos gráficos utilizar, de forma que expressem a identidade e os desafios do movimento a cada período; por fim, o próprio jeito de ser do LPJ, que se esforça em resgatar os princípios e valores revolucionários na prática, através do “jeito alegre da juventude”, que muitas vezes precisa adotar um tom mais “sombrio” e rebelde para chamar atenção e ser levado a sério, e que apesar de todas as injustiças, é expressão do que é a juventude, mas também uma forma intencional do movimento em dialogar com esse sujeito.

⁹⁴ Tecido florido.

5. A COMUNICAÇÃO DO LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE PARA A AÇÃO POLÍTICA

5.1. A ação faz a organização

A primeira publicação do blog do LPJ RS, em 2008, é a divulgação de uma campanha em defesa da educação pública que o LPJ participa, que se tornaria anual. Em seguida, são relatadas manifestações dos professores da rede estadual, artigos de análise de 2007 contextualizando a nota anterior. Essa campanha desencadeia uma série de atividades e manifestações, que veremos a seguir. Ao destacar aqui os textos, a autora mantém os erros gramaticais e de digitação, expressando parte da linguagem da internet, extremamente informal e muito rápida. Essa publicação revela a dimensão praticamente artesanal desse início do movimento. Um desenho fotografado da campanha “S.O.S Educação: Campanha por uma educação pública e popular” é acompanhado de um texto que denuncia as condições precárias das escolas públicas de Porto Alegre e propõe “salvar” as escolas através de um “auê”⁹⁵. Ao final, apresentam pontos de como organizar a campanha. Reproduzo, a seguir, publicação do blog do LPJ RS.

segunda-feira, 12 de maio de 2008⁹⁶
 CAMPANHA S.O.S EDUCAÇÃO



As escolas que temos perto de nossas casas não têm condições mínimas para termos aulas. As escolas de ensino médio são longe e todos que querem concluir essa etapa tem que pegar ônibus para estudar. Como se não bastasse, a Yeda agora está cortando a verba destinada as coisas que precisamos na escola como giz, papel higiênico, lâmpadas e os nossos professores estão perto de não receberem mais os seus salários. Precisamos pedir escolas de segundo grau boas para que possamos estudar e não ter que gastar com passagens e sim para nos vestirmos e nos alimentarmos. Os nossos pais trabalham muito e não podem ter mais este gasto. Se os ricos tem escolas boas perto de casa nós também temos o direito de ter. Por isso que está na hora de nós, aqui da comunidade, professores e funcionários, pais e alunos, nos organizarmos para

⁹⁵ Sinônimo de bagunça, alvoroço.

⁹⁶ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2008/05/campanha-sos-educacao.html>>.

juntos salvamos as escolas, construir uma educação pública e popular. É preciso construir uma outra forma de educação, que esteja voltada para nossas necessidades enquanto jovens, que respeita nossa cultura, uma educação que fale sobre a nossa realidade, ajudando a nos situar no mundo. Portanto, uma educação que tenha a nossa cara, a cara do povo. Através desta educação popular, poderemos construir um lugar diferente do mundão que temos hoje, que nos exclui cada vez mais.

Vamos fazer um "auê" e mostrar que a escola é nossa, e queremos uma educação onde não tenhamos que pagar e que seja do povo. **Uma educação Pública e Popular!**

COMO PARTICIPAR DA CAMPANHA

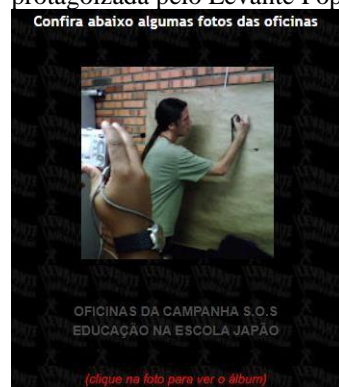
1. Organizar um grupo de pessoas na sua escola, na sua comunidade, para discutir os problemas da educação.
2. Entre em contato com a coordenação, a nossa força está no fato de que não estamos sozinhos, temos uma central que organiza as informações da campanha e nos ajuda mobilizar as pessoas de outras comunidades.
3. Faça reuniões com as pessoas da comunidade para propor alternativas sobre os problemas da educação, e comece a se mobilizar.

A relação do LPJ com a comunicação popular é revelada na primeira divulgação de uma atividade relacionada ao trabalho de base do movimento em uma escola, com um álbum de fotos anexado, que não está mais disponível. Isto é, a cobertura de uma atividade sobre a comunicação em si.

segunda-feira, 12 de maio de 2008⁹⁷

OFICINA DE RÁDIO, VÍDEO E GRAFITE NA ESCOLA JAPÃO

Começou essa semana mais um ano de oficinas na Escola Estadual Japão. Esse ano são três oficinas que estão acontecendo na escola: Rádio e Vídeo (Multimeios), Percussão e Grafite. As oficinas fazem parte da Campanha S.O.S Educação, protagonizada pelo Levante Popular da Juventude.



As oficinas de produção cultural e artística são comuns, especialmente para a preparação de manifestações, como abaixo divulgada, relacionada à campanha em defesa da educação pública e de qualidade. A comunicação é mencionada, tendo também seu momento de preparação para a luta. A foto principal da divulgação é um estêncil de Che Guevara, já expressando uma referência histórica do movimento, um jovem ligado à Revolução Cubana. Grifo meu.

domingo, 18 de maio de 2008⁹⁸

⁹⁷ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2008/05/oficina-de-rdio-vdeo-e-grafite-na.html> >.

⁹⁸ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2008/05/preparando-luta.html> >.

PREPARANDO A LUTA

Nesta sexta-feira, dia 16, alunos das escolas públicas participantes da Campanha por uma educação pública e popular, juntamente com militantes do Levante da Juventude se reuniram em frente a Escola Júlio de Castilhos para a preparação da luta em defesa da educação. Nesta atividade houve o ensaio da bateria, a preparação dos cantos de luta, além da confecção das faixas da mobilização. Simultaneamente, a equipe de comunicação exercitou a cobertura da mobilização, registrando o evento. **Esta experiência se baseia na compreensão de que a luta não é um momento pontual, mas um processo pedagógico que abrange toda a sua preparação.** Concluído os preparativos, agora é só aguardar...



O blog divulga os resultados da manifestação: muitos jovens em frente à secretaria de educação do RS, junto à professores, reivindicando melhores escolas, a qual foi reprimida pela polícia. Nesse caso, a comunicação cumpriu não apenas o papel de divulgar, mas de denunciar e explicar os motivos da repressão sofrida e repercutir esse caso junto aos jovens.

terça-feira, 20 de maio de 2008⁹⁹

JUVENTUDE EM LUTA POR UMA EDUCAÇÃO PÚBLICA E POPULAR

O silêncio sobre a política de mercantilização da educação foi rompido neste dia 20 de Maio. Aproximadamente 300 estudantes ocuparam, a partir das 9h de hoje, a rampa de acesso à secretaria da educação para entregar uma extensa pauta de reivindicações à secretária Mariza Abreu.

A mobilização foi organizada pela Campanha por uma Educação Pública e Popular, puxada pelo Levante da Juventude, juntamente com entidades e escolas apoiadoras. O ato foi o ápice de um processo de diálogo e debate, iniciado desde 2007, em escolas e comunidades em diferentes regiões do estado, com o objetivo de identificar e solucionar os problemas da educação pública. Por volta das 9h os manifestantes tomaram a rampa de acesso à secretaria com muita animação, ao som de batidas de funk da percussão somadas à letras de protesto dos cantos. Embora a manifestação fosse absolutamente pacífica, não demorou muito para o aparato de repressão interceder.

Inicialmente, houve uma negociação com a Brigada Militar para a liberação da rampa, na medida em que a comissão de negociação fosse recebida. Enquanto, se desenrolava esta negociação, chegou ao local um grupo de policiais do POE (Pelotão de Operações Especiais), fortemente armados, acompanhados inclusive de cachorros. Os policiais do POE formaram uma barreira em frente a secretaria e começaram a empurrar violentamente os jovens, passando por cima da negociação estabelecida anteriormente com a própria Brigada. A partir de então a truculência foi se elevando. Um componente da mobilização que documentava a ação com uma filmadora foi preso sem qualquer justificativa. Logo em seguida, outro jovem foi levado pelos policiais sem nem ter esboçado reação. Enquanto as prisões eram feitas a linha de policia avançava empurrando os estudantes rampa abaixo.

Por fim, o POE lançou gás de pimenta sobre alguns jovens, instaurando um clima de

⁹⁹ Disponível em: <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2008/05/mobilizacao-em-frente-sec.html>.

terror, que abalou principalmente as crianças do Ensino Fundamental que também estavam presentes. Situados em frente a rampa, os jovens continuaram pressionando a secretaria, e resistindo à violência policial.

No final da manhã, houve a apresentação da oficina de intervenção teatral da Terreira da Tribo com o "Manifesto por uma educação libertária". Após a apresentação foi realizada uma mística de encerramento, na qual foi distribuído um lápis para cada integrante envolto em um poema.

Terminado este encerramento simbólico da luta, a massa de jovens saiu da secretaria em marcha pela Borges, até o Largo Zumbi dos Palmares, cantando e batucando seus tambores.

Durante as agressões na rampa a comissão de negociação foi recebida por um funcionário da secretaria. Embora, não houvesse disposição alguma de diálogo por parte deste, os representantes das escolas entregaram a pauta de reivindicações e arrancaram uma agenda com a secretária Mariza Abreu para encaminhar as demandas da mobilização.

O primeiro vídeo produzido pelo LPJ é publicado diretamente no blog nesse período, cuja transcrição está em anexo, sem a utilização de plataformas como o YouTube. É uma montagem de relatos de estudantes e de uma professora sobre a manifestação que havia sido reprimida, a partir de perguntas feitas por um participante do movimento. Mais uma vez, a tipografia que remete à pixação e cores escuras são utilizadas. Essa cobertura inaugura a série de denúncias que o LPJ faria dali em diante da repressão policial. O roteiro do vídeo se dá como relato abaixo.

Em seguida, aparece o que parece ser o primeiro texto de posição política publicado através do blog, também sobre a campanha S.OS. Educação. Aqui, ressalta-se o que o texto aponta como sendo um processo educativo participar da manifestação. Que lá, os jovens aprenderam sobre a democracia brasileira, ou a ausência dela. Que ao reivindicarem um direito básico, foram reprimidos e impedidos de expressarem essa demanda. Nesse caso, o texto cumpre um papel de explicitar esse elemento de elevação da consciência. E explica, para “aqueles que perderam a aula”, ou seja, não sentiram na pele aquela injustiça, o que havia ocorrido, começando pela prisão do jovem que estava registrando a manifestação, evidenciando o caráter contra hegemônico dessa comunicação. Ao final, terminam com uma ironia.

segunda-feira, 26 de maio de 2008¹⁰⁰

PARA ESTUDAR A REPÚBLICA DEMOCRÁTICA BRASILEIRA

Os estudantes que participaram da manifestação do dia 20 de maio na Secretaria da Educação, embora não estivessem na escola neste dia, puderam assistir uma aula sobre a democracia brasileira. Todos os que lá estavam tiveram o privilégio de observar como a nossa sociedade se organiza politicamente, sem precisar recorrer aos manuais de sociologia. Para aqueles que perderam esta aula, segue abaixo o registro de alguns capítulos desta lição:

Capítulo I: Sobre o direito à liberdade de imprensa

Assim que a Polícia Militar chegou à SEC, uma de suas primeiras atitudes foi prender um participante da manifestação que estava fazendo a cobertura de imprensa da ação. No momento em que dois policiais efetuavam a prisão o jovem apenas fazia o registro

¹⁰⁰ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2008/05/para-estudar-repblica-democrtica.html>>.

audiovisual da mobilização. Após ser deslocado, sem ser informado sobre o motivo da prisão, o jovem foi interrogado pela polícia e teve seu equipamento apreendido. Os policiais tentaram apagar as imagens da câmera filmadora, mas não tiveram habilidade para tanto.

Capítulo II: Sobre o direito à liberdade política e de livre associação

Os mesmos policiais que prenderam o jovem justificaram a repressão policial, com base na acusação de que aquela era uma manifestação comunista.

Capítulo III: Sobre o direito à livre organização e à liberdade de expressão. A comissão de negociação foi recebida no saguão da SEC por um assessor do departamento jurídico desta secretaria totalmente desequilibrado. O mesmo se recusando a sentar com a comissão, recebeu os manifestantes de pé, e antes de qualquer apresentação, acusou o grupo em tom de discurso e com o dedo em riste de promover uma manifestação anti-democrática. A conversa foi do início ao fim acompanhada por um sargento da BM, que além de constranger a comissão, ameaçou uma integrante da equipe de negociação apenas pelo fato de a mesma estar vestindo uma camiseta do MST.

Capítulo IV: Sobre os valores democráticos. O representante da secretaria antes de encerrar abruptamente a “negociação” disse que a “revolução de 64” foi provocada por atos semelhantes ao que os jovens promoviam na SEC. Em uma mesma sentença, além de legitimar o golpe dos militares, justificou as formas de repressão típicas de um regime de exceção sobre aquela manifestação.

Capítulo IV: Sobre o emprego da violência física

Além das prisões injustificadas já referidas, a evacuação dos estudantes da rampa da SEC foi efetuada através de agressões e empurrões. Quando alguns jovens resolveram se sentar na rampa, reproduzindo um conhecido gesto de resistência pacífica, os policiais utilizaram gás de pimenta de forma indiscriminada, atingindo até mesmo crianças do Ensino Fundamental. O Comandante da ação militar ao ser questionado em entrevista à imprensa sobre o excesso de armamentos por parte dos policiais, respondeu que só havia armas não letais na operação.

...ainda bem que vivemos sob a égide do Estado Democrático de Direito.

Um mês depois da manifestação da campanha em defesa da educação pública e popular da campanha S.O.S Educação, um vídeo¹⁰¹ com imagens da manifestação foi publicado, através do canal *combateaudiovisual*, no YouTube e anexado no blog. A mesma vinheta do primeiro vídeo é utilizada, seguida de muitas imagens da manifestação, com trilha sonora. Esse tipo de montagem de vídeo: vinheta, um texto contextualizando a ação, imagens da ação cobertas com músicas que transmitem mensagens políticas, intercaladas com entrevistas e falas políticas de dirigentes, é predominante na história do LPJ.

Em 26 de agosto de 2008, começa uma série de publicações em relação a um caso que o LPJ se envolveu na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em que uma participante do Levante escreveu em uma parede da faculdade a frase “Para que(m) serve seu conhecimento?”, com técnica conhecida como muralismo, e foi denunciada por outro estudante por dano ao patrimônio público e sofreu uma série de ataques, inclusive uma pintura por cima da ação. Essa ação marca o movimento do ponto de vista estético, com o muralismo e o “(m)” após o “que”, dando a uma frase duplo sentido; em sua forma de luta, através da ação direta; e político abrindo

¹⁰¹ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=djpOlp7eYqI&t=456s>>.

uma série de conflitos com grandes veículos de comunicação de Porto Alegre, o Zero Hora e a RBS (filial da Rede Globo), onde a militante responsável pela ação deu entrevista, gerando discussões internas no movimento, como conta Ernesto, “ela foi chamada para uma entrevista e tal e aí deu uma briga gigantesca porque “como assim que tu foi falar na RBS?”. Em resposta à criminalização sofrida, o movimento organizou um “ato muralista” na UFRGS e pintaram a frase em outros lugares. Também, é organizado um “Seminário para que(m) serve o teu conhecimento?”, seguido de uma “ação direta” que revitaliza o mural que havia sido apagado anteriormente. Dessa atividade, é publicado um novo vídeo¹⁰², através do canal do YouTube *combateaudiovisual*, que faz um resumo da atividade, com estrutura muito parecida com a dos primeiros. Após a grande repercussão, outras ações de muralismo foram organizadas após a nacionalização do movimento e essa forma de palavra de ordem foi repetida.

terça-feira, 26 de agosto de 2008¹⁰³

INTERVENÇÃO POLITICO-ARTÍSTICA PERMANECE SOB AMEAÇA DE CENSURA



O mural que questiona o caráter do conhecimento acadêmico atualmente produzido no Ensino Superior continua perturbando o sono da ultra-direita estudantil da UFRGS. Depois de abrir um processo administrativo contra uma militante que participou da pintura do mural, os conservadores anunciam que recorrerão ao Ministério Público Federal para impedir que este questionamento continue ecoando nas consciências dos estudantes. A tática permanece mesma: usar a lei conforme as suas conveniências, enquadrar uma manifestação político- artística como ato de vandalismo. Tsc, Tsc, Tsc.

*Abaixo reprodução da matéria publicada hoje no pasquim dos Sirotsky:
26/08/2008 10:25*

Parede pintada gera processo na UFRGS

Por: Zero Hora

Por ter sido feita sem autorização e não ter motivado uma repreensão, a pintura de uma parede do Instituto de Letras ganhou status de polêmica na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Considerado dano ao patrimônio público por um aluno, o desenho feito por alunos – com os dizeres "Pra que(m) serve o teu conhecimento?" – foi avaliado pela UFRGS como "fundamental ao pensamento crítico".

Ao saber da pintura, o estudante de Ciências Contábeis Anderson Gonçalves, 35 anos, integrante do Movimento Estudantil Liberdade (MEL), abriu processo administrativo junto à universidade para saber se a parede havia sido cedida aos alunos. No documento, ele classificou o ato como vandalismo, identificou um dos responsáveis e pediu a punição do grupo.

¹⁰² Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=on1fhK6Q9OE&t=28s>>.

¹⁰³ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2008/08/interveno-politico-artistica-permanece.html>>.

Cerca de dois meses depois, o estudante ficou surpreso com a justificativa da universidade para arquivar o processo. Em um texto de 25 linhas, o secretário de Assuntos Estudantis, Ângelo Ronaldo Pereira da Silva, informou que a pintura, "antes de ser vandalismo, é um ato de extremo instigamento ao pensamento crítico, eivado de indagação filosófica que não desmerece o patrimônio".

Segundo Silva, a parede em que a inscrição foi feita é historicamente usada para manifestações dos alunos, como divulgação de atividades artísticas e avisos diversos, o que dispensaria a necessidade de autorização.

– Existe uma diferença grande entre grafiteagem e pichação. Essa pintura, que deixou o local até em melhores condições, não é pichação – informou o secretário de Assuntos Estudantis.

Para o autor do processo, o episódio abre precedentes para que outros alunos se sintam livres para registrar suas opiniões nas paredes da UFRGS. – Estão encobrendo um crime, que é o dano ao patrimônio. Existem outros espaços para os questionamentos dos estudantes – argumenta.

Hoje, Gonçalves deve entrar com ação no Ministério Público Federal, uma vez que a universidade arquivou o processo.

MURO BRANCO: POVO CALADO!!

Ao criticar os veículos citados acima, o LPJ desde seu início ajuda a divulgar veículos de imprensa alternativa, especialmente o Brasil de Fato. Na comemoração de cinco anos do jornal, por exemplo, o movimento publicou em seu blog um anúncio de venda de assinaturas para contribuir no financiamento.

Nesse momento o LPJ utiliza pela primeira vez o blog como forma de repassar materiais de campanha, inserindo um link para download - que não está mais disponível - de um abaixo-assinado pela universalização do Ensino Médio.

Seguido de mais notas e manifestos do MST, é publicado um artigo e charge de Carlos Latuff, cartunista brasileiro, em relação à conjuntura de Honduras naquele momento e o papel da imprensa brasileira. Aqui, demonstra a intenção do movimento de também ser espaço para pessoas de fora dele se expressarem através de seus veículos. Mais tarde, o LPJ organizará uma série de articulações, com perfil parecido do cartunista – figura pública com ideias próximas do movimento e com alcance nas redes sociais.

O 20 de novembro de 2008, dia da Consciência Negra marca momentos de avanço na afirmação da “identidade” do LPJ. Até então, nenhum material publicado continha a logotipo do movimento, nem em camisetas ou bandeiras nas atividades e manifestações. O material abaixo é o primeiro com a “marca” Levante Popular da Juventude que aparece no *blog*, muito pequeno no canto inferior esquerdo.

Figura 35 – Primeira vez que o logotipo do LPJ aparece em material gráfico



Fonte: Blog do LPJ RS¹⁰⁴

Além disso, o primeiro conteúdo que aparece uma jovem que se identifica como participante do Levante é no vídeo de cobertura do 20 de novembro de 2008 em Porto Alegre, novamente publicado através do YouTube através do canal *combateaudiovisual*¹⁰⁵. Uma jovem negra, ainda sem bandeira ou camiseta do movimento, diz.

Oi, eu sou a Carolina¹⁰⁶, faço parte do Levante da Juventude do MTD. Hoje, estamos aqui na Marcha do Zumbi, dia 20 de novembro, para nós enquanto jovens, mulheres negras, é importante estar nessa marcha, assim como a gente tá na caminhada diária, tentando resistir à polícia, ao desemprego e à discriminação que vem acontecendo diariamente nas escolas, nos bancos, nos supermercados. Então, pra nós, isso simboliza a resistência da juventude, a resistência da mulher negra e a gente vai continuar lutando, resistindo e trazendo em pauta as nossas dificuldades.

Ainda, em 1º de dezembro de 2008, é publicado um convite para atividade que falava dos 40 anos do Ato Institucional Nº5 (AI-5), de 1968, que abriu o período que ficou conhecido com a repressão mais dura da Ditadura Militar. Anos mais tarde, o LPJ terá um papel importante na pauta por Memória, Verdade e Justiça referente a esse período, devido aos escrachos aos torturadores organizados pelo movimento.

E um informe de luta é publicado pela primeira vez, a logotipo do LPJ em uma manifestação. Além disso, observa-se a orientação de identidade visual: todos de preto e lenço vermelho.

¹⁰⁴ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2008/11/cliq-ue-para-ampliar.html> >.

¹⁰⁵ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=znIBDzvJa4&t=523s> >. Acesso em 18 de fev. de 2023.

¹⁰⁶ Nome fictício.

Figura 36 – Primeira bandeira do LPJ



Fonte: Blog do LPJ RS¹⁰⁷

É nesse período que a identidade do movimento vai se consolidando nas manifestações. O segundo registro da bandeira do LPJ é em uma das manifestações em defesa da educação que o LPJ RS organizava anualmente. Destaca-se, também, a tipografia da faixa produzida, a mesma dos muralismos.

Figura 37 – Muralismo em faixa



Fonte: Blog do LPJ RS¹⁰⁸

Em 10 de agosto de 2010, é publicado um vídeo¹⁰⁹ com a seguinte descrição. São pouco mais de 11 minutos com relatos intercalados com imagens da escola, relatando a luta pela construção e manutenção da escola em um bairro de periferia de Porto Alegre. Isto é, um produto de comunicação construído a partir de um trabalho de base do LPJ, colocando os jovens da escola como protagonistas de sua história.

terça-feira, 10 de agosto de 2010¹¹⁰
50 ANOS DE LUTA E GLÓRIA!

Este documentário foi produzido pelos alunos da Escola Prof. Oscar Pereira, localizada na zona sul de Porto Alegre, que participaram da oficina de áudio-visual realizada na escola entre Novembro de 2009 e Junho de 2010. A oficina foi promovida pela célula sul do Levante. O vídeo resgata uma parte da história da escola, que completa 50 anos em 2010. Recupera o processo de luta da comunidade para construir a escola. Além disso, apresenta suas conquistas e os desafios do presente.

¹⁰⁷ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2009/03/luta.html>>.

¹⁰⁸ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2010/06/juventude-em-luta-defendendo-vida.html>>.

¹⁰⁹ Disponível em: < https://vimeo.com/13999917?embedded=true&source=vimeo_logo&owner=2202235>.
 Acesso em: 18 de fev. de 2023.

¹¹⁰ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2010/08/50-anos-de-luta-e-gloria.html>>.
 Acesso em: 23 de abril de 2023.

No dia 7 de setembro de 2010, o LPJ organizou uma intervenção visual no Grito dos Excluídos, manifestação anual inicialmente convocada pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), até hoje organizada por uma série de organizações populares, incluindo o LPJ.

Figura 38 – Grito dos Excluídos RS



Fonte: Blog do LPJ RS¹¹¹

O LPJ, 2010, registra o surgimento da organização do Comitê Popular da Copa na Igreja Santa Tereza, após o Brasil ser indicado para sediar a copa de 2014. A palavra de ordem era "Copa Sim, mas sem nenhum direito a menos". Até o evento, uma série de publicações entre palestras, manifestações¹¹², rodas de conversa são publicadas no blog por conta da possibilidade da remoção de moradores da Vila Cruzeiro e Vila Cristal, onde o LPJ atua, que chegou a receber visita de representante da ONU para averiguar as condições de moradia e os direitos atingidos, registrado pelo LPJ¹¹³. Nessa luta, em dezembro de 2010, aparece a primeira referência ao que mais tarde seria conhecida como “batucada popular do Levante Popular da Juventude” na 15ª Marcha dos Sem.

A seguir, duas inovações: a divulgação do Estágio Interdisciplinar de Vivência através relato de quem já havia participado e um hiperlink que remete a outro veículo de comunicação produzido pelo LPJ, o blog do EIV.

¹¹¹ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2010/09/levante-participa-do-grito-dos.html>>

¹¹² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=fyltZE9-9K8&t=349s>>.

¹¹³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1WFLzWZ8s54>. Acesso em: 18 de fev. de 2023.

sexta-feira, 17 de dezembro de 2010¹¹⁴
DEPOIMENTO DE UM VIVENTE DO I EIV-RS



“Colegas Estudantes do RS.

Sou estudante de Ciências Sociais da UFRGS. Em fevereiro de 2010 estive envolvido numa jornada que talvez tenha sido a mais intensa e profunda da minha vida, o Estágio Interdisciplinar de Vivência do RS. Durante 20 dias estive junto a outros estudantes como eu e a militantes de Movimentos Sociais do Campo construindo conhecimento e experiência da melhor maneira: estudando, refletindo, debatendo e, principalmente, vivendo o rico e conflituoso cotidiano da luta social por direitos e justiça.

Usina de biodiesel do MPA, Santa Cruz do Sul. I EIV RS

Parte dessa jornada passei acampado em São Gabriel com o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra, onde pude construir um novo entendimento sobre a Questão Agrária, a possibilidade de transformação pela luta política, a consolidação de uma ética e de uma prática democrática para a vida em comunidade. Imaginem quão mais cabal pode ser a análise de um Movimento Social se a reflexão for aliada ao trabalho duro do campo e da organização do Movimento, fazendo barracos de madeira e lona e pensando estratégias de luta junto a estes homens e a estas mulheres humildes e fortes, que são protagonistas da luta por outra sociedade.

Acampamento do MST em São Gabriel

Esta oportunidade de vivência possibilita pensar de maneira concreta a realidade da atual função social da Terra e a da Universidade no Brasil, suas contradições e alternativas de organização que propiciem distribuição da riqueza e um uso mais adequado dos recursos da natureza para o desenvolvimento das sociedades.

A dinâmica do Estágio orienta com disciplina e alegria um impactante programa de aprendizagem e luta que poderá mudar tua percepção sobre política, economia e meio ambiente. Participando do II-EIV RS, estarás participando da História destes Movimentos, compostos por estes guerreiros brasileiros; estarás participando ativamente da tua própria História como estudante, como trabalhador deste país, deste continente.” **German Alvarez – estudante de Ciências Sociais, vivente do I EIV-RS As inscrições do EIV terminam hoje! Acesse o blog do II EIV¹¹⁵ e inscreva-se!!**

Há uma série de publicações do LPJ que combinam informação com agitação para a luta, como a seguir, que não é a primeira publicação sobre essa questão, mas é a mais elaborada. Sabe-se que dois anos depois, a pauta contra o aumento da passagem vem à tona com muita força. Me lembro que essa montagem foi muito utilizada em junho de 2013. É a sobreposição do desenho que costuma se relacionar à figura histórica de Dandara¹¹⁶, atrás das grades – que na verdade é uma catraca, símbolo do lucro ganho com o transporte público, acompanhado da frase “mais um aumento eu não aguento. Contra o aumento da passagem”, mais uma vez com

¹¹⁴ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2010/12/depoimento-de-um-vivente-do-i-eiv-rs.html>>. Acesso em: 23 de abril de 2023.

¹¹⁵ Disponível em: < <https://eivrs.wordpress.com/>>.

¹¹⁶ Conhecida como importante liderança do Quilombo dos Palmares, junto à Zumbi.

a tipografia de estêncil. Em texto, se posicionam em relação às informações reveladas pelo jornal Brasil de Fato, demonstrando a quem interessa o aumento das passagens (os donos das empresas de ônibus). Encerram com outra imagem, com uma gíria específica da região, ironizando o nome da empresa de ônibus Tri. Em seguida, fazem nova publicação divulgando a manifestação sobre a pauta em si, repetem a imagem com Dandara e uma nova montagem, demonstrando a tendência de aumento das passagens do transporte público de Porto Alegre¹¹⁷. Por fim, utilizam hiperlink para remeter a outro blog¹¹⁸, do coletivo que organiza a manifestação mencionada. Houve manifestação nos dias 27 de janeiro, 3 de fevereiro, 9 de fevereiro – na qual os manifestantes se acorrentaram na Prefeitura.

terça-feira, 25 de janeiro de 2011¹¹⁹

MAIS UM AUMENTO EU NÃO AGUENTO!



A exemplo de outras 6 capitais no Brasil, a prefeitura de **Porto Alegre também vai tentar aumentar a passagem dos ônibus**. Esses aumentos são sistemáticos, acontecem ano após ano e sempre às escondidas. Os empresários do transporte e a prefeitura aproveitam o período de férias escolares, período em que muitas pessoas vão para o interior ou para o litoral, para encaminhar o reajuste da passagem e esse ano **eles querem aumentar a passagem para absurdos R\$ 2,70!** Os seguidos aumentos nas passagens de ônibus em Porto Alegre e em todo o Brasil seguem a lógica de que o transporte é um negócio lucrativo e não um serviço público como a saúde e a educação. Em matéria do Jornal Brasil de Fato¹²⁰ o engenheiro e ex- secretário de transportes da cidade de São Paulo, Lúcio Gregori, defende que **“O transporte público tem que ser tratado como um direito, assim como saúde e a educação. Para chegar a um hospital e ser atendido, você precisa do transporte. Para ir à escola, você precisa do transporte”** e que devemos avançar na discussão sobre o modelo de mobilidade urbana. Para ele, ficar discutindo se o preço da tarifa é justo ou não é aceitar o modelo de transporte como um negócio e não como um direito. Uma coisa é certa: os sucessivos aumentos nas tarifas de ônibus ultrapassam governos e partidos e só com mobilização popular e muita luta é que se pode discutir o transporte público em nossas cidades. A pergunta que fica é até quando vamos aceitar aumentos nas tarifas de ônibus? Ou melhor: **ATÉ QUANTO?**

¹¹⁷ A passagem de ônibus em Porto Alegre custa atualmente 4,80 (PREFEITURA DE PORTO ALEGRE, 2023).

¹¹⁸ Disponível em: <http://transporteparatodospoa.blogspot.com/>. Acesso em: 18 de fev. de 2023.

¹¹⁹ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2011/01/mais-um-aumento- eu-nao-aguento.html>>. Acesso em: 23 de abril de 2023.

¹²⁰ Acesso indisponível.



Na manifestação conjunta do MST na Braskem no 8 de março de 2011, é a primeira vez que a logotipo do LPJ aparece em outros elementos visuais para além da bandeira. No vídeo, é possível ver nos lenços lilás utilizados. Até então, apenas a grande bandeira branca tinha aparecido. Além disso, é um registro mais contundente da batucada do LPJ, com uma paródia muito conhecida que recito abaixo. É nesse período que ocorre a 4ª Assembleia Nacional da Consulta Popular que define a nacionalização do LPJ.

sexta-feira, 11 de março de 2011¹²¹

Oito de março ta para chegar a mulherada do Levante veio pra arrebentar



Duas expressões culturais, uma luta: **LIBERDADE.**

As meninas do **Levante Popular da Juventude** com sua urbanidade e a voz da baiana que canta o sofrimento do trabalho no canavial - juntas, nas manifestações da luta da Via Campesina, em março de 2011, no pátio da megaempresa Braskem, em Triunfo-RS.

Funk da crise

Refrão

A crise é dos rico e os pobre é que se fodem No poder só tem playboy
(x2)

Ô, a juventude chegou, organizada no Levante junto com o trabalhador

Ô, a juventude chegou, no campo e na cidade vamos meter o terror

Agora virou moda crise internacional, demitindo todo mundo pra playboy não passar mal (x2)

E o trabalhador que ferra todo dia, chega no fim mês e a panela tá vazia (x2)

E o jovem na cidade estudando, coisa e tal, trabalhando noite e dia escravo do capital
(x2)

Ô, a juventude chegou, organizada no Levante junto com o trabalhador

Ô, a juventude chegou, no campo e na cidade vamos meter o terror

Material de campanha próprio, junto ao MST, em defesa da educação. No vídeo publicado, percebe-se que nessa manifestação o próprio LPJ do Rio Grande do Sul possuía mais

¹²¹ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2011/03/oito-de-marco-ta-para-chegar-mulherada.html>>.

elementos visuais¹²².

Figura 39 – Campanha em defesa da educação com o MST, 2011



Fonte: Blog do LPJ RS¹²³

Há uma cartilha, isto é, um livreto de 20 páginas, com análise e orientação do movimento chamada “Por que um projeto popular para a educação?”, anexada à pesquisa. Não há data, mas foi produzida no período do 1º Acampamento Nacional, em 2012, sendo um dos materiais próprios do LPJ mais divulgados nacionalmente. Foi impressa do papel *couché* ao *offset*, sempre preto e branco. Seus elementos visuais envolvem a imagem do menino brincando com uma pipa do LPJ, repetindo o convite para o “1º levantinho”, e os muralismos do LPJ do Rio Grande do Sul. Ressalta-se que, ao fim da cartilha, há a preocupação de “como comunicar o 3PE?” (o Projeto Popular Para a Educação). Começa com essa forma de abreviação que remete a uma linguagem interna muito própria do movimento. Ao analisar o material, a própria autora levou um tempo breve para compreender o que significava. A resposta da pergunta está no título: agitação e propaganda. Na cartilha, discorrem o que isso significa em termos de mensagem e técnicas que podem ser utilizadas.

Agitação e propaganda: como comunicar o 3PE?

Agitação e propaganda: como comunicar o Projeto Popular para a Educação?

Além de organizarmos grupos de jovens nas escolas, precisamos nos comunicar com todos os sujeitos que compõem a escola: estudantes, professores, funcionários, pais.

Neste caso, nos comunicar significa passar a mensagem do nosso Projeto Popular para

¹²² Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=JKQD0L1EVGA&t=27s>>.

¹²³ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2011/11/por-que-se-faz-necessaria-luta-pela.html>>. Acesso em: 22 de abril de 2023.

a Educação.

Para que nós, a juventude do povo brasileiro, tenhamos um futuro descente, precisamos:

1. Educação: Transformar a Educação é transformar nossa vida. Transformar a nossa vida é transformar o futuro do nosso país.
2. Popular: Uma Educação que não beneficie apenas os ricos, mas o povo que a sustenta. Esta Educação deve estar voltada para atender as necessidades do Povo Brasileiro.
3. Projeto: esta Educação não existe, mas podemos construí-la nos organizando e lutando por uma reforma profunda, que a torna possível.

Precisamos relacionar os problemas específicos da escola com a luta pelo 3PE. Esta mensagem pode ser comunicada através:

- a) Estampa: é importante que os nossos militantes, bem como nossos grupos utilizem camisetas, bottons, adesivos com a identificação da Campanha.
- b) Muros, faixas: trabalhar para que todas as escolas coloquem uma faixa da Campanha em frente as suas entradas e/ou pintem os muros da Escola com o Logo da Campanha.
- c) Mutirão 3PE: Organizar mutirões com a comunidade escolar para melhorar a escola e debater sobre o 3Xpeb.
- d) Jornada 3PE: desenvolver uma espécie de Caravana, um conjunto de atividades, shows, oficinas, debates, intervenções nos intervalos de aula, durante uma mesma semana na Escola.
- e) Mídias digitais: é fundamental divulgar todas as atividades que desenvolvemos através da internet. (LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE, s.d., p. 20, 21 e 22)

Como já mencionada, a primeira ação conjunta nacional do LPJ aconteceu no dia 26 de março de 2012, em vários estados ao mesmo tempo foram os escrachos aos acusados de serem responsáveis pelas torturas no período da Ditadura Militar, com o objetivo de denunciar aos seus vizinhos e à sociedade o fato de que não foram punidos até hoje¹²⁴. Essa forma de agir do movimento já encontra sinais desde seu início em 2008, como conta Ernesto.

Mas a RBS era um grande alvo, uma das primeiras atividades que eu fui e quando eu me percebi no Levante foi, a gente estava planejando uma ação de escracho RBS, antes da gente pensar nas palavra escracho.

Anos depois, os escrachos impulsionaram a comunicação do movimento, quando muitos materiais foram produzidos para essa ação¹²⁵, o que foi fundamental para a repercussão, sendo capaz de fazer o LPJ se tornar conhecido, além de poder denunciar as perseguições que sofreu depois das ações, como o vídeo¹²⁶ do cartunista Latuff. Foi uma ação importante reivindicando o direito à memória, verdade e justiça, fazendo com que o movimento recebesse prêmio pela defesa dos Direitos Humanos e contribuindo para a instalação da Comissão da Verdade, que apurou os crimes cometidos em nome da ditadura. Para seguir repercutindo essa pauta, no dia que marca o golpe militar (1º de abril), o LPJ lançou a campanha online, que envolvia produzir uma placa com a frase Levante pela Verdade e publicando em sua própria rede social, ligando-

¹²⁴ Encenação de tortura em praça de Porto Alegre em abril de 2012 é o primeiro momento que um canal chamado “levante popular” aparece. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=zPzEDQjfU6Q>>..

¹²⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QfWrUwe506o>>. Acesso em: 10 de fev. de 2023

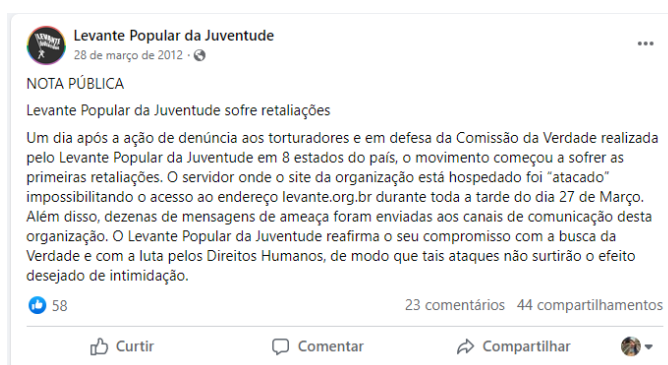
¹²⁶ Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=Vc0X7859_h0c>. Acesso em: 18 de fev. de 2023.

a a uma *hashtag*. Na segunda rodada nacional de escrachos¹²⁷, surge um novo canal no YouTube, o “levantedajuventude1”. Ernesto conta em mais detalhe como isso se deu.

Até porque em 2012 a gente nacionalizou o Levante, a gente fez os escrachos, a gente tinha um protótipo de site para ser lançado, só que o site não ficou pronto a tempo dos escrachos, e aí foi meio que no atropelo, a gente fez os escrachos e tinha que ter um veículo nacional que divulgasse isso. E aí o site não tava pronto, e foi para o ar mesmo assim, né, bem tosco, assim bem feio, site todo branco, com as imagens desconfiguradas, distorcidas. Mas foi justamente, essa primeira grande atividade nacional que impulsionou a construção do coletivo nacional de comunicação, um setor nacional. [...] Galera que fez uma primeira reunião nacional que discutiu isso: precisamos estruturar nossa comunicação nacional, precisamos ter pessoas em cada estado que a gente tá, fazendo repasses, relatos, construir de uma forma mais intencionalizada a nossa comunicação, as nossas redes, né, o Facebook já era uma ferramenta mais amplificada, né, amplificar o que a gente fazia. E nessa primeira reunião nacional tinham representantes da comunicação, que a gente tirou o primeiro curso nacional de comunicação, que aí sim a gente fez uma chamada ampla assim dos estados, foram duas pessoas, se eu não me engano [...].

O site foi tão importante que, após os escrachos aos torturadores da ditadura militar, foi “derrubado”.

Figura 40 – Retaliações sofridas pelos escrachos



Fonte: Página do LPJ no Facebook¹²⁸

Utilizaram principalmente o blog para divulgar os escrachos locais, textos explicando os motivos dos escrachos, denunciando as retaliações e notas de apoio e seguiu organizando campanhas virtuais como a #LevantePelaVerdade postando-os no Facebook, e com papel importante do Youtube para publicar os vídeos¹²⁹.

¹²⁷ Vídeos dos torturadores encontrados disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=jf_9AaTywVM&t=1s>. Acesso em: 18 de fev. de 2023.

¹²⁸ Disponível em: <

<https://www.facebook.com/levantepopulardajuventude/posts/pfbid02U3H43tfpTt8fb7fxcm5uMumJ3mGGvKP6KPU8KjYR6zxemriU2M71gZ8QE4XRjd5JI>>. Acesso em: 7 de abril de 2023.

¹²⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=pOugdI-Uhag>>.

Figura 41 – Cartaz do LPJ durante os escrachos



Fonte: Blog do LPJ RS¹³⁰

segunda-feira, 26 de março de 2012¹³¹

BRASIL LEVANTA CONTRA A IMPUNIDADE

Assista o vídeo¹³² com os torturadores identificados hoje na ação nacional promovida pelo Levante da Juventude.



O Levante Popular da Juventude realiza em várias capitais do país ações simultâneas de denúncia de diversos torturadores, que continuam impunes. Os manifestantes apoiam a Comissão da Verdade e exigem a apuração e a punição sobre os crimes cometidos pela ditadura militar.

O caráter das ações, conhecida como "escracho", baseia-se em ações similares as que acontecem na Argentina e no Chile, em que jovens fazem atos de denúncias e revelações dos torturadores que continuam soltos e sem julgamento sobre suas ações durante a Ditadura Militar.

segunda-feira, 2 de abril de 2012¹³³

#LEVANTE PELA VERDADE

A Campanha Levante Pela Verdade foi um sucesso, Facebook e Twitter foram dominados. Centenas de pessoas enviaram suas fotos em defesa da Comissão da

¹³⁰ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2012/03/2603-levante- contra-tortura.html>>.

¹³¹ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2012/03/brasil-levanta- contra-impunidade.html>>.

¹³² Indisponível

¹³³ Disponível em: <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2012/04/levante-pela- verdade.html>.

Verdade.
Veja algumas abaixo:



A Campanha contou inclusive com a solidariedade internacional. No quadro acima há fotos da Bolívia, Uruguay, Haiti, Portugal e Chile. Em breve, apresentaremos no Blog registro das demais atividades ocorridas no final de semana

Figura 42 – Prêmio de Direitos Humanos recebido pelo LPJ



Fonte: Blog do LPJ RS¹³⁴

Foram registrados escrachos em São Paulo, em Fortaleza/CE, no Pará¹³⁵. Em um vídeo, o comunicador do LPJ capta a pessoa¹³⁶ que estava sendo escrachado, João Bosco Nacif, em BH, agredindo os manifestantes. Em suas redes, o LPJ questiona: “Que feio. Não aceita a democracia, João Bosco Nacif da Silva? Vá à Comissão da Verdade manifestar sua indignação”¹³⁷.

Figura 43 – Acusado de contribuir com a Ditadura Militar agride militante do LPJ durante escracho

¹³⁴ Disponível em: <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2012/12/dilma-entrega-premio-ao-levante.html>.

¹³⁵ ⁴¹ Acesso em: 7 de abril de 2023.

¹³⁶ “João Bosco Nacif da Silva era médico-legista da polícia civil na ditadura militar. Ele é acusado no livro “Brasil: Nunca Mais!” de ter encoberto a real causa da morte do ex-sargento João Lucas Alves, preso em 1969 na Delegacia Especializada de Furtos e Roubos de Belo Horizonte, por lutar contra o regime militar. Segundo o atestado de óbito assinado pelos doutores João Bosco Nacif da Silva e Djezzar Gonçalves Leite, o ex-sargento morreu no dia 6 de março por asfixia mecânica decorrente de suicídio por enforcamento”. Disponível em: <https://memoriasdaditadura.org.br/biografias-da-ditadura/joao-bosco-nacif-da-silva/>. Acesso em: 20 de abril de 2023.

¹³⁷ Disponível em: <

https://www.facebook.com/levantepopulardajuventude/photos/a.321629677902593/357408447_658049/>.
Acesso em: 7 de abril de 2023.



Fonte: Canal LevantedaJuventude no Youtube¹³⁸

A primeira menção ao “projeto popular para a educação”¹³⁹ no Blog do LPJ acontece em julho de 2012, no caso em um estandarte num ato em Santa Maria. O vídeo¹⁴⁰ remete a alguns aspectos de junho de 2013, como a presença de muitos jovens, com poucas organizações políticas.

Figura 44 – Marcha pela educação em Santa Maria em julho de 2012



Fonte: Blog do LPJ RS¹⁴¹

Como já mencionado, anualmente o LPJ participava de manifestações contra o aumento da passagem dos transportes públicos. Em 2013 isso se repete no RS e, quando no meio do ano essa luta se multiplica para o sudeste e conjunto do Brasil, ela toma mais força.

terça-feira, 2 de abril de 2013¹⁴²

LEVANTE-SE, MAIS UM AUMENTO NÃO!

Manifestação histórica reúne cerca de dez mil pessoas contra o aumento das passagens de ônibus em Porto Alegre.

¹³⁸ Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=Zc9u_UURIOM>. Acesso em: 7 de abril de 2023.

¹³⁹ Vídeo da manifestação. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YBCOc3ZEgBY&t>>. Acesso em: 18 de fev. de 2023.

¹⁴⁰ Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=Et_yC1T2t9g&t=1s>. Acesso em: 19 de fev. de 2023.

¹⁴¹ Fotos: Olga Herbertz. Disponível em: <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2012/07/marcha-pela-educacao-em-santa-maria.html>. Acesso em: 22 de abril de 2023.

¹⁴² Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2013/04/levante-se-mais-um-aumento-nao.html>>. Acesso em: 23 de abril de 2023.

Foram pouco mais de três horas de caminhada pelas ruas do centro de Porto Alegre. A medida que a marcha passava, mais pessoas se incorporavam à caminhada. Quem não podia estar junto, aplaudia de dentro dos ônibus, do alto dos prédios, buzina de dentro de seus carros.

Por mais propaganda contrária que a grande mídia pudesse fazer, chamando os protestantes de baderneiros, desocupados atrapalhando o trânsito e todas as pérolas comuns nos jornalões, o que se viu ontem em foi um verdadeiro exemplo de que os manifestantes estão nas ruas pelo bem da cidade. Foi exemplar o silêncio feito por 10 mil pessoas que passavam em frente a um hospital, exemplar a repreensão às pessoas que não respeitaram os acordos coletivos, exemplar, enfim, a justa indignação de uma população que não aguenta mais pagar caro por um serviço cada vez mais precarizado e privatizado.

quinta-feira, 20 de junho de 2013¹⁴³

QUE OS RICOS PAGUEM A CONTA!

A juventude brasileira se levantou para reduzir o preço da passagem e despertou a necessidade de construirmos um Projeto Popular para o Brasil que aponte os novos rumos para o nosso país.



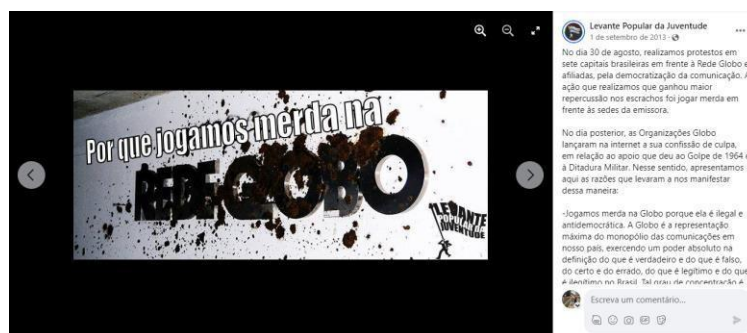
O principal inimigo do povo é essa elite que construiu historicamente uma sociedade machista, homofóbica, violenta e desigual. A redução do preço da passagem foi uma conquista, mas realizada às custas da população através da isenção de impostos dos empresários dos transportes. A solução é tirar do povo, que sequer tem condições de uma vida digna? Não. Que os ricos paguem a conta!

Nas manifestações, temos mostrado nosso poder pelo grande número de pessoas mobilizado. Não foi a violência que nos levou às conquistas, mas as nossas vozes nas ruas. Por isso, não devemos utilizar os mesmos métodos sempre utilizados pela elite. **NÃO FAÇA O JOGO DA DIREITA, PROTESTO É SEM VIOLÊNCIA!**

No sentido de dar respostas à juventude sobre suas insatisfações, o LPJ organizou uma ação direta na Rede Globo, em São Paulo, no final de 2013, jogando “merda” na emissora.

¹⁴³ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2013/06/que-os-ricos-paguem-conta.html>>.

Figura 45 – Escracho à Rede Globo, SP, 2013



Fonte: Página do LPJ no Facebook¹⁴⁴

Em 2014 a principal ação da qual o LPJ participou foi o Plebiscito Popular por uma Constituinte Exclusiva e Soberana do Sistema Político, ainda como reflexo das lutas de 2013. Ao final do ato, o LPJ em SP organizou seu 2º Acampamento Estadual, quando realizou manifestação para que a Comissão Nacional da Verdade tivesse caráter de decisão, sendo a primeira manifestação do LPJ a ser publicada no Instagram.

Figura 46 – Primeira manifestação do LPJ publicada no Instagram



Fonte: Página do LPJ no Instagram¹⁴⁵

Em 12 de novembro de 2015, uma orientação para a comunicação na participação do LPJ nas manifestações Fora Cunha, que divide o planejamento em antes, durante e depois das manifestações, remetendo a um processo de construção. Para essa manifestação, produziram um vídeo com alta qualidade de produção, envolvendo atuação, cenário¹⁴⁶.

Orientações para a Comunicação do Ato Nacional Fora Cunha

Companheiras e companheiros!

O dia 13 se aproxima e precisamos ser eficientes em nossa comunicação interna e externa. **Essas orientações são para nossa comunicação para fora** e é importante que elas cheguem a quem irá se responsabilizar pela tarefa. As atividades da

¹⁴⁴ Disponível em: <

https://www.facebook.com/levantepopularajuventude/photos/a.321629677902593/588778057_854419/>.

¹⁴⁵ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/wm61pbRdhg/>>.

¹⁴⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=1042464722485748>.

comunicação se dividem em três movimentos - antes, durante e depois do ato -, se atentar a cada um dos detalhes é importante para que a mensagem que estamos indo passar nas ruas atinja o maior número de pessoas.

Lá vai:

ANTES

1. É necessário mandar um release para a imprensa no estado falando do ato. Mande no máximo até dia 12, quanto mais cedo melhor. Segue em anexo o modelo. Procure o coletivo de comunicação do MST para eles ajudarem com esses contatos estaduais;
2. É importante que publiquemos e estimulemos publicações nos eventos, usem bem nossos memes e vídeos. Vamos bombar!;
3. Precisamos que vocês tirem fotos de pessoas com a placa Eu vou derrubar o Cunha no dia 13/11! A ideia é fazer uma campanha nas redes. Nos ajudem!;
4. Gravem vídeos curtos dizendo porque temos que ir às ruas no dia 13/11 derrubar o Cunha, pode ser de celular, a ideia é que cada militante faça o seu e a gente vá estimulando o resto do povo a fazer também;
5. É importante que o coletivo de comunicação dialogue com o coletivo de Agitação e Propaganda, principalmente os militantes que estiverem responsáveis pelas fotos e vídeos. Esse link entre os dois coletivos é importante pra que a comunicação se programe para o que irá cobrir.

DURANTE

1. No dia 13 faremos um twittaço. Estamos fechando a tag com os movimentos parceiros, elas podem ser compartilhadas com fotos do próprio ato e frases agitativas chamando para o ato e\ou exigindo a saída do Cunha. Fiquem ligadas/os!;
2. Tirar fotos fotos da concentração e de quando tiver rolando o ato, postar nas páginas estaduais, no evento e mandar para a nacional. É importante agitar nas redes, mostrar que o ato está rolando e atrair mais gente pra rua! Usar as tags #ForaCunha e #13DerrubarOCunha

DEPOIS

1. Nos enviar um relato breve de como foi o ato, especificando média de número de pessoas, local, horário, como foi, até meio dia do dia 14. Iremos mandar para a imprensa nacional, quanto mais rápido melhor!
2. Enviar as fotos e links dos álbuns das páginas estaduais com as fotos do ato para a Nacional para que possamos compartilhar nas nossas redes sociais.
3. Saiu matéria no portal, na TV ou em algum meio de comunicação do estado? Manda pra gente, vamos está fazendo um mailing pra ter noção da repercussão no país!

Dia 13 é dia do Cunha balançar e cair, vamos dar nossa cara nas ruas e na comunicação. Qualquer duvida entrar em contato com a equipe de comunicação contato@levante.org.br

Ousar lutar, organizando a juventude pro Projeto Popular! Pátria Livre, Venceremos!

Levante Popular da Juventude

Acesse nosso site: levante.org.br

comunique-se conosco: [endereço retirado pela autora para preservar o movimento]

Uma experiência da qual a autora participou em Sorocaba, foi o papel da página do Levante Popular da Juventude de Sorocaba durante as ocupações de escolas estaduais em 2015 contra a reorganização escolar. De todo o estado de SP onde o LPJ atuava, Sorocaba foi onde nós participamos de mais ocupações, além de ter sido a cidade que mais ocupou escolas proporcionalmente.

O LPJ na cidade cumpriu papel fundamental em ajudar os estudantes, que estavam entrando para a luta naquele momento, a organizar as tarefas de segurança, agitação e

propaganda, comunicação, mobilização das manifestações anteriores e a ocupar as escolas depois, ajudando a fortalecer a articulação entre estudantes, professores (também jovens) e pais dos estudantes. Em um primeiro momento, quando as escolas começaram a ser ocupadas na cidade de São Paulo, avaliou-se que não havia força o suficiente para ocupar as escolas, apesar de ser uma meta. Para isso, organizou-se uma campanha nas redes, onde os jovens deveriam publicar cartazes com a frase “ocupe sua escola contra a reorganização”. Nesse período, junto aos estudantes secundaristas o LPJ ajudou a organizar as primeiras manifestações na cidade, que culminaria nas ocupações, das quais também fez parte da organização prévia e execução. Antes das ocupações, haviam 5 células do LPJ em Sorocaba e, depois, se agregaram mais 6 células com estudantes das ocupações. Essa foi uma das poucas lutas contra o governo estadual, até então governado pelo PSDB há décadas, com vitória. A página do LPJ Sorocaba também divulgou e comemorou a conquista da comunidade da educação.

Figura 47 – Campanha contra a reorganização escolar em SP

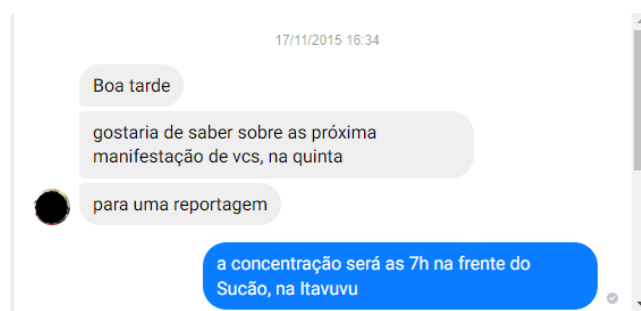


Fonte: Página do Levante Popular da Juventude Sorocaba¹⁴⁷

A página do Facebook do Levante Popular da Juventude Sorocaba cumpriu um papel duplo: passou a ser utilizada pelos estudantes para divulgar informação entre as ocupações e para a sociedade, além de servir como centro de pedido de ajuda (seja para ocupar as escolas, ou para ajudar a manter as ocupações através da doação de alimentos). Abaixo e em anexo, diálogos com jornalistas que estavam cobrindo as manifestações, que depois se tornaram ocupações dos estudantes. Já demonstra que, do ponto de vista formal, o LPJ era visto como porta-voz dos estudantes naquele momento, mesmo o movimento não estando presente nas ações em si.

¹⁴⁷ Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo/?fbid=761989810579200&set=pb.100064597125872.-2207520000>>.

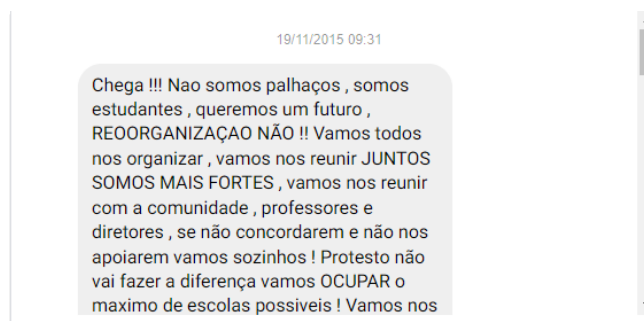
Figura 48 – Jornalista buscando informações através da página do LPJ Sorocaba sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015



Fonte: Página do LPJ Sorocaba

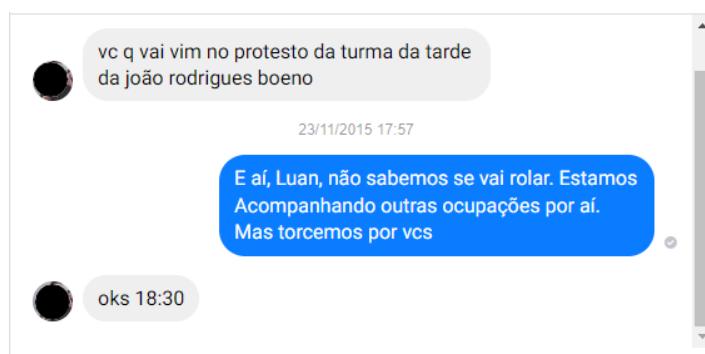
As mensagens refletem o quanto havia demanda de ajuda de um movimento organizado e com experiência nas manifestações, tanto que o movimento não dava conta. A página serviu também como uma forma de centralizadora de informações, especialmente sobre as ocupações que os estudantes estavam organizando. Abaixo, uma estudante pedindo para que a página ajudasse a divulgar uma mensagem produzida pelos próprios estudantes.

Figura 49 – Estudante buscando página do LPJ Sorocaba para divulgar informações sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015



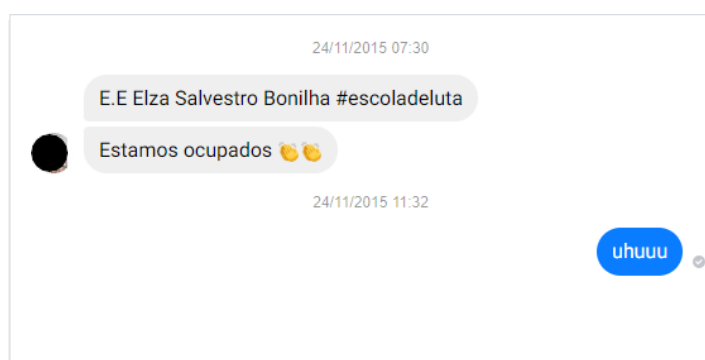
Fonte: Página do LPJ Sorocaba

Figura 50 – Estudante buscando página do LPJ Sorocaba para divulgar informações sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015



Fonte: Página do LPJ Sorocaba

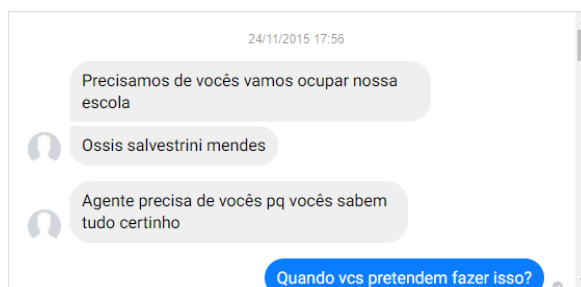
Figura 51 – Estudante buscando página do LPJ Sorocaba para divulgar informações sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015



Fonte: Página do LPJ Sorocaba

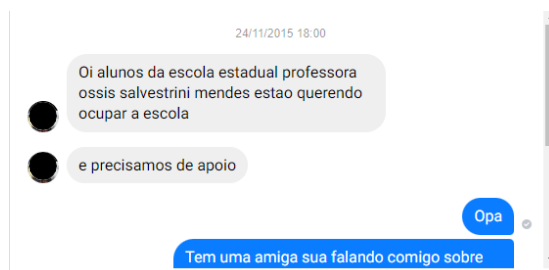
A página também serviu para que os estudantes pedissem ajuda do movimento para ocupar. Abaixo, dois diálogos com a autora, que morava próximo da escola das jovens. Os diálogos acontecem no fim da tarde do dia 24, no dia 25 pela manhã estávamos ocupando a Escola Estadual Osis Salvestrini Mendes.

Figura 52 – Estudante buscando página do LPJ Sorocaba para pedir ajuda para as ocupações das escolas estaduais em 2015



Fonte: Página do LPJ Sorocaba

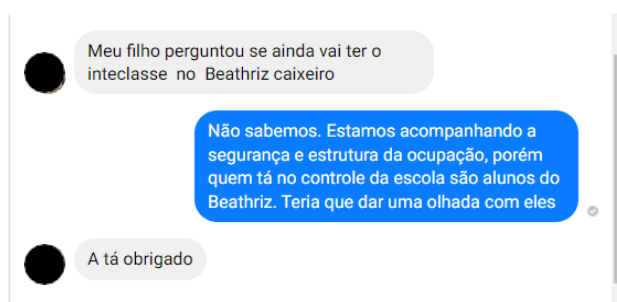
Figura 53 – Estudante buscando página do LPJ Sorocaba para pedir ajuda para as ocupações das escolas estaduais em 2015



Fonte: Página do LPJ Sorocaba

Chegou-se a dialogar com pais dos estudantes das escolas ocupadas, que procuravam o LPJ para ter informações. Além de informações para a população em geral.

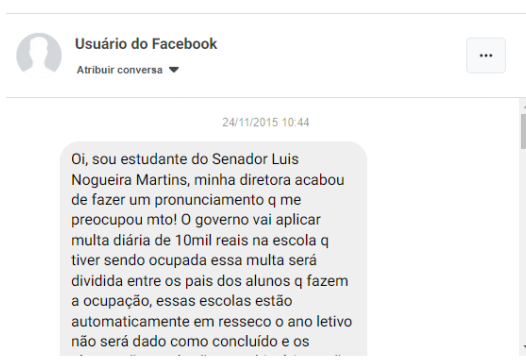
Figura 54 – Diálogo com pais e mães através página do LPJ Sorocaba sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015



Fonte: Página do LPJ Sorocaba

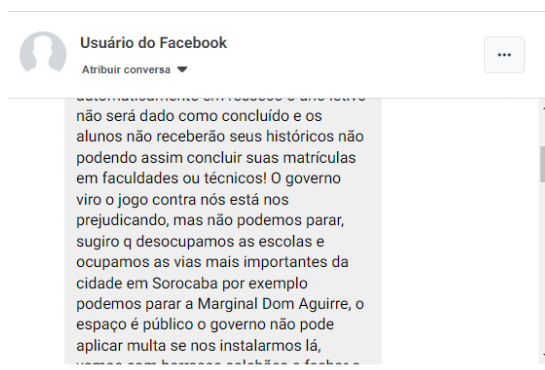
Através da página prestamos assessoria jurídica contra as ameaças e repressão sofrida pelos estudantes para que desocupassem as escolas, utilizando inclusive de informações falsas. Ao mesmo tempo, publicávamos vídeos dos estudantes explicando o que havia ocorrido.

Figura 55 – Assessoria e orientação jurídica fornecida através página do LPJ Sorocaba sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015



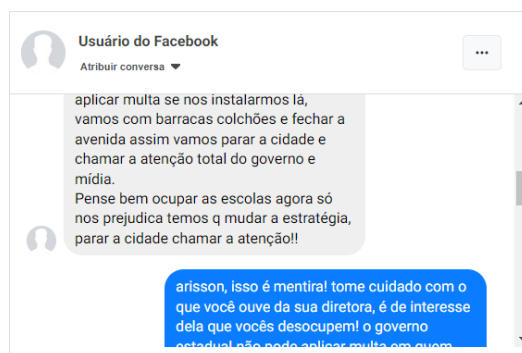
Fonte: Página do LPJ Sorocaba

Figura 56 – Assessoria e orientação jurídica fornecida através página do LPJ Sorocaba sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015



Fonte: Página do LPJ Sorocaba

Figura 57 – Assessoria e orientação jurídica fornecida através página do LPJ Sorocaba sobre as ocupações das escolas estaduais em 2015

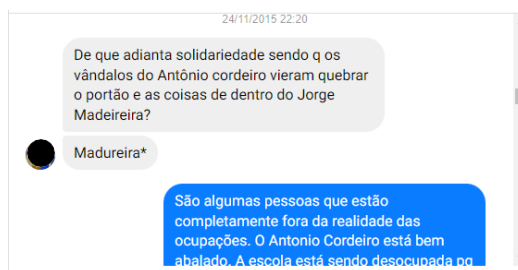


Fonte: Página do LPJ Sorocaba

Abaixo, como os estudantes se organizaram para a ação e para manter as ocupações. Uma das formas de tentar desmobilizar as ocupações foi atacar e vandalizar as escolas, acusando os ocupantes de não cuidarem do espaço, gerando brigas entre os próprios estudantes, como se vê no diálogo abaixo. Em resposta, o movimento publica vídeo da ocupação acusada de vandalizar a escola demonstrando que as acusações eram mentira. É perceptível que na ausência da capacidade do movimento estar em todas as ocupações, a página no Facebook foi decisiva para manter as ocupações interligadas, garantindo o protagonismo dos jovens, com o

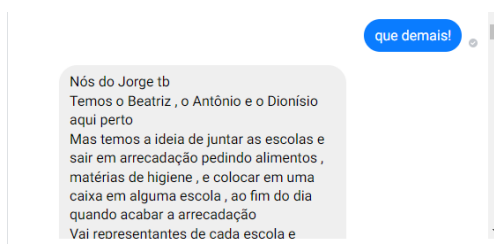
LPJ cumprindo um papel de apoio. Para ampliar o apoio às ocupações, o LPJ demonstrava como os estudantes estavam limpando e cuidando das escolas, fazendo momentos culturais como tocar e cantar a paródia do funk “Baile de favela”, que ficou muito conhecida na época entre os estudantes, batalhas de rap, músicas produzidas durante as ocupações, oficina de cartazes e materiais como fanzine¹⁴⁸ como segue abaixo durante uma assembleia de estudantes, pais e professores, relatos de pais que apoiavam as ocupações.

Figura 58 – Ataques sofridos nas ocupações relatados por estudantes através da página do LPJ Sorocaba durante as ocupações das escolas estaduais em 2015



Fonte: Página do LPJ Sorocaba

Figura 59 – Ataques sofridos nas ocupações relatados por estudantes através da página do LPJ Sorocaba durante as ocupações das escolas estaduais em 2015



Fonte: Página do LPJ Sorocaba

¹⁴⁸ “Revista de fã”, que lembra a sonoridade de *magazine* (revista, em inglês) é um material gráfico de baixo orçamento ligado ao movimento punk e anarquista, muito produzido pelo LPJ que será abordado a seguir.

A Escola Estadual Hélio Del Cistia teve a presença de dois jornalistas do LPJ ajudando na ocupação, provavelmente por este motivo os materiais possuem menos ruído do ponto de vista da produção técnica. Isto é, as informações são mais claras. No primeiro dia da ocupação, gravamos um vídeo com os estudantes.

Oi galera, tudo bem? Eu sou Rodrigo¹⁴⁹. Eu sou a Maria¹⁵⁰.

Eu sou a Paula.¹⁵¹

R: Estamos ocupando o Hélio aqui contra a reorganização, ocupamos hoje, segunda-feira 6h da manhã.

M: Dia 23.

R: E a gente vai ficar aqui e é isso. Quem quiser colar aqui com a gente.

M: Só vir.

P: Pode estar vindo dormir. M: É, traz comida.

P: Pode trazer comida, a gente está no controle da cozinha também, tem comida, tem tudo pra todo mundo.

M: É, a gente está se organizando bem. Nada de vandalismo na escola, a gente só tá aqui porque a gente é contra mesmo.

P: Quem não quiser estar vir aqui pode estar trazendo coisas para ajudar a gente, e é isso¹⁵².

O vídeo com mais informações é produzido por um participante do LPJ, de 3 minutos, que narra um plano sequência da ocupação, desde o portão até o lado de dentro, mostrando os cartazes produzidos, a carta à comunidade que haviam feito, a classificação do “Interclasse” (competição de esportes entre os estudantes), um cartaz com a divisão de tarefas de limpeza do espaço, os colchões onde os estudantes dormiriam.

Eaí galera, a gente vai mostrar aqui um pouquinho a ocupação da Escola Hélio Del Cistia no Jardim São Guilherme, aqui em Sorocaba. A galera tá ocupando aqui contra a reorganização proposta pelo Geraldo Alckmin. Com essa reorganização não vai ter mais ensino médio nessa escola e o diferencial... ó, a galera fez uma faixa ali “Alckmin exterminador de futuro”, só que o vento acabou enrolando a faixa. Com essa reorganização, não vai ter mais ensino médio aqui na escola e ela é a única escola da zona norte aqui da cidade que é projetada para acessibilidade e para pessoas com necessidades especiais, então o pessoal que tem necessidades especiais e está no ensino médio não vai ter mais essa escola como opção para estudar. Isso é um grande problema, várias pessoas, pais e profissionais da educação já entraram com uma ação judicial para impedir que essa escola faça parte da reorganização do Geraldo Alckmin. Aqui tem um pessoal jogando futsal, está rolando o torneio interclasses, tá bem legal. Aqui tem um pessoal também brincando e tal. Pessoal aqui da escola também participando bastante, a comunidade. Pessoal estava jogando agora há pouco torneio de vôlei e é legal que o pessoal fez uma decoração bem massa aqui na escola, colocando todos os questionamentos que eles fazem sobre a reorganização. Olha aqui, o pessoal fez até uma carta para a comunidade sobre o porquê ocupar o Hélio. Tem uma faixa ali. Agora é uma hora boa aqui, que é a hora do almoço, pessoal já está pegando comida, tudo feito pelos próprios estudantes. Aqui tem a tabelinha do interclasses que está rolando para saber quem vai ser o campeão. Aqui o pessoal fez umas faixas também, pessoal está dando uma nova cara aqui para a escola, mexeram, mudaram o visual da porta do banheiro feminino, fizeram várias faixas. Aqui tem uma tabelinha, assim, para manter a ocupação organizada a galra dividiu em tarefas, aí tem

¹⁴⁹ Nome fictício.

¹⁵⁰ Nome fictício.

¹⁵¹ Nome fictício.

¹⁵² Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=764688603642654>. Acesso em: 10 de fev. de 2023.

uma tabelinha com todas as tarefas e cada dia é um bonde que faz as tarefas. Tipo limpar o pátio, limpar o banheiro, limpar a cozinha, limpar a área externa, cozinhar e fazer a segurança. E aqui estão as coisas que a galera vai usar para dormir né, tipo colchões, tal, tem os paletes, pessoal também deu uma incrementada aqui na mesa. O mais legal é que a galera não sabe quando vai acabar essa ocupação, então já organizou a árvore de natal aqui, aqui tem também as refeições¹⁵³.

A Semana Nós por Nós é organizada pelos jovens da frente territorial do LPJ em todo o Brasil desde 2015, inspirados na Semana de Solidariedade Che Guevara, partindo do princípio de que a solidariedade entre os trabalhadores é fundamental para a construção de uma alternativa na sociedade. Para isso, o trabalho coletivo em prol do coletivo é organizado. Ao longo da semana determinada, o movimento organiza ações de solidariedade na periferia como prestação de serviços com assessoria jurídica, psicológica, corte de cabelo, revitalização de espaços públicos, campeonatos e jogos como skate, cine debates, construção de bibliotecas comunitárias etc.

Figura 60 – 1ª Semana Nós por Nós



Fonte: Página do Levante Popular da Juventude Sorocaba¹⁵⁴

O planejamento para a comemoração ao longo de fevereiro, dos quatro anos de nacionalização do movimento, em 2016, período que o Instagram chegou a 100 mil curtidas¹⁵⁵ envolvia resgatar a história do movimento, com as principais ações nacionais e locais, os espaços de formação política e encontros nacionais, as campanhas e, por fim, os motivos do porquê a juventude deve se organizar no movimento. Para isso, fizeram vídeos de participantes do movimento demonstrando como o LPJ mudou suas vidas, um vídeo de retrospectiva e vídeos e parceiros do LPJ sobre sua relação com o movimento. Além disso, planejaram recuperar as principais fotos do movimento, cards de “parabéns”, buscando publicar matérias sobre o movimento através de terceiros, e um jornal ou fanzine sobre a história (LEVANTE POPULAR

¹⁵³ Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=766318563479658>. Acesso em: 10 de fev. de 2023.

¹⁵⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/LevanteSorocaba/photos/pb.100064597125872.-2207520000./902425749868938/?type=3>. Acesso em: 10 de fev. de 2023.

¹⁵⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BDLQ-5rRdnQ/>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

DA JUVENTUDE: 4 ANOS!, 2016).

Em 5 abril de 2016, uma orientação para a comunicação do LPJ para o Ato Nacional contra a Rede Globo.

Compas! <3

O dia 11 se aproxima e precisamos ser eficientes em nossa comunicação interna e externa. **Essas orientações são para nossa comunicação para fora** e é importante que elas cheguem a quem irá se responsabilizar pela tarefa. As atividades da comunicação se dividem em três partes - antes, durante e depois do ato -, se atentar a cada um dos detalhes é importante para que a mensagem que estamos indo passar nas ruas atinja o maior número de pessoas.

Lá vai:

ANTES

1. Criem os eventos!
2. É necessário mandar um release para a imprensa no estado falando do ato. Mande no máximo até dia 9, quanto mais cedo melhor. Procure o coletivo de comunicação do MST para eles ajudarem com esses contatos estaduais;
3. É importante que publiquemos e estimulemos publicações nos eventos, usem bem nossos memes e vídeos. Vamos bombar!;
4. Precisamos que vocês tirem fotos de pessoas com a placa Abaixo a Rede Globo! Globo Golpista! no dia 11/04! A ideia é fazer uma campanha nas redes. Nos ajudem!;
5. Gravem vídeos curtos dizendo porque temos que ir às ruas no dia 11/04 falando pq vamos denunciar a Globo Golpista, pode ser de celular (na horizontal), a ideia é que cada militante faça o seu e a gente vá estimulando o resto do povo a fazer também;
6. É importante que o coletivo de comunicação dialogue com o coletivo de Agitação e Propaganda, principalmente os militantes que estiverem responsáveis pelas fotos e vídeos. Esse link entre os dois coletivos é importante pra que a comunicação se programe para o que irá cobrir.

DURANTE

1. Tirar fotos fotos da concentração e de quando tiver rolando o ato, postar nas páginas estaduais, no evento e mandar para a nacional. É importante agitar nas redes, mostrar que o ato está rolando e atrair mais gente pra rua! Usar as tags #GloboGolpista #NaoVaiTerGolpe

DEPOIS

1. Nos enviar um relato breve de como foi o ato, especificando média de número de pessoas, local, horário, como foi, até meio dia do dia 12. Iremos mandar para a imprensa nacional, quanto mais rápido melhor!
2. Enviar as fotos e links dos álbuns das páginas estaduais com as fotos do ato para a Nacional para que possamos compartilhar nas nossas redes sociais.
3. Saiu matéria no portal, na TV ou em algum meio de comunicação do estado? Manda pra gente, vamos está fazendo um mailing pra ter noção da repercussão no país!

Qualquer duvida entrar em contato com a equipe de comunicação comunicacao@levante.org.br

Ousar lutar, organizando a juventude pro Projeto Popular! Pátria Livre, Venceremos!

A orientação da comunicação do LPJ para uma jornada de manifestações contra o então presidente da república, Michel Temer, em setembro de 2016, que envolviam paralisações sindicais, atos de rua, “decorações (isto é, grafites, lambe-lambe, estêncil), panfletagem e “tranção” nas reitorias das universidades. A primeira orientação reforça a importância de registrar todas as ações através de fotos e vídeos de boa qualidade, mas garantindo a agilidade

usando os celulares, podendo gravar as ações, falas que expliquem a ação, ou mesmo de pessoas que estão passando pela manifestação, “mas tome cuidado para não expor o rosto de companheiros nas ações diretas”. Depois, explica como gravar um vídeo de forma adequada: posicionar a câmera na horizontal, com atenção no enquadramento, no foco e som, aguardando 3 segundos antes de começar a falar, de preferência em Full HD. Esse material seria para ser enviado à imprensa e publicado nas redes sociais (ORIENTAÇÕES COLETIVO DE COMUNICAÇÃO, 2016).

> b. Imprensa: para que as ações ganhem a visibilidade que queremos, precisamos ir além das nossas redes sociais. Divulgar para a imprensa hegemônica e também popular é FUNDAMENTAL. No dia 22, quando já iniciadas as decorações Fora Temer e o Tranco das reitorias, enviar uma matéria para os contatos de imprensa da sua região explicando principalmente o que é a/as ações, qual o objetivo (relacionar com a conjuntura), quando começou e o que foi feito, breve explicação de quem é o Levante. Envie a matéria no corpo do email, com fotos anexadas e o contato de alguém caso queira mais informações ou agendar uma entrevista (ORIENTAÇÕES COLETIVO DE COMUNICAÇÃO, 2016).

Em 10 de outubro, uma nova circular de orientações chega por e-mail, agora sobre as lutas “contra o golpe na educação”, em defesa do Ensino Médio, que envolvia garantir o registro das panfletagens, rodas de conversa, atividades artísticas e físicas, peças teatrais, participação nas ações da Frente Brasil Popular, paradas culturais e participação no “Dia D” que estavam sendo previstas. O documento orienta que pelo menos duas pessoas fiquem com a tarefa da comunicação em cada atividade, através de “3 modalidades da comunicação”: assessoria de imprensa, enviando release para os principais contatos da imprensa na região da atividade, explicando a pauta e a intenção do movimento, as atividades programadas e uma breve apresentação do LPJ, elaborando matérias ao longo do dia conforme as atividades fossem acontecendo, explicando o que está ocorrendo naquele momento, com falas curtas e fotos da atividade e, no dia D, um novo release informando assim que a ação estivesse acontecendo, com contato, os textos deviam estar sempre em 3ª pessoa; a outra modalidade é o registro em foto e vídeo, com as mesmas orientações da circular mencionada acima; transmissão ao vivo via fanpages municipais e estaduais, buscando “explorar mais as possibilidades do Facebook”, para as atividades mais curtas, com horário fixo de início e fim, conferindo com a “coordenação da cidade se é interessante politicamente divulgar a atividade” desta forma, com breve explicação de como fazer a transmissão ao vivo. Para as redes sociais, a circular orienta que ao longo das atividades as fotos sejam enviadas para o coletivo nacional e, ao ser postado na página nacional, deveria ser compartilhado pela página estadual, assim contribuindo no engajamento da página nacional. Em anexo da circular, “um panfleto padrão foi enviado para ser utilizado em todas as células”, com pontos básicos para compreender a Reforma do Ensino Médio.

O panfleto é só a “porta de entrada” do diálogo com as pessoas. As pessoas que forem panfletar devem saber mais informações sobre a reforma, para poderem aprofundar o assunto quando forem entregar os panfletos. É isso mesmo, fazer a conversa um por um com quem pegar o papel, é assim que vamos apresentando as contradições oras pessoas. O panfleto nada mais é que um instrumento para chamar a atenção e um resumo da situação.

Após o Impeachment, o LPJ aponta a linha: escrache um golpista, com evento no Facebook e orientação de como organizar localmente um pequeno escracho, principalmente a deputados e senadores que haviam votado a favor do Golpe de 2016.

Figura 61 – Passo a passo de como organizar um escracho



Fonte: Página do LPJ no Facebook¹⁵⁶

Para Aurora¹⁵⁷, há nesse período certa “vulgarização do escracho”, resposta comum para muitos acontecimentos, a ponto de ficar irrelevante muitas vezes, quando o objetivo é “fazer escracho para fazer uma live”, sendo a mesma preocupação que Ernesto apresenta sobre a relação do movimento com as redes sociais. Por exemplo, em um escracho à Sergio Moro que visitou a Petrobrás, choveu e Aurora relata que ninguém viu a ação, que havia um sentimento de vergonha de enviar o release para a imprensa. Nesse caso, quem assistia as transmissões eram os próprios militantes do movimento. Durante o 3º Acampamento Nacional, em 2016 em

¹⁵⁶Disponível em: <

https://www.facebook.com/events/218334381874174/?post_id=219385028435776&view=perm_alink>.

¹⁵⁷Nome fictício. Jovem responsável pela comunicação do LPJ de 2016 a 2018. Entrevista concedida em 15 de fev. de 2023.

Belo Horizonte/MG, houve um escracho na Rede Globo, depois, contra Dória e contra Temer, em São Paulo. Passaram a ser escrachos mais elaborados, com ornamentações, mudando o perfil da ação, o que na opinião da entrevistada tem relação com a mudança de governo, pois é diferente ir sozinho em uma ação, do que ir com mais gente. Em reunião de julho de 2017, o coletivo nacional de comunicação avaliou que o escracho à João Dória teve grande repercussão nos portais de notícia, dando visibilidade ao LPJ e as pautas contra a privatização e pelo Passe Livre, apesar de que a maioria mostrava o MBL e a pixação em primeiro plano. E terminaram se questionando “como podemos usar isso para desgastar Dória? Como explorar as pautas que vem de São Paulo, mas que também são demandas nacionais?”. Ernesto¹⁵⁸ também aborda essa questão em sua entrevista.

Cumpra o objetivo da propagação de ideias, ela é, ainda um pouco se mistura a questão da agitação e propaganda, mas eu tenho alguns receios de quando as coisas ficam muito voltados só para a rede social, tipo “ah, vamos fazer uma ação”, tem um baita planejamento da ação, e na verdade ação é para ti ir lá tirar duas três fotos postar na rede. Então tem que ter isso eu acho que ainda tem que ter esse cuidado, né, as ações políticas são importantes, né, é isso que faz o movimento político, é isso o que faz um movimento social, só que a comunicação serve para divulgar isso. Quando, muitas vezes, eu vejo que às vezes as coisas se invertem assim tipo “ah, vamos fazer uma ação política para ter o que postar para postar e criar um chamariz, assim, sei lá” em algum site de notícias, isso é preocupante assim, mas eu acho importante eu acho importante é o principal forma de comunicação hoje em dia né, se dá através das redes sociais, se dá nesses meios, então assim é um caminho que o movimento inevitavelmente tem que apostar, tem que estar apropriado de como que funciona para gerar, né gerar engajamento, gerar essas coisas que são específicas das redes assim né, mas ao mesmo tempo tem que ter os seus profissionais da comunicação, assim, porque a gente durante muito tempo trabalhou de forma artesanal assim. [...] como manter uma comunicação profissional, como entender as novas ferramentas que estão surgindo, porque é isso, é muito desenvolvimento tecnológico que tá envolvido, né, então é um aprendizado constante acho que o desafio é esse é estar em constante aprendizado, tá entendendo quais são as novas plataformas, como que elas funcionam e de que forma que a gente usa essas plataformas, são muito limitantes às vezes né, para divulgar as nossas ideias, para divulgar as nossas atividades né, e fazer essa esse debate ideológico na sociedade, que é o principal. A gente tá nos últimos seis anos, sete anos, o debate biológico tá muito aflorado no Brasil, então a esquerda tem que ser apropriar dessas esses meios de comunicação, dessas tecnologias de comunicação para conseguir incidir nesse debate ideológico, porque a direita aprendeu a fazer isso de forma muito muito boa né, muito profissional e a gente não tem conseguido competir e por mais que a gente aprendeu a ferro e fogo nos últimos quatro anos, principalmente, a gente está muito atrás deles ainda. Então é isso, a gente precisa aprender urgente precisa se apropriar dessas ferramentas, porque senão a gente vai continuar atrás e o debate o ideológico hoje passa por isso, os grupos de WhatsApp, os grupos de Telegram, como burlar os algoritmos ou como utilizar os algoritmos para fazer com que as nossas pautas cheguem a mais pessoas, é um desafio gigantesco, né. A gente sabe que são grandes empresas capitalistas que vão fazer com que algumas pautas não sejam, ou quando surgem muito mais para causar divisão, do que causar uma unidade, né.

Então acho que é o principal desafio, a apropriação de ferramentas de comunicação que eles têm hoje.

¹⁵⁸ Nome fictício. Entrevista realizada em 4 de abril de 2023 em São Paulo.

O ano de 2016 foi o mais agitado para o LPJ. A realização do curso nacional, do 3º Acampamento Nacional e as lutas contra o golpe fizeram que o momento alcançasse seu auge do ponto de vista da mobilização. De todas as retrospectivas produzidas pela comunicação, a desse ano é a que mais vale a pena ressaltar.

Para a cobertura da Greve Geral em abril de 2017, o coletivo nacional de comunicação se dividiu em pessoas que ficariam na “base”, ou seja, online no computador para produzir e publicar: havia base de redes sociais, edição de fotos, edição de vídeo e transmissão ao vivo. Para a cobertura local, havia uma divisão entre: estados com fotos e vídeos de celular (BA, CE, MG, PB, PR, PE, RJ, RS, SP, SE, TO), estados com repórter Levante (PB, CE, SP, PR, RS, PE, TO), estados com “fotos profissa para Flickr” (BA, CE, RS, RJ, SE, SP, estados com vídeos profissa para edição do pós” (BA, CE, RS, RJ, SE e SP). Para a base, repórter Levante, vídeos profissionais, publicação no Flickr e edição de vídeos após, haviam nomes de responsáveis por cada estado. O procedimento orientado foi o seguinte:

****1. BASE DAS REDES:****

- subir os materiais editados com legenda pertinente e seguindo a linguagem definida. ATENÇÃO para não repetir as fotos nem subir com legenda errada.
- fazer texto de distribuição dos principais conteúdos (transmissões ao vivo, memes urgentes, ações diretas, violência, repórter levante). Trata-se daquele textinho com o link que divulgamos nos grupos de whats, telegram e outros.
- ficar antenados nos chats e páginas paralelas para pegar materiais bons e reproduzir na nossa página.
- Usar as tags do momento
- Divulgar as melhores fotos no insta
- Entrar nos tuitaços

****2. BASE EDIÇÃO DE FOTOS:****

- Selecionar as fotos enviadas no chat cobertura (prioridade para fotos exclusivas, bonitas, que apareça o Levante).
- Editar as fotos: seguindo o pré-set da identidade do Levante.
- Agilidade na edição.
- Envie apenas as fotos que você selecionou para ir pra página.
- Tome cuidado para não subir a foto na mesma hora que outra pessoa já estiver subindo.

****3. BASE PARA EDIÇÃO DE VÍDEOS****

- Editar um único vídeo quando tiver mais de um, de um mesmo local
- Vídeos do repórter levante colocar o nome e profissão das pessoas entrevistadas.
- Sempre inserir no final a logo do levante e o site levante.org.br

****4. TRANSMISSÃO AO VIVO****

- antes de iniciar a transmissão, avise no chat que você a fará
- na legenda da transmissão use títulos objetivos e sempre o (AO VIVO |) antes do título.
- durante a transmissão converse com os telespectador, informe do que se trata a ação filmada, contextualize.

****5. FOTOS E VÍDEOS DE CELULAR****

- use o celular de melhor qualidade que você puder ter acesso
- procure fotografar narrativas. imagens que transmitam informações, sentimentos. Fotografe em plano aberto (muita gente reunida, por exemplo) e também em plano fechado (a expressão de uma pessoa, um detalhe).
- Vídeos sempre com o celular posicionado na horizontal. Para o áudio do vídeo

ficar melhor, grave sempre com um fone de ouvido acoplado. Quando o buraco que encaixa o fone está tampado o vídeo sai com menos ruídos.

****6. REPÓRTER LEVANTE****

- Grave vídeos com as pessoas que passam na rua.
- Combine com a pessoa antes que você vai gravar e o que vai perguntar.
- Você não vai aparecer no vídeo, mas sua voz vai. Então comece a gravar desde a hora que você apresenta a pessoa.
- Faça questões como: você acha que as coisas estão melhorando ou piorando depois do Temer? O que você acha da reforma trabalhista? O que você acha da reforma da previdência? Você apoia a greve, por que?. Se joga, faça questões que achar interessante.
- Busque sujeitos diversos, jovens, idosos, homens e mulheres, comerciantes, trabalhadores, gente esperando ônibus, gente no carro esperando o sinal.
- Assim que gravar o vídeo envie para o chat
- modelo de fala: “Estou aqui em Fortaleza com Carolina que é estudante. Carolina, na sua opinião, as pessoas devem mesmo fazer greve hoje?”

****7. FOTOS PROFISSA****

- fazer a seleção das principais fotos na sexta-feira, dia 28.
- subir as fotos nesse link [link retirado pela autora] ainda na sexta-feira. Criar uma pasta com o nome do seu estado.
- o flickr deve ir ao ar até 12h do domingo, 30.

****8. VÍDEOS PROFISSA****

- fazer a seleção dos principais vídeos na sexta-feira, dia 28.
- subir os vídeos nesse link (<http://bit.ly/2qd5v3w>) ainda na sexta-feira. Criar uma pasta com o nome do seu estado.
- o vídeo de resumo da Greve deve ir ao ar até 12h do domingo, 30.

Uma ação importante do LPJ Pará foi uma faixa dizendo “Nossa Senhora nos defenda de Bolsonaro” em uma das avenidas mais movimentadas de Belém e publicaram no Facebook, que viralizou, tornando a ação tradição do movimento no período do Círio de Nazaré, uma das maiores manifestações populares do mundo. Carlos¹⁵⁹ afirma que “dialoga super, as pessoas passam e buzina”, por isso passaram a organizar essa ação todos os anos na época do Círio de Nazaré, importante procissão católica no Brasil.

Se em um período anterior uma das principais dificuldades era de envolver o núcleo dirigente do LPJ na construção da comunicação, a pandemia da COVID-19 em 2020 obrigou todos a se envolverem como praticamente único meio de construção do movimento por algum tempo. Fora das redes sociais, a principal forma de atuação do movimento durante a pandemia foram as ações¹⁶⁰ de solidariedade¹⁶¹, que visavam minimizar as necessidades básicas que eram ausentes aos mais pobres nesse período¹⁶². Divulgam os materiais produzidos antes e durante as campanhas de solidariedade que o Levante Popular da Juventude tem organizado no estado de São Paulo, que envolvem tanto a distribuição de alimentos para o combate à fome¹⁶³ nos

¹⁵⁹ Nome fictício. Entrevista realizada pela autora em 4 de abril de 2023.

¹⁶⁰ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CBR0VgXCfVi/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

¹⁶¹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CAVcrw4oVyl/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

¹⁶² Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CBPED_ni-t3/>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

¹⁶³ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CRwfxeqMvde/>>. Acesso em: 17 de out. de 2021.

territórios onde o movimento atua, em parceria de outras organizações, como a Consulta Popular, a Ocupação Mauá no centro de São Paulo e o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), quanto contribuição financeira para contratação de dados móveis (internet 3G) para que os jovens do movimento possam participar das reuniões e até mesmo estudar.

Figura 62 – Balanço do mês de maio de 2020 da
Campanha de solidariedade do LPJ



Fonte: Página do LPJ no Instagram¹⁶⁴

Carlos, da comunicação do LPJ Pará, comenta das dificuldades de organizar o LPJ nesse período em um território onde o próprio acesso à energia, direito básico, é extremamente reduzido. Ele conta que as tentativas de reuniões virtuais foram muito esvaziadas e que a participação dos jovens do LPJ do estado nas atividades nacionais, como o Festival da Resistência, foi praticamente inviabilizada. Por conta dessa realidade, poucos acessam a internet e, os que acessam, utilizam redes que o movimento a nível nacional já não prioriza mais, como o Facebook. Na reunião de planejamento acima, não há menção a essa realidade e como dialogar com essas questões.

Aqui no Pará a gente tem uma curiosidade, muita da nossa juventude agora que está ocupando o Twitter e outras redes. Enquanto isso, em outras regiões do Brasil já anunciam a morte do Facebook.

Após a pandemia da COVID-19, o LPJ em São Paulo focou em três principais pautas em suas redes sociais: a preservação de vidas; as campanhas de solidariedade organizadas pelo movimento e a denúncia dos governos federal, estadual e municipal e a irresponsabilidade desses órgãos e políticos diante da pandemia. Para o tema da preservação de vidas, o movimento divulgou materiais informativos com relação às medidas sanitárias contra a COVID-19¹⁶⁵, como o isolamento social, com a *hashtag* #FiqueEmCasa, além da necessidade do uso de

¹⁶⁴ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CAvrkARibeV/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

¹⁶⁵ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CRHGZpFHKVj/>>.

máscaras e álcool em gel. Com o avanço da vacinação, passaram a divulgar e incentivar que a juventude se imunizasse. Paralelo a isso, a pauta política principal de suas redes tem sido não só a denúncia da agenda de Jair Bolsonaro (Sem partido, 2019-2022)¹⁶⁶, mas especialmente do governador de São Paulo, João Doria (PSDB, 2019-2022) e da prefeitura de São Paulo, que por mais que sejam oposição ao governo federal por motivos eleitorais (SANTOS; FOSSÁ, 2020, p. 12), também não garantiram o isolamento social com renda, que permita com que a população de fato possa ficar em casa. Além de serem entusiastas da volta às aulas presencial, o que afeta diretamente a juventude, sem garantir condições estruturais nem para o ensino remoto, nem para o presencial. Nesse período, o movimento buscou organizar manifestações de repercussão online¹⁶⁷, como pedir para que os militantes escrevessem a frase “Adia ENEM” e publicassem em suas redes, como forma de exigir que o ENEM fosse adiado, considerando que os mais prejudicados seriam os estudantes pobres que não estavam podendo estudar sem equipamentos técnicos e internet.

Muitos cursos online foram organizados também. Diante desses objetivos, o principal desafio segue sendo aprofundar o diálogo com a juventude. Considerando o contexto de desvinculação da esquerda em relação a classe trabalhadora, a comunicação tem um papel não apenas de viralizar, ou produzir o máximo possível de conteúdos, mas organizar e formar os comunicadores populares do movimento. Por isso, o movimento pautou bastante o centenário do patrono da educação brasileira, Paulo Freire, em outubro de 2021¹⁶⁸, em todas as suas mídias sociais, inclusive criando materiais específicos sobre educação popular. A autora levantou o Ciclo de formação da Frente Territorial¹⁶⁹, o Ciclo de Lutas Populares no Brasil¹⁷⁰, o Curso Nuestra America Revoluções¹⁷¹, o Curso Fascismo e Racismo¹⁷².

Além disso, houve a realização de mais um escracho: à Prevent Senior¹⁷³, empresa acusada de dar Cloroquina para pacientes com COVID-19, remédio sem comprovação de eficácia para a doença¹⁷⁴.

¹⁶⁶ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CRuV3gjxnmj/>>.

¹⁶⁷ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CAOfmb2qnDy/>>.

¹⁶⁸ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CUfM3b4MHWb/>>. Acesso em: 17 de out. de 2021.

¹⁶⁹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CUm91d1LMns/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

¹⁷⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CUp67q_L22d/>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

¹⁷¹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CBEp7a-iTGO/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

¹⁷² Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CA_PKVXCKFo/>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

¹⁷³ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CUfJm8VrIMM/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

¹⁷⁴ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CUcf1BPLiNQ/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

Figura 63 – Cobertura completa do escracho à Prevent Senior



Fonte: Página do LPJ no Instagram¹⁷⁵

5.2. Os acampamentos, encontros nacionais e Congressos da UNE

Os acampamentos, para o LPJ, sempre serviram não somente como espaço de encontro da juventude, cultivo dos valores e da mística, planejamento para o próximo período, mas também são ápices de processos anteriores de discussão e organização. O primeiro acampamento do LPJ divulgado pelo *blog* é de Santa Maria, em julho de 2008, e revela que nesse período a identidade do movimento era predominantemente “Levante da juventude”, o “popular” irá ter presença na identidade do movimento mais adiante na história. Ernesto¹⁷⁶ conta que, naquele momento, o papel que os comunicadores tinham nos primeiros acampamentos estaduais do LPJ no RS era a tarefa de distribuir jornais Brasil de Fato.

¹⁷⁵ Disponível em: < https://www.instagram.com/p/CUfz1_IrIvJ/>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

¹⁷⁶ Nome fictício. Entrevista realizada em 4 de abril de 2023 em São Paulo.

Figura 64 – 3º Acampamento do Levante da Juventude em Santa Maria, 2008



Fonte: Blog do LPJ RS¹⁷⁷

Em seguida, há a divulgação do 8º Acampamento Latino-americano de Jovens, sendo a primeira atividade internacional publicada. O álbum de fotos não está mais disponível, mas ressalta-se aqui a utilização do “@” no lugar do pronome “o” ou “a”, atualmente discutida enquanto uma “linguagem neutra”, independente de gêneros, que emerge principalmente das mídias sociais e atualmente presente em sistemas de ensino (COVAS; BERMANINI, 2021).

Um marco importante, que contribuiu com a nacionalização do LPJ, foram os Acampamentos Juventude Campo e Cidade, que também é divulgado no blog do movimento. A tipografia e as cores utilizadas a partir daqui também demarcam muito a identidade visual do LPJ. Em seguida, o encontro é cancelado e só é retomado em novembro de 2009, quando é relatado no blog.

¹⁷⁷ Disponível em: <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2008/07/iii-acampamento-do-levante-da-juventude.html>.

Figura 65 – Encontro da Juventude Campo e Cidade



Fonte: Blog do LPJ RS¹⁷⁸

No processo de organização e crescimento do LPJ, passaram a organizar encontros regionais para organizar os militantes e discutir os próximos passos do movimento no Rio Grande do Sul com relatos das atividades. Após o Acampamento da Juventude Campo e Cidade, o nome “Levante da Juventude” ficou menos evidente até o fim de abril de 2010, aparecendo tanto a identidade dos jovens que estiveram no acampamento, como especificamente o coletivo Universidade Popular e muitas atividades conjuntas à Via Campesina.

domingo, 31 de janeiro de 2010



Tarefas da Juventude Popular para o próximo período

O caminho da luta não é fácil. Até hoje o povo não conseguiu construir e colocar em prática o seu próprio projeto de nação. As elites sabem muito bem o que querem de nós, e fazem de tudo para seguirmos o caminho da conciliação, pois aí elas têm vantagens e conseguem desviar o povo do seu objetivo.

Alguns lutadores chegaram a acreditar nesse caminho. Mas, depois de tantos anos, a terra, a moradia, a informação, as riquezas e o poder, no Brasil, estão nas mãos de povo? Podemos esperar que os nossos representantes façam aquilo que é nosso dever fazer?

Para concretizar o nosso acampamento também tivemos que superar obstáculos. Tivemos que nos formar militantes, fazer trabalho de base, agit-prop, conhecer os problemas da juventude e constituir a unidade dos jovens lutadores do meio popular. Isso exigiu paciência e convicção.

¹⁷⁸ Disponível em: <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2009/06/via-campesina.html>.

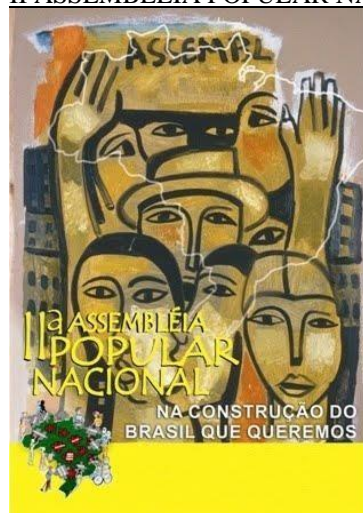
Em julho do ano passado, o Acampamento foi cancelado. As “autoridades” nos disseram que era perigoso juntar centenas de pessoas, pois a gripe suína podia se espalhar no meio de tanta gente. Na verdade, sabemos que o medo deles era outro. O que poderia se espalhar é a esperança e a rebeldia da juventude. Foi o que aconteceu no final de semana passado, na cidade de Santa Maria.

Após 4 anos de trabalho de base e 14 pré-encontros realizados em todas as regiões do estado, mais de 400 jovens dos movimentos sociais reunidos em Assembléia definiram seus principais desafios para 2010: 1) Fazer uma grande **luta** em todo o estado, ainda no primeiro semestre do ano, com as pautas da juventude. 2) Trabalhar com os **eixos** que mais mobilizam a juventude hoje: Educação, trabalho, cultura e contracultura, luta antimperialista e crise ambiental. 3) Fortalecer a **rebeldia da juventude**, centrado na luta de massas, na Agitação e Propaganda e na Contracultura. 4) **Multiplicar o trabalho com a juventude** em cada região do estado, priorizando as periferias urbanas e os movimentos sociais da Via Campesina. 5) **Formar os jovens militantes** para compreender a sua realidade local, a realidade brasileira, e construir o Projeto Popular nos seus espaços de atuação. 6) **Organizar e fortalecer a Assembléia Estadual da Juventude**. Para isso, os jovens reunidos no Acampamento definiram os seus coordenadores regionais que irão integrar a *Coordenação da Juventude do Projeto Popular*, integrando os lutadores dos movimentos sociais rurais e urbanos. Os coordenadores regionais são responsáveis por fortalecer a militância em cada região, desenvolver atividades de formação e agit-prop, desenvolver os eixos de mobilização e multiplicar os jovens lutadores dentro e fora dos movimentos. Nesse processo aprendemos muito. Aprendemos que só a luta popular e de massas pode transformar o Brasil. Aprendemos que a liberdade não pode ser concedida pelos outros, só pode ser conquistada por nós mesmos. Aprendemos que só um projeto popular pode vencer o projeto das elites. *Juventude que ousa lutar, constrói um Brasil Popular!*

Até aqui, o LPJ era um movimento local no Rio Grande do Sul, com articulação nacional, que culminou na participação do movimento na 2ª Assembleia Popular.

domingo, 30 de maio de 2010

II ASSEMBLÉIA POPULAR NACIONAL



Resistência e unidade. Com esses compromissos terminou a II plenária nacional da Assembleia Popular (AP). Os mais de 500 participantes revisitaram o documento “Brasil que queremos”, cuja construção foi iniciada ainda em 2005. O exercício do poder popular, tal como a crítica radical ao atual sistema capitalista foram os dois principais conceitos afirmados durante o encontro. O documento final será divulgado até agosto deste ano. De acordo com Irmã Delci Franzen, assessora das Pastorais Sociais da CNBB, projetos contra o imperialismo, o endividamento dos países mais pobres, além de campanhas contra os megaprojetos, como Belo Monte e o complexo

Madeira e em favor da redução da jornada de trabalho são passos que estão apontados para as lutas da AP para o próximo período.

A formação dos militantes e o trabalho de base também são prioritários. “Estamos construindo iniciativas que apontam para o novo, fundado em novos valores da justiça, da defesa do meio ambiente. Ao escrever o Brasil que se quer, está claro o Brasil que não se quer. A gente está na ofensiva”, disse.

Outro projeto que está na agenda da AP é a luta pelo limite da propriedade terra, como uma forma de diminuir com as grandes concentrações de terra nas mãos de poucos latifundiários no Brasil. Um plebiscito popular, aos moldes como foram o da ALCA e o da reestatização da Vale do Rio Doce, deverá ser promovido até o próximo ano.

Unidade das forças populares

O conjunto das organizações que compõem a AP manifestou o espaço como um lugar de construção de consensos. “Vamos potencializar as diferenças no debate e superá-las. Sinto uma nova semente de unidade na esquerda do Brasil”, afirmou irmã Delci. O processo da AP visa fortalecer a capacidade de ação política dos movimentos participantes a fim de convocar o conjunto da sociedade para mobilizar-se pela ampliação dos direitos do povo e por profundas transformações políticas e institucionais. Nessa caminhada, a AP propõe alternativas para o desenvolvimento com justiça social e o compromisso com a vida em todas as suas expressões, considerando por isso o cenário de crise ambiental que vive a humanidade e que demanda uma mudança radical no rumo dominante do processo econômico.

Em 2010, o LPJ organiza o Acampamento da Juventude Campo e Cidade, agora com o nome de Assembleia Popular da Juventude. Desta vez, foi possível a cobertura instantânea do que estava ocorrendo.

terça-feira, 13 de julho de 2010¹⁷⁹

Nossos sonhos não cabem nas urnas



Juventude Campo-Cidade caminha para a construção das Assembleias Populares

Não podemos deixar que a realidade criminalize as nossas diferenças. Mas também não temos receita de bolo. Somos livres para reinventar as lutas. Fazer, desfazer. Reconstruir, improvisar. No meio disso tudo, temos que organizar nossas forças. Organizar para lutar é o nosso objetivo. É por isso que a gurizada de sete momentos sociais articulou no Acampamento da Juventude do Campo e da Cidade, último final de semana, a construção de uma nova história: as primeiras Assembleias Populares do Rio Grande do Sul.

Viver onde a luta por direitos é feio e incomoda os outros quase não nos abre espaços para falar dos nossos problemas. Os mais de 400 jovens, do MST, MTD, MMC, MPA, Levante, PJR, que se reuniram em Santa Maria, pretendem então fortalecer debates em escolas, vilas, assentamentos e acampamentos para quem não costuma ser muito ouvido, e sim esquecido, pelos poderosos de plantão. Nossos sonhos não cabem nas urnas, nem em momentos que só acontecem a cada dois anos.

A juventude Campo-Cidade avaliou as vitórias já conquistadas por ela neste ano. A defesa do meio ambiente foi um dos avanços que uniu os jovens lutadores, por exemplo, aos moradores do morro Santa Teresa, para impedir a venda do lugar e a remoção do povo que vive ali há muito tempo. Logo que souberam do novo projeto,

¹⁷⁹ ⁸⁵ Disponível em: <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2010/07/nossos-sonhos-nao-cabem-nas-urnas.html>.

os jovens se juntaram a defensores do meio ambiente e a comunidades do morro. E todos aborreceram o suficiente para que o governo desistisse de vender o local. Mas a juventude quer mais. Ela tem a combustão necessária para aquecer um projeto popular que confronte a miséria do mundo. É também por isso que os jovens participaram de uma variedade de oficinas culturais no encontro. Campo e Cidade trocaram experiências por meio de rimas, poesia, muralismo, grafite, dança, malabares, bateria, pirotecnia e por aí vai. O que foi aprendido nas oficinas poderá ser multiplicado por cada participante. Assim, a juventude pode disputar com a cultura burguesa até mesmo a construção de uma cultura popular.

NOSSOS SONHOS NAO CABEM NAS URNAS

VIVA A ASSEMBLEIA POPULAR, ORGANIZAR PRA LUTAR



A bandeira do Brasil aparece com mais visibilidade, que até então esteve presente apenas na divulgação da campanha em defesa da educação de 2008, essa simbologia demarca a incorporação de um projeto de país, que ficou demarcada como a juventude do Projeto Popular. Isso é dito na publicação a seguir.

terça-feira, 13 de julho de 2010

O futuro pertence à juventude popular!



O projeto do capitalismo no Brasil é um projeto de morte. Morte dos sonhos, da dignidade, do futuro e da vida da juventude. Sozinhos não nos resta outro caminho senão a morte. Só um projeto de vida pode enfrentar o destino que a burguesia quer nos impor. Esse projeto de vida é de todo o povo brasileiro: um Projeto Popular para o Brasil.

Nos dias 9, 10 e 11 de julho de 2010 a juventude do Rio Grande do Sul ousou mais uma vez enfrentar os desafios colocados para a nossa geração. Num ano em que a burguesia só pensa na Copa e nas eleições, os mais de 400 jovens reunidos na **Assembléia Popular da Juventude**, em Santa Maria, mostraram que a unidade e a luta são a única forma de conquistar a liberdade.

O primeiro ato de rebeldia da juventude numa sociedade individualista é conviver em coletivo. Daí surge a experiência, a força para lutar e a dignidade. Jamais andaremos de cabeça baixa enquanto estivermos unidos.

Assim foi esse final de semana: 3 dias de convívio em espaços de organização, mística, formação, oficinas práticas, música, alegria e rebeldia. Jovens de diferentes movimentos sociais, grupos de Hip Hop, violeiros, grafiteiros de diversas cidades enxergaram-se como parte de um mesmo povo. Nesse grande encontro contamos ainda com a presença de companheiras que constroem a Assembléia Popular em Minas Gerais, conhecendo essa experiência de organização em outra região do Brasil. Nesse processo, aprendemos que a luta é como uma semente plantada na nossa alma

e na nossa história, que agora começa a brotar.

No Acampamento da Juventude Campo e Cidade, em janeiro, o nosso grande desafio era conseguirmos nos ver como jovens que defendem um mesmo projeto de futuro. O levante da juventude na defesa do meio ambiente e contra a venda do Morro Santa Teresa foi um dos frutos do Acampamento de janeiro. No primeiro semestre desse ano a juventude da Via Campesina também realizou mobilizações pelo interior do estado. Multiplicaram-se e cresceram as células de jovens em diversas cidades do estado para construir o **Projeto Popular**.

Agora constituímos a Assembleia Popular da Juventude do Rio Grande do Sul. Para isso fomos desafiados a superar identidades mais restritas e nos colocar à altura da nossa identificação com todo o povo, em todos os lugares onde está.

Daqui pra frente, o novo desafio será constituir as Assembleias Populares em todas as regiões e cidades: entre a vizinhança, no bairro, na escola, no assentamento, discutindo as pautas locais de luta e adquirindo nova energia; formar multiplicadores em cada lugar e constituir cursos para formar a nova geração de lutadores. Com certeza contaremos com muitas mãos para essa grande obra.

De passo em passo seguimos esse longo caminho. De cabeça erguida olhamos para o horizonte na certeza de que o futuro pertence à juventude popular!



A partir desse momento se unifica o que vinha sendo construído enquanto Levante da Juventude (jovens estudantes e periféricos), Juventude Campo e Cidade (juventude da Via Campesina), se afirmando enquanto “juventude do projeto popular”. Nesse momento, por exemplo há a primeira menção de “jovens do projeto popular” fora do Rio Grande do Sul, em Minas Gerais em 2010.

A divulgação dos 3 acampamentos são basicamente divididas em antes do acampamento, com materiais de mobilização convidando os jovens, durante o acampamento relatando como estão sendo as atividades e depois do acampamento com vídeos e álbum de fotos editados repercutindo o evento.

Um dos principais materiais de mobilização para o acampamento foi um vídeo apresentando o LPJ no Rio Grande do Sul¹⁸⁰. Até encontrar uma identidade visual final do evento, várias artes diferentes foram usadas. O lema desse acampamento era “Juventude que ousa lutar, constrói o poder popular”, e o logotipo do LPJ dentro da bandeira do Brasil aponta a tarefa de nacionalizar essa identidade e forma de lutar do movimento.

¹⁸⁰ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=tOqZu6TBaNQ>>..

Figura 66 – Identidade visual final 1º
Acampamento Nacional



Fonte: Blog do LPJ RS¹⁸¹

Uma técnica que se tornará comum, o coletivo de comunicação do LPJ produz um vídeo¹⁸² de 10 minutos sobre os motivos da realização do 1º Acampamento Nacional, com relatos de jovens sobre a realidade da juventude trabalhadora. Ernesto conta que a divisão de tarefas para o 1º Acampamento Nacional do LPJ consistiu em uma pessoa para fazer fotos e o restante do coletivo produziu relatos diários sobre o que acontecia no acampamento, por exemplo a mística de abertura, ou produzindo textos próprios para serem publicados no blog. O blog também utilizado mais uma vez para a organização em si do acampamento, como publicar o mapa do espaço para quem fosse participar do evento e sugerir lista de itens a serem levados ao acampamento. O Facebook ainda cumpria o objetivo de compartilhar o que era publicado no blog, conforme os exemplos abaixo. A maior parte das fotos de chegadas dos jovens do Brasil no 1º Acampamento Nacional não estão mais disponíveis, segundo Ernesto na época utilizavam o Picasa para publicar as imagens, que não existe mais. Porém, a celebração da mística segue registrada.

sábado, 4 de fevereiro de 2012¹⁸³

TERCEIRO E QUARTO DIAS DO ACAMPAMENTO NACIONAL

Os últimos dias têm sido longos para o povo acampado em Santa Cruz do Sul. Com a programação cheia de formações, debates e atividades culturais, desde quarta o pessoal dos 17 estados que está por aqui anda trabalhando e gerenciando em conjunto os espaços divididos entre os três lonões montados no acampamento.

Ontem, tão logo iniciou a alvorada, as brigadas de todos os estados se reuniram para avaliar as atividades do dia anterior e trabalhar nas equipes de limpeza, comunicação, infra-estrutura, secretaria e comunicação para tocar os tramos coletivos do dia.

¹⁸¹ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2012/02/i-acampamento-nacional-do-levante.html>>.

¹⁸² Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=tOqZu6TBaNQ>>.

¹⁸³ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2012/02/terceiro-e-quarto-dias-do-acampamento.html>>.



Na plenária, debatemos sobre a **organização, formação e lutas do Levante Popular da Juventude**. Contamos com a presença dos companheiros Isaiás, da direção nacional do MST, Frei Sérgio, do MPA, e da Helen, do Levante do Paraná, que facilitaram a conversa e dividiram com a juventude suas experiências e expectativas. Hoje pela manhã foi vez de conversarmos com as companheiras Lyra, do Levante de São Paulo, Eliane, do MTD, e os companheiros João Pedro Stédle, do MST, e Ricardo Gebrim. **E mesmo com sensação térmica de mais de 40 graus, a juventude não arredou o pé do debate sobre os nossos próximos passos.**



A contribuição dos participantes mais experientes tem sido fundamental para entendermos o gigante desafio de nacionalizar o Levante. Em todas as plenárias, as falas destacaram como a organização poderá ser peça fundamental na luta da classe trabalhadora brasileira, mas que isso apenas se concretizará a partir do **compromisso e ousadia de cada jovem dessa geração em construir o Projeto Popular para o Brasil**.

Juventude que ousa lutar constrói o Poder Popular!

É em outra mística durante o acampamento¹⁸⁴, enquanto Pedro Munhoz canta Canção da Terra, que marcará muitos militantes e outras místicas na construção do movimento a nível nacional, que dois comunicadores do LPJ aparecem em frente às câmeras.

Figura 67 – Primeiros comunicadores do LPJ registrados



Fonte: Blog do LPJ RS

¹⁸⁴ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=gEo5WzeTZ7o&t=7s>>. Acesso em: 18 de fev. de 2023.

Figura 68 – Primeiros comunicadores do LPJ registrados



Fonte: Blog do LPJ RS¹⁸⁵

Há um toque feito pela batucada do LPJ conhecido como “murga” por seus integrantes. Ele é seguido de um grito “ah, levante-se pela revolução!” enquanto pulam. O primeiro vídeo que a autora encontrou que registra esse momento é também em um momento de “animação” no 1º Acampamento Nacional, onde as músicas e paródias que são tocadas nas lutas, são ensaiadas e preparadas. O vídeo consegue capturar a energia nesse momento, ficando com a imagem tremida diversas vezes e entrando no meio dos jovens que pulavam e dançavam. No final, o comunicador se revela: é Alexandre Xandó, atualmente vereador de Vitória da Conquista, na Bahia.

Figura 69 – 1º murga registrada do LPJ



Fonte: Blog do LPJ RS¹⁸⁶

¹⁸⁵ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2012/02/cancao-da-terra-no-acampamento-nacional.html>>. Acesso em: 22 de abril de 2023.

¹⁸⁶ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2012/02/levante-se-por-revolucao.html>>. Acesso em: 22 de abril de 2023.

Figura 70 – Cobertura do 1º Acampamento Nacional do LPJ no Facebook



Fonte: Página do LPJ no Facebook¹⁸⁷

O 1º Acampamento Nacional ajuda, então, a desenvolver alguns meios de comunicação nacional do movimento, como mostra o release e a página do LPJ no Facebook mencionada pela primeira vez abaixo. Essa página foi criada por Ernesto, inicialmente era local do Rio Grande do Sul e a partir de 2012 passa a ser nacional, e servia majoritariamente para republicar postagens produzidas para o blog, como demonstra abaixo. Nessa publicação surge um tom institucional do movimento, que havia aparecido pouco até então.

quarta-feira, 1 de fevereiro de 2012¹⁸⁸

I Acampamento Nacional do Levante Popular da Juventude 1000 jovens de 15 estados brasileiros reunidos para discutir os desafios da juventude e como se organizar para superá-los. É o que acontece a partir de hoje em Santa Cruz do Sul, no I Acampamento Nacional do Levante Popular da Juventude.

Paralelo à II Feira e Festa da Agricultura e Agroindústria Camponesa, o encontro reúne jovens camponeses, estudantes e moradores das periferias urbanas para trocar experiências e construir um projeto alternativo de sociedade: o que é ser jovem? O que nos une? Quem somos? O que queremos ser? Com que mundo sonhamos? Como nos organizamos? São algumas perguntas que os cinco dias de acampamento buscarão responder através de oficinas, formações, trocas e, claro, muita animação. O encontro conta com a participação de movimentos sociais como MST, MPA, Frente Popular Dario Santillán (Argentina) e Movimento Nacional Campesino Indígena (Argentina). Será um momento de integração e animação daqueles que buscam construir uma sociedade mais justa. Serão dias de trabalho intenso, pois o acampamento será totalmente gerenciado pelos próprios participantes; serão dias de estudo e organização, pois sabemos a importância da formação enquanto lutadores do povo; serão dias de festa e diversão, pois se sabe que entre animação e luta não há contradição.

Manteremos esse blog atualizado com informações diárias sobre tudo o que está rolando no Acampamento. Acesse às informações também na [página](#) e no [perfil](#) do Levante no Facebook.

JUVENTUDE QUE OUSA LUTAR CONSTROI O PODER POPULAR!

A carta compromisso do movimento é publicada no dia 16 de fevereiro no blog com

¹⁸⁷ Disponível em: < <https://www.facebook.com/levantepopulardajuventude/posts/335843626456034>>.

¹⁸⁸ Disponível em: < <http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/2012/02/i-acampamento-nacional-do-levante.html>>.

uma única imagem: o logotipo do Levante Popular da Juventude, com fundo preto e desenho branco. A partir daí, o blog volta a ser um veículo estadual e o principal veículo nacional se torna o Facebook.

O 1º Acampamento Nacional do LPJ foi o ápice do processo de nacionalização do movimento, que inicia muito antes como demonstrado. Após o acampamento, começam a surgir mais publicações do LPJ de outras localidades, como o início da construção do LPJ de Sergipe em 2011. O movimento realizou diversos acampamentos estaduais, que passarão a acontecer recorrentemente. 1º Acampamento do Rio de Janeiro, de São Paulo, da Regional do Vale do São Francisco (MG, BA, SE, AL, PE e RN), acampamento estadual da Bahia. Há um esforço de produzir uma identidade nacional única, inserindo elementos novos, como pode-se observar no material gráfico onde há a utilização de cor pastel, por exemplo. Mesmo o acampamento estadual do LPJ RS, que ocorria anualmente há muito tempo, teve diferença em relação a identidade do LPJ, anteriormente se remetiam à juventude de forma geral (acampamento da juventude campo e cidade, plenária nacional da juventude, etc), de certa forma expressando as discussões do encontro mencionado acima e, agora, apresentam o LPJ mais claramente.

Figura 71 – Identidade visual do Acampamento Estadual do RS após a nacionalização



Fonte: Blog do LPJ RS

O 2º Acampamento Nacional do LPJ acontece no contexto pós-manifestações de junho de 2013, as quais as organizações populares buscavam dar respostas políticas para as insatisfações vocalizadas nas ruas. Naquele período, o LPJ avaliou que as manifestações

expressaram reivindicações legítimas, principalmente das juventudes dos setores médios dos grandes centros urbanos, pouco respondidas pelo programa neodesenvolvimentista, isto é, um desenvolvimento possível nos marcos do neoliberalismo, dos governos petistas. Porém, as organizações populares foram incapazes de canalizar essas insatisfações, especialmente por estarem restritas às lutas institucionais. Por isso, abriu-se espaço nas ruas para pautas conservadoras. Nesse sentido, o LPJ organizou, junto ao seu campo político, o Plebiscito Popular por uma Constituinte Exclusiva e Soberana do Sistema Político, para reformar o sistema político e avançar no protagonismo popular nos espaços de decisão da democracia brasileira. Além disso, internamente, o LPJ tinha perspectiva de avançar na consolidação organizativa do movimento, já que havia avançado em sua existência a nível nacional e na consolidação de sua identidade. Para isso, elaborou e apontou um modelo orgânico e, a partir daí, fortalece seus planejamentos em torno da formação política e comunicação. Por isso, o lema desse acampamento foi “Ousar lutar, organizando a juventude para o projeto popular”, indicando a necessidade de reforçar a organização, considerando que haviam superado o desafio da nacionalização

A divisão de tarefas da comunicação para o 2º Acampamento Nacional, em abril de 2014, a qual seria usada como referência para a organização da comunicação no 2º Acampamento Estadual do LPJ SP, demonstra quais tarefas o movimento de propunha a organizar naquele momento.

Comunicação:

- Registro audio-visual e fotográfico do encontro (viabilizar material)
- Roteiro desse registro, esboço da narrativa
- Rádio-web (poste) viabilizar material
- Programação da rádio
- Pensar a divulgação do Brasil de Fato na Feira
- Apresentar uma demanda de pessoas para trabalhar na comunicação
- Transmissão online (algumas mesas)
- Rádio para os momentos de intervalo da plenária.
- Diagramação de logo, adesivo, manual, cancionário.
- Assessoria de imprensa, envio de releases.
- Atualização momentânea do facebook, alimentação com fotos.
- Um texto por dia para o site nacional com resumo diário.
- YouTube: upload de vídeos durante o acampamento.

A mobilização anterior ao acampamento envolveu a utilização de uma série de recursos das redes digitais, como Evento no Facebook, memes, vídeos de convite, com produção de música especial para a mobilização, vídeos de convite explicando sobre o LPJ e o acampamento para perfis específicos de jovens como estudantes secundaristas, vídeos do LPJ das regiões com

militantes de diversos estados, como Caruaru/PE, São Paulo, Feira de Santana/BA com arte gráfica e vídeo¹⁸⁹, com convites de artistas¹⁹⁰, enquetes para saber o que jovens mais queriam debater na atividade, a cobertura¹⁹¹ do acampamento foi principalmente publicar as fotos em um álbum no Flickr. A identidade visual, nesse momento, se remete ao desafio dos jovens construírem a organização, com todas as ferramentas que possuem. Ao longo do acampamento foram publicando relatos dos dias, com frases ditas por palestrantes, da alimentação, dos momentos de manifestação e lazer.

Figura 72 – Meme de mobilização para o 2º Acampamento Nacional em 2014



Fonte: Página do LPJ no Facebook¹⁹²

¹⁸⁹ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=yyxIqAAbxoA>>.

¹⁹⁰ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=aH0pDRA6apc>>..

¹⁹¹ Disponível em: < <https://flic.kr/ps/2VCwJq>>

¹⁹² Disponível em:

<https://www.facebook.com/events/565865023504685/?post_id=614050548686132&view=perm_alink>

Figura 73 – A mobilização de cada setor da juventude para o 2º Acampamento Nacional em 2014



Fonte: Página do LPJ no Facebook

Figura 74 – A mobilização de cada setor da juventude para o 2º Acampamento Nacional em 2014

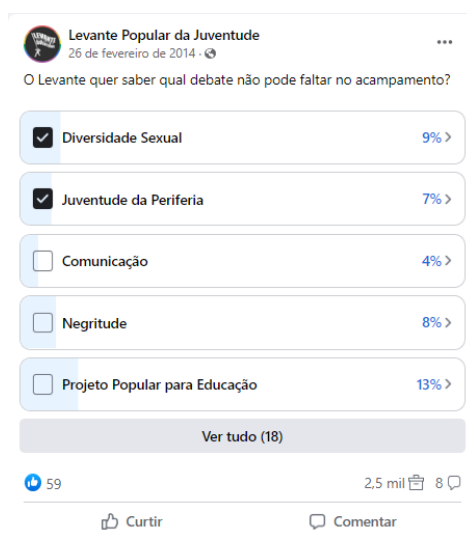


Fonte: Página do LPJ no Facebook¹⁹³

¹⁹³ Disponível em:

<https://www.facebook.com/events/565865023504685/?post_id=599852036772650&view=perm_alink>.

Figura 75 – Enquete do 2º
Acampamento Nacional



Fonte: Página do LPJ no Facebook¹⁹⁴

Figura 76 – Identidade visual 2º
Acampamento Nacional
LPJ, 2014



Fonte: Página do LPJ no Facebook¹⁹⁵

¹⁹⁴ Disponível em:

<https://www.facebook.com/events/565865023504685/?post_id=590814551009732&view=perm_alink>.

¹⁹⁵ Disponível em: <

https://www.facebook.com/events/565865023504685/?post_id=612157928875394&view=permalink>.

O ano de 2015 inicia com a participação do LPJ na Bienal da UNE no Rio de Janeiro, ocupando a sede do Ministério da Educação contra os cortes de verba da educação pública, parte do pacote de ajuste fiscal daquele período. Logo em seguida acontece outra atividade fundamental para a história do LPJ, em junho de 2015, acontece o 54º Congresso da UNE¹⁹⁶, em Goiânia, primeira vez que o LPJ participou das votações de teses e chapa no congresso com a tese “É pra mudar!”.

O 3º Acampamento Nacional do LPJ, que reuniu mais de cinco mil jovens em Minas Gerais, realizado em setembro de 2016, foi marcado pelo processo de avanço na elaboração da concepção de organização e desafios do movimento sintetizados no lema “A nossa rebeldia é o povo no poder”. Antes do acampamento, aconteceu o Seminário Nacional Carolina Maria de Jesus que contribuiu nesse debate. Na medida em que avança nas pautas que defende para a juventude da classe trabalhadora, chamado de “Programa Popular da Juventude”, apontava mensagens que se expressam através da comunicação do movimento. Os desafios de massificação, enraizamento e profissionalização (isto é, não artesanal) também incidiram diretamente nos planejamentos da comunicação do movimento, que passaram a se voltar para essas tarefas centrais, apontando também a necessidade de maior coesão política e ideológica de seus militantes. Na avaliação de Aurora, em 2016, o 3º Acampamento Nacional não avança nas discussões específicas sobre a comunicação do LPJ, apesar de terem oficinas práticas de técnicas de comunicação. A experiência em si de construir a comunicação para o evento, assim como os outros gerais, onde se reflete o que o movimento quer fazer, o que quer para esse espaço, o que quer divulgar, “foi marcante e transformador” e deu a linha para a comunicação do próximo período e nesse processo, construir a comunicação como meio e não como um fim. Muitos jovens se envolveram na construção da comunicação do 3º Acampamento Nacional. A partir daí Aurora assume oficialmente a tarefa nacional da comunicação do LPJ. “Foi a explosão da visibilidade do LPJ”. O acúmulo que ficou é que o coletivo em si poderia ser meio para transformar. Até a própria organização do espaço: haviam pessoas responsáveis por dar água para todo mundo, fazer massagem, a interlocução com as outras equipes. Abaixo o planejamento de fluxo de publicações nas redes durante o acampamento e, em seguida, as orientações e planejamento da equipe de comunicação que se chamou Carolina Maria de Jesus. Assim como a mobilização do 2º Acampamento Nacional, o movimento novamente convidou

^{196 102} Congresso da União Nacional dos Estudantes reúne delegados de todas as Universidades para discutir a conjuntura política, os desafios das Universidades e do movimento estudantil, além de eleger a direção da entidade para os próximos dois anos, quando um novo congresso é realizado.

artistas para convidar os jovens para a atividade, vídeos com jovens do LPJ nos estados. Vídeos gerais, artistas famosos, memes, vídeos estaduais, dos setores como de mulheres. A cobertura do acampamento foi de espaço em espaço, desde seu início¹⁹⁷, passando por álbuns no Flickr de cada dia, organizaram uma campanha perguntando para os jovens “o que é rebeldia?” e publicando diariamente, com muitos depoimentos de jovens do LPJ, remetendo as diversas “caras” da juventude, demonstrando a diversidade do movimento e dos próprios jovens. Divulgaram os palestrantes¹⁹⁸, a ciranda, a mística¹⁹⁹ e carta compromisso. No 3º Acampamento Nacional o movimento já tinha Twitter e usou também essa rede para divulgar em tempo real o que ocorria no evento²⁰⁰. Os parceiros do LPJ contribuíram na divulgação do evento, como a Midia Ninja²⁰¹ e o Brasil de Fato compartilhando o ato político com a presença de Lula²⁰² e o Brasil de Fato cobrindo ao vivo a manifestação que o movimento organizou²⁰³. Alguns anos depois, publicou-se a “murga” nesse acampamento, se tornando um dos vídeos mais vistos nas redes do LPJ.

Fluxos:

Cobertura da Plenária

1. Fotografia – 2 pessoas
2. Importante registrar: Animação, mística, ornamentação, público geral, público detalhe, mesa geral, mesa detalhe.
3. Aspas – 1 pessoa
4. Pegar 2 ou 3 citações de cada pessoa da mesa (pra ter opções para escolher)
5. Vídeo – 2 pessoas.
6. Importante registrar: Animação, mística, ornamentação, público geral, público detalhe, mesa geral, mesa detalhe.

Funcionamento do estúdio

1. Quantidade de pessoas – pelo menos duas (uma pra operar a câmera/microfone, outra pra buscar o entrevistado e fazer as perguntas)
2. Estrutura do estúdio: câmera com tripé e microfone, fundo com identidade do Levante, umas duas cadeiras pelo menos pro entrevistado e equipe, e se possível, uma luz artificial pra melhorar a iluminação. Importante que o espaço seja fechado pra não pegar o barulho da plenária.
3. Local: É interessante que o estúdio fique próximo à plenária, pois assim que o entrevistado sair do espaço, poderemos encaminhá-lo rapidamente para o local de gravação. Mas, o espaço também não pode ser muito perto, por conta do barulho. É preciso balizar esses fatores.
4. Entrevistas: Importante conversar com os responsáveis pela Assessoria ou Operativa Nacional para saber a disponibilidade dos entrevistados. Alguns podem ficar por mais tempo, outros têm voo logo em seguida, por isso é preciso definir previamente um cronograma de entrevistas, não só para garantir a gravação com todos, mas para não gerar um “engarrafamento” de entrevistados. Não vamos deixar os entrevistados em fila de espera, por favor!! Teremos que

¹⁹⁷ Disponível em: < https://www.instagram.com/p/BJ_gVZwARej/>.

¹⁹⁸ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/BKGGr1IAVdf/>>.

¹⁹⁹ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/BKE7Tk6APEb/>>.

²⁰⁰ Disponível em: < <https://twitter.com/levantepopular/status/773554712570363904>>.

²⁰¹ Disponível em: < https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=715765998581548>. ¹

²⁰² Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=9rgvv5PFvao>>.

²⁰³ Disponível em: < https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=1175974449117184>.

ter atenção com a dinâmica dos espaços - às vezes as entrevistas deverão acontecer antes da participação do entrevistado, outras vezes, depois. Ex.: quando tivermos 3 pessoas numa mesma mesa - Breno e Lorena ficam com a tarefa de fazer essa ponte entre convidados e estúdio. 5. Se percebermos que não será possível levar o entrevistado ao estúdio, gravamos com ele onde ele está. O importante é não perder a gravação!!

5. Se as entrevistas do estúdio saírem ao longo do Acampa, é importante que o material seja levado para a secretaria assim que acabar a gravação.
6. Debates: Assim como as entrevistas, importante fazer uma consulta sobre a disponibilidade dos debatedores para conseguir montar um cronograma. É bom mesclar nos debates militantes do Levante, de organizações parceiras e convidados de fora (artistas, intelectuais...)
7. O ideal é que os vídeos dos debates sejam de mais ou menos 20min, pra não ficar cansativo nem muito pesado pra subir no Youtube.

Fluxo de postagens

1. As postagens que têm que sair “ao vivo” são as das aspas. Quando a pessoa das aspas já tiver umas duas citações boas, já repassa pra um dos fotógrafos, que vai pra secretaria descarregar o material inicial.
2. Chegando na Secretaria, o fotógrafo passa o cartão pra edição, que escolhe as fotos que vão ser postadas no momento e as edita. Em seguida, todo o material descarregado e produzido passa para o Arquivo armazenar e o material editado com a citação é passado pra Redes
3. Depois de descarregado o cartão, fotógrafo volta pra Plenária. Quando já tiver citação da 2ª pessoa da mesa, outro fotógrafo vai pra Secretaria e faz o mesmo processo.
4. Com esse processo, as outras fotos do espaço já vão sendo descarregadas aos poucos, facilitando o trabalho dos editores, que vão editando aos poucos também. Importante que os editores de foto já vão escolhendo as fotos que serão postadas.
5. Depois de editar as fotos que serão postadas imediatamente, a galera da edição continua editando o resto do material que vão sair no meio/fim do dia.
6. Resumo: Aspas -> Fotógrafo -> Edição -> Arquivo + Redes -> Mundo!

Cobertura dos espaços da tarde

1. Durante a tarde teremos espaços variados, como oficinas, Papo Reto e espaços auto-organizados. Importante cobrirmos a diversidade desses espaços, captando tanto os facilitadores eicineiros quanto o público presente em cada um deles.
2. As oficinas e os Papo Reto serão organizados de forma simultânea. É importante demandarmos toda a equipe de foto e vídeo disponível para cobrir esses espaços, já que serão muitos!
3. É um momento propício também para gravar vídeos com as pessoas da Coordenação Nacional, pois o espaço da manhã é mais político, necessitando a presença deles. Como a quantidade de tarefas é muito grande, principalmente pra quem está na Operativa do Acampamento, é bom dialogar antes com eles para marcar um horário para as gravações.

Cobertura geral dos espaços

1. Para além dos espaços que estão na programação, é importante registrar os momentos livres do Acampamento, como as refeições, alvorada, tempo pessoal, momentos de descontração entre os jovens.
2. É bom focar nas fotos espontâneas, que têm a cara do movimento e traduzem o espírito do espaço. Ao mesmo tempo, vamos manter tipos de foto que já fazemos em outros espaços, como o “Caras do Levante.”
3. Importante também traduzir nas fotografias a diversidade da nossa militância, tanto a nível de gênero, raça, estilo, orientação sexual, como também as diversas origens que viemos.
4. Fotografar também as delegações reunidas, tanto na sua chegada quanto nas reuniões dos estados.

Cobertura do ato

1. O ato é o momento final do Acampamento e o mais importante para o Levante se colocar para fora. Por isso, a cobertura desse momento precisa ser ampla e bem organizada. Importante ter na rua todos aqueles que puderem contribuir com

a comunicação.

2. Foto: registrar batucada, intervenções, dimensão do público (buscar ângulos que deem a ideia de muita gente), bandeiras e faixas. Tomar cuidado para não expor os rostos da nossa militância por questões de segurança, principalmente em intervenções (pixo, por exemplo).
3. Vídeo: tomar os mesmos cuidados da foto com a questão de segurança, sem deixar de registrar os momentos-chave. É importante que a equipe responsável tenha mais ou menos um divisão do seu trabalho: um pega mais tomadas gerais, outro filma detalhes, outro pega depoimentos das pessoas da CN durante o ato, por exemplo. Isso evita a repetição das cenas e dá maior dinâmica ao trabalho.
4. Cobertura ao vivo: se possível, exibir ao vivo algumas cenas do ato, ou pelo menos anunciar nas redes que ele está acontecendo. Pelo Facebook, a transmissão ao vivo se tornou bem simples, só precisamos de um celular com boa câmera e internet. A cobertura ao vivo também exige as mesmas preocupações com a segurança.
5. Compartilhamento: além das câmeras profissionais, é bom que a equipe tire fotos e grave vídeos no celular, porque eles podem ser rapidamente compartilhados. É importante termos um grupo da comunicação na base, isto é, uma galera que vai ficar na secretaria durante o ato. A base é responsável por receber os materiais que estão sendo produzidos e divulgá-los em tempo real. Dependendo da quantidade de pessoas da cobertura, essa tarefa pode ficar com a equipe de Redes.
6. Importante que a galera que esteja com câmeras leve baterias e cartões de memória extra!
7. Se houver confronto durante o ato, CALMA! Vamos garantir a segurança da nossa equipe e só depois pensarmos no que podemos registrar desse momento. Não temos muita experiência em cobrir esses momentos mais tensos, ao contrário de outros grupos, como o Mídia Ninja, que atua bastante nisso. Vamos seguir a orientação da coordenação do acampamento, e, se possível, contribuir na cobertura junto com os parceiros de mídia que já sabem trabalhar nesse tipo de situação.
8. Como o ato é o último momento do Acampamento, importante não esquecermos de passar os materiais produzidos para a equipe de arquivo armazenar antes de voltarmos pra casa. Dependendo das delegações, nossa equipe vai ficar mais restrita ao fim do espaço.

Fluxo das fotos

1. Importante ter fotos dos espaços em todos os turnos para atualizar a página. As fotos do Flickr, que exigem uma edição maior, podem ser atualizadas uma vez por dia. Por exemplo, durante a manhã, atualizamos o Flickr com as fotos do dia anterior.
2. Caminho: Fotógrafo -> Edição -> Arquivo + Redes -> Mundo!

Fluxo dos vídeos

1. A quantidade e tamanho dos vídeos que iremos subir vai depender da qualidade da internet que teremos lá. Então, esse fluxo será ajustado durante o acampamento.
2. É importante termos dois tipos de vídeo: os agitativos, que mostram o espírito do Acampa, e os políticos, que trazem o conteúdo do que debatemos. Os agitativos podem ser os momentos de música, batucada, cultural etc. Os políticos podem ser vídeo com o “resumo” do dia do Acampamento, uma fala breve de alguém da mesa durante as plenárias ou uma entrevista com algum convidado.
3. O ideal é que os vídeos sejam breves (máx. de 1min), porque agiliza o upload e é atrativo para quem assiste (vídeos longos perdem público depois de algum tempo). Importante que quem estiver gravando busque fazer um material que não precise de edição, para também agilizar sua divulgação.
4. Em mídia, podemos ter dois vídeos curtos por dia (um mais agitativo e outro mais político), fora os vídeos do estúdio.

Cobertura ao vivo

1. Alguns espaços terão transmissão ao vivo. Até então, os espaços que a Operativa demanda são as plenárias de terça e quarta-feira.
2. Verificar quantas pessoas são necessárias para fazer a transmissão e quais

equipamentos necessários.

Presets

1. Fotos: Criar presets como referências de edição pensando de acordo com os ambientes principais (de mais fluxo) do 3º Acampa.
2. Locais: plenária, espaço pra refeições, culturais (noite), shows pensando nas diversas iluminações, (pensar nas várias possibilidades)...
3. ORIENTAÇÕES: Manter cores vivas, cor mais quente, por contraste, passar alegria através da edição! [Links retirados pela autora]
4. Vídeos: Criar proposta com alguém que entenda.

PROGRAMAÇÃO DO ACAMPA

[Programação censurada pela autora]

EQUIPE DE COMUNICAÇÃO ORIENTAÇÕES

3º Acampamento Nacional do Levante

Coordenação da equipe: [nomes retirado pela autora]

O nome de nossa equipe será **Carolina Maria de Jesus** em homenagem a mulher que em papéis que catava pelas ruas escrevia crônicas e relatos de sua realidade. Catadora de papel, negra e pobre, Carolina nos encoraja a retratarmos a realidade que nos rodeia com todas suas contradições e diversidades. A registrar com ferramentas populares a vida e luta do povo. Carolina nos motiva, Carolina nos provoca a permanecermos unidos, alegres e profundamente companheiros na construção de uma comunicação que faça o contraponto a todo lixo espalhado pelas grandes empresas midiáticas.

1. Estrutura

- Teremos três salas:
- (a) Salão: Espaço grande, com banheiros (sem chuveiro), que será dividido entre alojamento da equipe e espaço de trabalho das subequipes .Será também o espaço que acontecerá a coletiva de imprensa no dia 06/09 às 17h30, por isso deve ser esvaziado.
- (b) Estúdio: será o espaço preparado para gravar entrevistas com personalidades, ou fazer debates.Localizado na sala ao lado do salão (capela).
- (c) Camarote: espaço que fica voltado para o palco central. Destinado prioritariamente para equipe de cobertura e redes.
- Temos internet exclusiva no salão e no camarote, com roteadores diferentes.
- Quem preferir, a equipe de comunicação poderá ficar alojada no salão, mas ainda assim tragam o kit militante completo.

2. Sub Equipes - Referências

- Assessoria de imprensa: [nome retirado pela autora]
- Redes: [nome retirado pela autora]
- Design: [nome retirado pela autora]
- Arquivo: [nome retirado pela autora]
- Cobertura: [nome retirado pela autora]
- Documentário: [nome retirado pela autora]

3. Orientações gerais

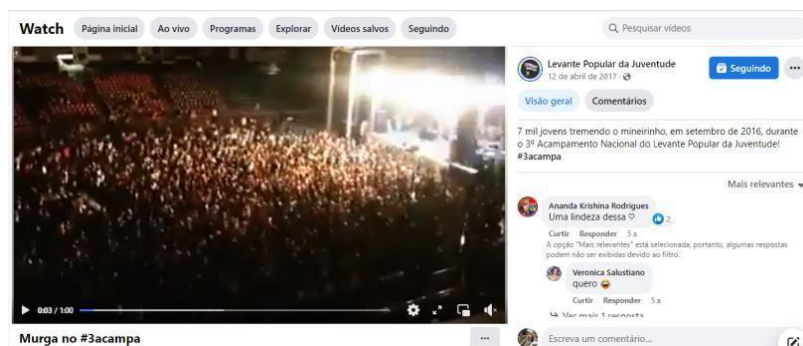
- Todas as questões ou demandas políticas que surgirem devem ser comunicadas à [nome retirado pela autora]
- Os coordenadores de equipe são responsáveis pelo funcionamento dos eixos apresentados a cima e devem manter as coordenadoras informadas sobre o processo de todas as demandas. Assim como cuidar para que a equipe esteja bem e confortável e participe, dentro do possível, dos espaços formativos do acampamento.
- A centralidade é fundamental para garantir uma fluência nas tarefas e encaminhamentos, por isso, respeite aquilo que foi apontado pelo coordenador.
- Problemas vão surgir, é fato, nesses casos, comunique o coordenador da sua equipe
- O atendimento da imprensa é responsabilidade da equipe de assessoria, por isso, encaminhe qualquer demanda relacionada à coordenação da equipe.

Figura 77 – Cobertura do 3º Acampamento Nacional no Twitter



Fonte: Página do LPJ no Twitter²⁰⁴

Figura 78 – “Murga” no 3º Acampamento Nacional no Twitter



Fonte: Página do LPJ no Facebook²⁰⁵

Em junho de 2017 acontece o 55º Congresso Nacional da União Nacional dos Estudantes (ConUNE), em Minas Gerais. Aurora²⁰⁶ afirma que, de forma geral, nesses espaços nacionais era comum ter um grupo fixo de comunicadores, com o acréscimo de pessoas novas, que vão para o evento e se somam na comunicação. Nesse ConUNE o LPJ defendeu a tese “Ocupa a UNE” e aderiu ao campo majoritário, frente à necessidade de ampliar a unidade das forças de esquerda diante do golpe sofrido, que apesar disso, acarretou em um desafio para a comunicação defender essa posição com a própria militância e com as forças de esquerda. Ela conta que o LPJ foi muito “xingado” nas redes. Nesse congresso gravaram um vídeo da militante que, naquele ano, assumiu a vice-presidência da UNE falando sobre os motivos

²⁰⁴ Disponível em: < <https://twitter.com/levantepopular/status/773322292013203456>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

²⁰⁵ Disponível em: < <https://www.facebook.com/watch/?v=1476734815725401>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

²⁰⁶ Nome fictício. Entrevista realizada em 15 de fevereiro de 2023 via plataforma de videochamada Jitsi.

daquela posição do movimento, o que foi muito importante por fazer circular a linha e manter a militância firme. Aurora conta que essa imagem foi perdida inicialmente, deixando todos nervosos, e conseguiram, por fim, a imagem de outra forma. Um caso evidente da comunicação contribuiu para o diálogo com a própria militância.

Foi necessário um planejamento do coletivo de comunicação, dividido em equipes de cobertura, edição, design, redes sociais, clipping e arquivo, através do Flickr²⁰⁷, site de publicação de fotos em alta qualidade. Em termos de conteúdo, o planejamento era abordar principalmente cortes na educação, a perda de direitos, a privatização do ensino, crise econômica, golpe político, relacionando esses elementos com o acesso à educação pública de qualidade, demonstrando o papel do movimento estudantil, da UNE, que deveria ser mais popular, enegrecida e feminista, e o papel do LPJ, abordando a história e a função da cultura como forma de mobilização de lutas, em defesa da realização do Conselho Nacional de Entidades de Base – CONEB, em defesa da construção da UNE Volante, pelo fortalecimento do orçamento democrático e participativo, por uma Universidade a serviço do povo, pela Reforma Universitária Popular, que a UNE seja uma entidade plural e democrática, pela derrota de Michel Temer e organizar as eleições diretas. Para as redes sociais, planejaram mais uma vez a frequência, o conteúdo – dividido em eixos temáticos - e a distribuição de cada publicação, os responsáveis pela cobertura deveriam garantir o fluxo do registro em foto, vídeo e transmissões ao vivo com intencionalidade, identificando as pautas a serem priorizadas e, depois editar o material para ser enviado à equipe de arquivo, que organiza as pastas e o clipping do LPJ no evento, identificando a fotos para publicação no Flickr. Os responsáveis pelo design deveriam se organizar para produzir as demandas pré, durante e pós encontro, armazenar os materiais, prezando pela identidade visual do movimento; os responsáveis pelos vídeos produziram vídeos explicativos e mobilizadores antes do encontro, ter roteiro do vídeo de repercussão pronto para capturar os vídeos durante e depois, a edição do vídeo final. Aurora afirma que depois do ConUNE os indivíduos passaram a aparecer mais nos conteúdos, mas o LPJ não é uma organização que tem chefe.

ORIENTAÇÃO PARA O CONUNE

Bonde da Comunica

Galeraaaa, o Conune tá batendo na porta e pra muitos já começou faz tempo. A comunica mais linda desse braseeeel vai se encontrar em BH pra tremer a UFMG e o Mineirinho mais uma vez!!! Aqui vão algumas informações e orientações importantes pra gente se ligar em como vão ser as coisas no BONDE DA COMUNICA do Levante.

Quais devem ser nossos objetivos lá?

²⁰⁷ Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/levantepopulardajuventude>. Acesso em: 10 de fev. de 2023.

1. Sabemos que o clima durante o Congresso não é nada fácil. As forças estão todas em clima de pé de guerra então nosso primeiro objetivo é não reforçar isso! A UNE vai muito além dos processos eleitorais do Congresso. Nós apostamos nela porque é um espaço fundamental para impulsionar a politização do ensino superior, para avançar rumo a uma Reforma Universitária Popular. É isso que temos que mostrar pra sociedade. Lembrem-se não devemos comunicar só pra gente, mas pra toda a sociedade.
2. Reforçar e dar visibilidade para a nossa linha política. Teremos vaaaaários espaços onde nossos militantes terão falas ou então convidados do nosso campo. Temos que divulgar esses espaços e registrá-los. Se deixarmos por conta da comunicação da UNE isso não vai se garantir.
3. Motivar e animar a nossa militância. Talvez o CONUNE seja o espaço, depois dos Acampamentos Nacionais o que mais reúne os militantes do Levante. A expectativa é que 1200 levantinos estejam lá. A gente sabe que quando nossa galera se junta só sai coisa linda! Temos que através da comunicação, motivar todo mundo, animar a galera e gerar aquele clima de empolgação. Todo mundo gosta de se ver nas fotos, de ter aquele remexido registrado pelas câmeras da comunica. Quem não gosta atira a primeira pedra? Registrar nossa galera e sua diversidade é nosso dever!
4. Quais são os valores do Levante? Organização, companheirismo, solidariedade, espírito de sacrifício militante, disciplina, cuidado...e por aí vai. O bonde da comunica é lindo demais porque carrega e expressa todos esses valores do jeito mais bonito. Foi assim em Maricá, no Seminário Carolina Maria de Jesus, no Acampa, no Curso de Comunica e será assim também no CONUNE. Por isso, esse é o nosso objetivo número 0. Cultivar todos esses valores lá.

Como vão funcionar as coisas pra comunica?

1. Estamos prevendo que a equipe de comunica do Levante terá aproximadamente 17 pessoas fixas, além daquelas que quiserem participar da cobertura colaborativa lá na hora.
2. Um grupo de 4 pessoas da comunica chegará em BH no domingo, dia 11, para garantir a organização da estrutura e também de outras questões mais operativas. Provável que esse grupo acabe se configurando enquanto coordenação da comunica lá, justamente por chegarem mais cedo e terem noção do todo e da relação com as outras frentes de trabalho.
3. Nos dividiremos em várias tarefas, como fotos, vídeos, edição, redes, aspas, transmissão, arquivo e outras que sentirmos necessidade. Ajustaremos as tarefas conforme o perfil dos comunicadores e também a necessidade. Por isso, estejam prontos pra qualquer tarefa! Se desafiar numa nova tarefa é sempre bom!
4. Levem seus equipamentos! Para conseguirmos trabalhar precisamos contar com os equipamentos pessoais dos militantes, por isso levem o que puderem: Notebook, câmera, celular, carregador portátil, adaptador, gravador, microfone, roteador, aquele celular que ta pagado, mas que da pra usar de roteador, etc... E se você não tiver nenhum desses equipamentos não tem problema, todo mundo aqui é parça, a gente faz um bem bolado.
5. Na UFMG a comunica do Levante terá uma estrutura própria, sala com internet e mesas. No Mineirinho (local onde acontecerá o Congresso nos últimos dois dias) utilizaremos a estrutura de comunicação da UNE, mas ainda assim termos a nossa internet caso seja necessário usar, se a da UNE não der conta. **Equipe:** [nomes retirado pela autora]

Outros detalhes e orientações vamos informando ao longo dos dias. Nos vemos logo logo!

O coletivo nacional de comunicação, posteriormente, avaliou em reunião de 17 de julho que a cobertura foi boa, mas que em alguns momentos pareceu que o LPJ estava se justificando demais sobre sua e, portanto, deveriam aprender a lidar melhor com momentos de crises e que deveriam avançar em como incorporar comunicadores que assumem essa tarefa apenas durante

o evento na reflexão sobre a comunicação, não apenas na execução, considerando que a comunicação é um processo que acontece antes, durante e depois do evento.

Em meados de 2019, aconteceu o 57º Congresso da UNE em Brasília. Uma das principais propostas do LPJ era que o movimento estudantil, na tese “Em cada Universidade o nosso canto de resistência”, se voltasse para o trabalho com os jovens da periferia, com a política “dos estudantes aos bairros”²⁰⁸; a unidade das forças populares através da Frente Brasil Popular e Frente Povo sem Medo²⁰⁹; em defesa da educação²¹⁰, utilizaram lápis gigantes como “armas”, para representar essa demanda²¹¹ e reelegeu uma vice presidente do LPJ²¹².

Figura 79 – Agitação e propaganda do LPJ no ConUNE, 2019



Fonte: Página do LPJ no Instagram²¹³

Com a ausência do 4º Acampamento Nacional, previsto para 2020 e cancelado por conta da pandemia da COVID-19, o movimento se viu obrigado a reforçar sua presença nas mídias sociais, então, organizou o Festival da Resistência, exclusivamente com transmissões ao vivo no Youtube, com o objetivo de manter a militância organizada no LPJ e fazer algumas discussões possíveis. A identidade visual é a ilustração de um jovem negro ou negra, com o lápis gigante na mão e os punhos erguidos em sinal de resistência. Para mobilizar o festival, organizaram métodos parecidos com dos acampamentos, com vídeos gerais de convite, memes, a novidade com o maior uso dos recursos do Instagram, como criar filtros²¹⁴ e as marcações nos

²⁰⁸ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/BzY47vMgkqO/>>. Acesso em: 8 de março de 2023.

²⁰⁹ Disponível em: < https://www.instagram.com/p/Bz1hp3Og_po/>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

²¹⁰ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/Bz02hIVgKAe/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

²¹¹ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/Bz25fV2gCMJ/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

²¹² Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/Bz679pGAZB0/>>. Acesso em: 8 de março de 2023.

²¹³ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/Bz01OM1AD5f/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

²¹⁴ Disponível em: < <https://www.instagram.com/stories/highlights/18033934189267653/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

stories²¹⁵, pode-se observar o alto volume de publicações sobre a atividade. Ao final, organizaram uma playlist com todos os vídeos e debates do festival²¹⁶, e o fato de ser virtual possibilitou o momento fazer um censo dos participantes²¹⁷, sendo, do total de 8 mil inscritos, sendo 86% com 15 a 29 anos, 54% negros, 65% de mulheres, 53% LGBTQs, 61% no Ensino Superior, 41% que trabalham, houveram mais de 35 mil visualizações nos vídeos.

Figura 80 – Identidade visual do Festival da Resistência



Fonte: Página do LPJ no Facebook²¹⁸

O LPJ organiza em agosto de 2020, um Ciclo de Formação sobre Comunicação, e produzem uma *thread* no Twitter explicando os motivos de organizar o curso.

Por que participar de um Ciclo de Formação sobre Comunicação com o Levante Popular da Juventude?!

Segue o fio!

O Levante tem se dedicado cada vez mais ao esforço de debater e fortalecer ações de comunicação nas redes e nas ruas. Com a pandemia e o distanciamento social, a construção da Batalha das Ideias se intensifica. E mais: ela se reinventa!

“As Redes não nos cabem”?! Mesmo com a intensificação das reuniões online e do crescimento do uso das redes sociais, sabemos que a comunicação não se encerra nelas. Então, como podemos olhar para estas ferramentas que temos nas mãos e pensar suas potencialidades políticas?

É nesse sentido que construímos, junto de nossos parceiros, este Ciclo de Formação, para que coletivamente possamos olhar com carinho e atenção para as ferramentas que já utilizamos, e pensar como podemos avançar no uso daquelas que ainda estamos descobrindo.

Mas eu não sou do Levante, posso participar?!”

Claro! Esse processo de formação é aberto a todos que se identificam com o tema, até mesmo para quem ainda não se aventura pelos caminhos da comunicação.

Fonte: Twitter do LPJ²¹⁹

²¹⁵ Disponível em: <<https://www.instagram.com/stories/highlights/18033934189267653/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

²¹⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QI9LNKTEono&list=PL-KWsvxrLiYUj7AuJCYOFrB395SL2TTqw>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

²¹⁷ Disponível em: <

<https://www.facebook.com/levantepopulardajuventude/posts/pfbid06j8TZ7iygV2oEE8giAM8KHHT9fcFMV4UZJSnTU3tYDKFqpBGfa5EQXydqJC78Wikl>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

²¹⁸ Disponível em: <

https://www.facebook.com/levantepopulardajuventude/photos/a.321629677902593/330587363_6144834/>.

²¹⁹ Disponível em: <<https://twitter.com/levantepopular/status/1298051434957680640>>.

Figura 81 – Divulgação do Ciclo de Formação
 “As redes não nos cabem” em 2021



Fonte: Página do LPJ no Twitter²²⁰

Em 2022, o LPJ completou 10 anos de nacionalização. Organizou campanha nas redes para que seus militantes²²¹ contassem como entraram para o LPJ²²². Em seguida, organizaram o 1º Encontro Nacional de Militantes, no Rio de Janeiro, como se fosse um acampamento, mas mais reduzido, com a presença de quem já é do movimento. Naquele momento, o LPJ estava se preparando para as eleições de 2022, que avaliavam muito importante. Foi nesse período que a página do LPJ do Instagram alcançou 70 mil curtidas. A mobilização do Encontro foi feita principalmente através de suas redes, com inscrição na plataforma Sympla²²³ e a cobertura do evento contou com clipe de paródia do movimento²²⁴, trechos de discursos políticos durante o encontro²²⁵ ou de parceiros presentes no encontro, como Dilma Rousseff²²⁶, da ciranda – que reúne as crianças presentes no encontro, da manifestação contra o racismo organizada pelo movimento²²⁷, e a repercussão seguiu após o encontro²²⁸, incluindo a publicação da Carta Compromisso do LPJ²²⁹.

²²⁰ Disponível em: < <https://twitter.com/levantepopular/status/1298051434957680640>>.

²²¹ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CaVFqOCJIOM/>>.

²²² Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CaaeokiAu8q/>>.

²²³ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CewQRytD3pE/>>.

²²⁴ Disponível em: < https://www.instagram.com/p/CfFlqe_FQg9/>.

²²⁵ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CfFaTVFAu-w/>>.

²²⁶ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/Ce7hnBCMwl-/>>.

²²⁷ Disponível em: < https://www.instagram.com/p/Ce_7s3xJDtF/>.

²²⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CfJo-Pdub3c/>.

²²⁹ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CfHf9VagSQX/>>.

Figura 82 – 10 anos do LPJ



Fonte: Página do LPJ no Instagram²³⁰

Figura 83 – Identidade visual 1º Encontro Nacional de Militantes do LPJ



Fonte: Página do LPJ no Facebook²³¹

²³⁰ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CZr6NBMJipl/>>.

²³¹ Disponível em: <

<https://www.facebook.com/levantepopularjuventude/posts/pfbid023tz7jHTYuni1oAQXodoHjvLtjn1whA6ea2ACrFjTbtC7WdMMQ54YMZbVqHfpmQvxl/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

Figura 84 – Cobertura manifestação contra o racismo no 1º Encontro Nacional de Militantes do LPJ em 2022, RJ



Fonte: Página do LPJ no Facebook²³²

Figura 85 – Comunicadores no 1º Encontro Nacional de Militantes do LPJ em 2022, RJ



Fonte: Página do LPJ no Instagram²³³

5.3. Sistematização do papel, formas, meios e técnicas de comunicação do LPJ

É possível observar que, ao longo do desenvolvimento da comunicação do LPJ, ela teve dois sentidos possíveis: divulgar, registrar e repercutir ações ou ser uma ação em si, por exemplo as transmissões ao vivo durante a pandemia, na campanha “Em casa em movimento”. Existiram alguns momentos em que uma foi mais preponderante que a outra, apesar de

²³² Disponível em: < <https://www.facebook.com/watch/?v=442888790583388>>. Acesso em 8 de abril de 2023.

²³³ Disponível em: < https://www.instagram.com/p/CfEyl_ZLyuj/>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

conviverem desde o início do movimento.

Quadro 4 – Papel da comunicação na ação política

Ano	Papel da comunicação na ação política	
	Comunicação para a ação	Ação para a comunicação
2008	X	
2009	X	
2010	X	
2011		
2012		X
2013	X	
2014	X	
2015		X
2016		X
2017		X
2018	X	X
2019	X	X
2020		X
2021		X
2022		X

O LPJ se apropriou ao longo dos 14 anos analisados de uma série de formas e meios de comunicação, sejam online ou offline, de acordo com cada território e público que queriam alcançar. Nesse tempo, mídias sociais deixaram de ser utilizadas e outras passaram a ter mais importância, além das ferramentas que possibilitam a comunicação interna do movimento ou entre os jovens de forma geral, abrindo possibilidades de articulação para as ações.

Quadro 5 – Meios e formas de comunicação (online)

Meios e formas de comunicação											
Ano	Online										
	Blog RS	Blogs estaduais	Site nacional	Facebook	Facebook estadual/municipal	Chat do Facebook	Instagram	Twitter	WhatsApp	Hangout	DropBox
2008	X										
2009	X										
2010	X								X		
2011		X		X					X		
2012		X	X	X	X			X	X		
2013		X		X	X			X	X		
2014		X	X	X	X		X	X	X		X
2015		X	X	X	X	X	X	X	X		
2016			X	X	X		X	X	X		
2017			X	X	X		X	X	X	X	
2018			X	X	X		X	X	X		
2019			X	X			X	X	X		
2020			X	X			X	X	X		
2021			X	X			X	X	X		
2022			X	X			X	X	X		

Muitas das próprias ações do LPJ são ferramentas de comunicação, como os escrachos, que por si só transmitem a mensagem de que aqueles criminosos seriam constrangidos frente à sociedade.

Quadro 6 – Meios e formas de comunicação (offline)

Meios e formas de comunicação								
Ano	Offline							
	Fanzine	Rádio comunitária	Pichação	Lambe-lambe	Batucada	Escracho	Encontros Nacionais	Lencinho
2008		X	X	X				
2009			X	X				
2010			X	X	X		X	
2011			X	X	X		X	X
2012			X	X	X	X		
2013			X	X	X	X		
2014			X	X	X	X	X	
2015	X		X	X	X	X	X	
2016	X		X	X	X	X	X	
2017	X		X	X	X	X	X	
2018	X	X	X	X	X			
2019	X		X	X	X		X	
2020	X		X	X	X			
2021	X		X	X	X	X		
2022			X	X	X		X	

]Para produzir materiais para as incontáveis ações do movimento, se apropriaram e se empoderaram de técnicas e equipamentos profissionais – principalmente para a comunicação digital para atuar nos territórios onde exercem o trabalho de base, bem como a atuação geral nas mídias sociais.

Quadro 7 – Técnicas de comunicação

Ano	Técnicas de comunicação													
	Assessoria de Imprensa	Relações Públicas	Texto	Vídeo	Áudio	Arte gráfica/ Diagramação	Agenda cultural	Feed de notícias	Ilustração	Muralismo	.PDF	Boletim	Câmara profissional	Podcast
2008			X	X		X				X				
2009			X	X		X				X	X			
2010			X	X		X				X	X			
2011			X	X		X				X	X	X		
2012			X	X		X				X	X	X		
2013			X	X		X				X	X			
2014	X	X	X	X		X				X			X	
2015			X	X		X				X			X	
2016			X	X		X				X			X	
2017			X	X		X				X			X	
2018			X	X	X	X	X	X	X	X			X	X
2019			X	X	X	X				X			X	X
2020			X	X	X	X				X			X	
2021			X	X		X				X			X	
2022			X	X		X				X			X	

As técnicas adotadas vão das mais elementares e básicas da comunicação como o texto e o vídeo, que foram empregados de diversas formas e linguagens pelo LPJ, o áudio na produção de rádios comunitárias, podcasts, ou áudios no Whatsapp; as artes gráficas para a produção de panfletos, lambe-lambe, cards de divulgação de atividades, identidades visuais para atividades do movimento; muito influenciados pelas noções da comunicação profissional, trazida por comunicólogos do LPJ, como a assessoria de imprensa e relações públicas. O muralismo, a pichação, o grafite, a ilustração partem da utilização de desenhos, sejam nos muros ou digitalmente, muito desenvolvidos pelo movimento. Os boletins, agendas coletivas, feed de notícias, foram formas de comunicação interna, para compartilhar informações sobre e para o movimento, empregadas principalmente quando o Whatsapp ainda não era tão comum e o e-mail era a principal ferramenta de comunicação entre os participantes do LPJ, sendo possível especialmente com a apropriação do Portable Document Format (PDF), variando de acordo com o acesso – ou não – à equipamentos adequados para esse tipo de trabalho. Todas essas técnicas foram necessárias para desenvolver meios e formas como a inserção do LPJ nos blogs, Facebook, Instagram, Twitter e desenvolver um site próprio, sempre buscando estar presente nas mídias sociais que os jovens estão em cada momento.

A utilização da arte da cultura para dialogar com a juventude é permanente na história do LPJ. Desde a composição de paródias para cantar enquanto batucam nas manifestações, as faixas utilizadas pelo movimento, os lencinhos que utilizam para esconder o rosto, todas as técnicas abordadas acima, são apropriações de formas de luta dos próprios jovens. Os acampamentos nacionais também são formas de demonstrar na realidade que é possível existir o mundo que o LPJ propõe.

CONCLUSÕES

O LPJ possui características específicas ao tentar combinar aspectos estéticos e de linguagem dos novos movimentos sociais e, com o projeto e método dos movimentos populares tradicionais nascidos nos anos 1980. Concordando com Volpato et al (2018) há um constante esforço combinar as demandas dos jovens que o movimento organiza e quer atingir com o projeto de longo prazo que propõe.

O Levante na sua mensagem organizativa demarca diferenças tanto com as formas organizativas “clássicas” tanto com as formas organizativas supostamente “novas”. Ou seja, é uma mensagem organizativa que não despreza o acúmulo das experiências históricas dos movimentos populares dos mais diversos países e continentes, ao contrário bebe nessa fonte, mas ao mesmo tempo concebe que esse acúmulo deve ser reelaborado para adaptar-se ao nosso sujeito e a este contexto histórico. Essa concepção pode ser ilustrada, na valorização da disciplina como um princípio organizativo, herdado da nossa tradição histórica, mas ao mesmo tempo capaz de incorporar formas alegres e lúdicas, próprias das formas de expressão política da juventude na atualidade. (ROTEIRO DE DEBATES ESTRATEGICOS, 2020)

Enquanto processo histórico e social, conduzido por indivíduos, a comunicação popular no LPJ varia muito de acordo com o nível de participação de cada um e a perspectiva que possuem sobre a comunicação. Existe certa visão linear da comunicação do movimento, que começa “muito artesanal”²³⁴, “na marreta”²³⁵ e hoje é completamente profissional e eficiente. Mas olhando para como se deu a história do movimento, é possível afirmar que há momentos em que a comunicação do LPJ avança e recua do ponto de vista dos objetivos do próprio movimento. Quando se restringiu à lógica da reatividade nas redes sociais, por exemplo, e passa a organizar ações para se projetar nas redes sociais, isto é, algo que parece tecnologicamente um “avanço” não faz com que o movimento se aproxime de seus objetivos de organização e mobilização dos jovens.

Em um momento de crise econômica, que de forma geral a juventude tem mais dificuldade de se manter organizada em coletivos porque precisam trabalhar mais, o LPJ tem seu processo de organização e lutas extremamente impactado, especialmente após a pandemia da COVID-19 e as reuniões virtuais – modo como o movimento seguiu se organizando por praticamente dois anos – não permitia um contato mais íntimo entre os militantes, fazendo com que a maioria das reuniões tivessem papel protocolar/institucional, com pouco espaço para o cultivo de princípios e valores do movimento.

É perceptível que a principal atuação do LPJ se deu nas redes digitais, o que só foi

²³⁴ Nome fictício. Entrevista realizada em 4 de abril de 2023 em São Paulo.

²³⁵ Nome fictício. Entrevista realizada em 4 de abril de 2023 via plataforma de videochamada Jitsi

possível e foi melhor aproveitada quando ligada aos processos reais desenvolvidos pelo movimento, considerando que o LPJ não é um movimento que se organiza para se comunicar, mas se comunica para se organizar, lutar, se formar. Apesar disso, há uma formação de rede para que os conteúdos locais cheguem às redes nacionais, na qual o comunicador local, repassa para o responsável em sua cidade, que repassa para o responsável no estado, que faz chegar ao coletivo nacional. Esse processo sofre dificuldades, como a ausência de condições técnicas e materiais, bem como o próprio esquecimento da tarefa, o que muitas vezes gera tensões entre os militantes.

Para dialogar com as hipóteses da pesquisa, de que o LPJ teria foco no processo comunicativo seguindo as ideias gerais da comunicação popular, percebe-se que existem muitas visões diferentes dentro do movimento sobre o que é, o papel e como fazer comunicação, mas há uma visão predominante, que vê a comunicação enquanto ferramenta, isto é, com foco na técnica. Principalmente após a pandemia da COVID-19, quando o movimento é praticamente restrito às redes digitais e, portanto, obrigado a atuar nas regras desse espaço, passam a voltar o foco para melhor atuação nas mídias digitais, ainda que haja uma preocupação geral por parte dos militantes de que o movimento se restrinja à comunicação digital. Portanto, a prática e o discurso dos LPJ demonstram que a comunicação alternativa produzida pelo movimento pode ter um caráter popular, institucional ou comunitário, com uma visão predominante de que a comunicação é uma ferramenta para o movimento, muitas vezes se afastando da noção de que é processo de elevação do nível de consciência para focar na eficiência na atuação nas mídias digitais.

Carlos: Então assim, não tem como a gente não se ater a nossa cara, vamos dizer assim, a gente se projeta, tem um momento que tudo se resume a isso. Pelo sim ou pelo não, trazendo todos os ônus e bônus, muita coisa que resume as redes sociais. O objetivo, eu acredito do movimento é ocupar esse espaço, né, com os nossos símbolos, com a nossa ideologia, com nosso projeto, e muitas são as estratégias, muitos são os campos que a gente tem que tentar alcançar e vem se reformulando através do tempo.

Carlos, do LPJ Pará, ressalta que hoje tem 26 anos e passou a ter energia elétrica em sua casa aos 13, após a construção de uma hidrelétrica – que causou uma série de contradições no local, apesar desse diagnóstico, o movimento aponta a tentativa de engajar os jovens através das TICs, o que é justo considerando que todos deveriam ter acesso ao desenvolvimento tecnológico produzido pela humanidade. Talvez a luta pelo próprio acesso à esses meios seja algo para o movimento se engajar. Os recursos offline são os encontrados comumente: panfletos; jornais para agitação e propaganda; carros de som que são muito comuns na cidade do jovem, inclusive para divulgar velórios, então se utilizam também dessa técnica.

Para citar outro exemplo, inicialmente, parte dos conteúdos publicados pelas redes

nacionais eram provenientes das redes locais (municipais e estaduais). Como parte da avaliação de que esse formato dispersava o engajamento da militância nas redes nacionais, orientou-se em algum momento recente que não deveriam haver mais redes locais, implicando principalmente na atuação no Instagram e Twitter, o que conseqüentemente reduziu os conteúdos locais, sobrecarregando os comunicadores nacionais por terem que manter a produção de conteúdo, fazendo também com que os comunicadores priorizados sejam profissionais, que possam produzir mais em menos tempo. Em síntese, a técnica em detrimento do processo.

Sobre a apropriação geral dos participantes do LPJ em relação à comunicação, nos bastidores é muito comum ouvir de forma cômica o fato de em quase todos os espaços gerais de discussão sobre desafios do movimento tem “a fala da comunicação”, isto é, um comunicador que participa do debate para falar especificamente da comunicação. O que revela que, ao mesmo tempo há uma separação entre quem cumpre essa tarefa e quem não cumpre, pois não há falas de quem não é da comunicação sobre o tema; mas os comunicadores sentem na necessidade constante de trazer esse debate específico compreendendo a relevância que essa perspectiva tem para o conjunto da organização.

As características que fundam a identidade do movimento que se expressam na linguagem utilizada, como a bandeira preta, o nome que sugere uma ação coletiva dos jovens para a tomada do poder, determinam a postura de seus militantes é uma “marca” reconhecida entre as organizações populares, como a solidariedade, o companheirismo, a utilização da arte para se comunicar. Fala-se muito de comunicação para coesionar, sobre eficiência na comunicação, buscando corresponder principalmente a forma das ferramentas de funcionarem do que o processo de desenvolvimento da comunicação, elemento já abordado por Volpato (2022) sobre a centralidade dos movimentos sociais buscarem formas de visibilidade frente à sociedade.

Como desenvolver a coesão no movimento? A ideologia que o movimento defende não desponta naturalmente ou espontaneamente entre jovens e essa tensão pela necessidade constante de “coesionar” vem justamente do papel da comunicação em estabelecer o vínculo entre a realidade sofrida que vivem os jovens todos os dias com a compreensão estrutural dos motivos que levam a essa condição, e só assim uma solução pode se apresentar. E esse processo, chamado de elevação do nível de consciência, é o principal papel que o movimento pode cumprir. Desenvolver uma comunicação que reforce ilusões de que a resolução dos problemas pode ser feita de forma individual e momentânea poderia ser chamada de anti- comunicação

popular.

Do ponto de vista dos desafios do LPJ, que passam especialmente por ampliar sua capacidade de diálogo e organização de jovens trabalhadores para lutar contra as injustiças que sofrem e por um mundo diferente, são preocupações constantes por parte do movimento. Apesar disso, há certa incompreensão da forma como a mensagem é transmitida, especialmente que ela é recebida necessariamente de acordo com quem a remeteu, por não terem clareza completa de com quem estão falando, como se vê no comentário abaixo de Carlos²³⁶. Por exemplo, ele comenta que a identidade visual do movimento ainda corresponde muito à jovens do sudeste e nordeste, provavelmente onde o movimento tem mais força, mas ressalta que muitos jovens nortistas podem não se ver nos materiais do movimento, por isso fizeram uma série de recortes de jovens dos povos originários em luta para serem inseridos nas artes gráficas do movimento.

[...] Mas falando especificamente do Levante, existe um público que acessa o nosso conteúdo, um público que é nosso, que tá nas fileiras do movimento construindo, é militante, é orgânico que é colaborador ou que é próximo, mas também tem um público muito diverso que segue o Levante na rede social, tem redes sociais, uma das redes sociais mais acessadas em termos de organizações de juventude do Brasil, então é uma responsabilidade muito grande também de noticiar o que a gente constrói, o nosso projeto, para fazer o debate, para fazer o debate de ideias, atitude, narrativas, conquistar mentes e corações com o que a gente acredita e construir.

Como abordado anteriormente, a questão técnica é política. O acesso à equipamentos para produção sempre é uma questão que dificulta ou ajuda na execução dos planejamentos do movimento. Desde a disputa sobre qual seria o logotipo do 2º Acampamento estadual de São Paulo, que por exemplo, se deu ao fato de quem estava construindo não ter um notebook que acessasse ao Photoshop, até as oficinas de Canva que o movimento organiza, plataforma online de produção gráfica parcialmente gratuita utilizada até hoje pelo movimento, fazendo com que inclusive uma parte da identidade visual do movimento fosse condicionada por ser acessível nessa plataforma, que funciona em *Smartphones*.

Os meios e formas de comunicação são os mais variados, de acordo com o público – juventude, juventude negras, mulheres, LGBTQs, camponeses, fukeiros, para dar exemplos e território – bairro, universidade, escola, campo, para citar alguns exemplos. São permanentes os elementos da cultura popular incorporados pelo movimento para dialogar ao mesmo tempo que incorpora as formas de luta que os próprios jovens.

Conforme observado, no LPJ convivem todas as visões sobre comunicação: com foco no processo, foco no conteúdo e foco na técnica (KAPLÚN, 1985), ou também resgatando os conceitos de Zampier (2007), tecnofóbica, isto é, que repudia o “avanço” tecnológico;

²³⁶ Nome fictício. Entrevista realizada em 4 de abril de 2023 via plataforma de videochamada Jitsi

tecnocêntrica que superestima o papel das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e indiferente, que não identifica a comunicação enquanto tarefa da organização. Não existe um grupo que defenda completamente uma visão ou outra, elas se misturam, apesar de em cada estado e nacionalmente haver uma orientação mais firme. Essas visões se acomodam em cada tarefa e processo particular, a depender da ação e local que é executada. Porém, há uma preocupação geral com a tendência de uma comunicação que se pautar pela técnica, em especial as mídias sociais. A autora compreende que as próprias noções do que o movimento incorpora como agitação e propaganda ajudam a definir as diferenças: as mídias sociais são um terreno de disputa, portanto a comunicação popular do LPJ deve levar isso em consideração; o terreno aliado está no âmbito de espaços de parceiros, bem como a produção própria do movimento em seu trabalho de base, com caráter comunitário junto aos jovens trabalhadores brasileiros que inventam e reinventam caminhos para lutar.

Propostas para avançar na comunicação popular com os jovens

Essa pesquisa, incluindo suas críticas devem ser encaradas como uma forma de contribuição para o movimento, partindo do objetivo em comum de construir formas de superar os muitos problemas gerados pelo capitalismo no Brasil, construindo uma nova sociedade. Nesse sentido, o percurso é longo e exige paciência. Há muitos anos os oprimidos lutam contra seus opressores e nos últimos anos a capacidade de resistir tem sido cada vez menor. As saídas possíveis também não são completamente novas, mas encará-las com mais seriedade é fundamental para sobreviver no próximo período.

Do ponto de vista de uma comunicação, para superar o desafio do foco na técnica e desenvolve um tipo de comunicação que busca dialogar, elevar a consciência e transformar os sujeitos, o foco principal deve estar com quem se quer falar e quem está falando. A maioria dos jovens que trabalham e se interessam mais por uma transformação profunda está nas periferias brasileiras, desempregados e sofrendo violência diariamente. O trabalho de base com esse sujeito deve se tornar prioridade. É nesse processo de trabalho que a comunicação será necessária para ampliar as ideias, “conquistar corações e mentes”. As técnicas utilizadas podem ser das mais variadas, das consideradas “artesanal” ou “profissionais”. O fundamental é que esses produtos façam sentido para os jovens que lutam.

Uma ferramenta que pode ajudar na compreensão das características de comunicação que o LPJ almeja é uma cartilha sobre comunicação popular, em referência ao El Comuniador Popular de Mário Kaplún, desde que esteja acompanhada de espaços de estudo e reflexão sobre as práticas já desenvolvidas pelo movimento.

Por fim, seria importante, também, um constante monitoramento da eficiência e da eficácia da comunicação do movimento, ou seja, sempre avaliar quem o movimento alcança e como, não em uma lógica da produtividade, considerando que para os objetivos do movimento pode ser que um material que organize um jovem no LPJ valha mais que muitas curtidas nas redes sociais.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Luiz Rafael dos Santos; ALCÂNTARA, Caio Mário Guimarães; LINHARES, Ronaldo Nunes. **Usos e compreensões das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC): Um olhar da juventude.** Revista EDaPECI, ISSN: 2176-171X. São Cristóvão (SE) v.15. n. 2, p. 354-369. Maio/ago. 2015

ATO NA SEC-RS EM 20 DE MAIO DE 2008. Youtube: Combateaudiovisual. 2008. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=djpOlp7eYqI&t=456s>>. Acesso em: 25 de abril de 2023.

ARAÚJO, Joane dos S. **Juventude, participação e projeto popular:** a experiência político-organizativa do movimento “Levante Popular da Juventude”. 2016, 119 f. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Ciências Sociais) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/21486>. Acesso em: 26.out.2020.

ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDSZNAJDER, Fernando. O Método nas Ciências Naturais e Sociais: Pesquisa Quantitativa e Qualitativa. Editora Thompson, 2ª edição, s.d.

BADEGA SILVA. Facebook: Badega Silva. Disponível em: < <https://www.facebook.com/BadegaLocutor>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

BARROS, Antonio Teixeira De; MARTINS, Lúcio Meireles. **Juventude e comunicação política: estudo sobre os egressos do Parlamento Jovem Brasileiro.** Trabalho apresentado na DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 19 a 21 de maio de 2016.

BARÃO, Marcus; RESEGUE, Mariana; LEAL, Ricardo. **Atlas da Juventude.** Em Movimento; Pacto das Juventudes pelos ODS, 2021.

BARBALHO, Alexandre. **A criação está no ar: Juventudes, política, cultura e mídia.** Editora da Universidade Estadual do Ceará – EdUECE, Fortaleza/CE, 2013.

BARBOSA, Guilherme Ferreira Duarte. **“Juventude do gueto contra o extermínio dos pretos”:** a práxis antirracista do Levante Popular da Juventude na cidade de Salvador – Bahia. Brasília: Universidade de Brasília, 2018. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/35091>. Acesso em: 26.out.2020.

BARBOSA, Liége Freitas. **De manifestantes a vândalos, de black blocs a ninjas** – as narrativas midiáticas reinventando a juventude nas manifestações de junho de 2013 no Brasil. Universidade Federal do Paraná. Reunião Científica Regional da ANPED - educação, movimentos sociais e políticas governamentais. 24 a 27 de julho de 2016. Curitiba/PR.

BASTOS, Pablo Nabarrete. **Contribuições históricas do Movimento Hip Hop para a luta contra o racismo e para a comunicação da juventude negra e periférica.** Revista de Comunicação Dialógica, n.3, DOI: <https://doi.org/10.12957/rcd.2020.50369>. Rio

de Janeiro, 2020.

BERNARDINI, Gleice; GOBBI, Maria Cristina. **Levante popular da juventude brasileira: saímos do Facebook**. Mediação, v. 15, n. 17. Belo Horizonte/MG, jul./dez. de 2013.

BIMBATI, Ana Paula. **Enem 2022 tem 3,4 milhões de inscritos, 2º menor número desde 2005**. UOL, 2022. Acesso em: 26 de setembro de 2022. Disponível em: <<https://educacao.uol.com.br/noticias/2022/06/03/enem-2022-numero-inscritos.htm?cmpid=copiaecola>>

BOGADO, Maria. **Rua**. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque De. **Explosão feminista: Arte, cultura, política e universidade**. Editora Schwarcz S.A, São Paulo/SP, 2018.

BOITO, Armando. **A terra é redonda e o governo Bolsonaro é neofascista**. A Terra é redonda, Campinas/SP, 2019. Disponível em: <<https://aterraeredonda.com.br/a-terra-e-redonda-e-o-governo-bolsonaro-e-fascista/>>. Acesso em: 6 de setembro de 2022.

BOITO, Armando. **O neofascismo no Brasil**. Boletim Lieri, n.1, mai. 2019. Disponível em: <https://marxismo21.org/wp-content/uploads/2019/05/Boletim-1-O-Neofascismo-no-Brasil-1.pdf>. Acesso em: 26.out.2020.

BRASIL. **Estatuto da Juventude**. Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013.

BRASIL. **Índice de vulnerabilidade juvenil à violência 2017: desigualdade racial, municípios com mais de 100 mil habitantes**. Secretaria de Governo da Presidência da República, Secretaria Nacional de Juventude e Fórum Brasileiro de Segurança Pública. São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2017.

BRITO, Sulamita de. **Sociologia da Juventude I: Da Europa de Marx à América Latina de hoje**. Zahar Editores. Rio de Janeiro/RJ, 1968.

BUKOWSKI, Bianca Oliveira. **Levante juventude, juventude é pra lutar: a relação entre as esferas da vida e a identidade na constituição do engajamento juvenil**. Revista Brasileira de Ciência Política, nº 3. Brasília, pp. 23-48, janeiro-julho de 2010. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/16892/000707045.pdf?sequence=1>. Acesso em: 26.out.2020.

CAMARGO, Aline; MAGNONI, Antonio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira. **Comunicação política, internet, juventude e participação: proposta de reflexão. Comunicação - reflexões, experiências, ensino**. v. 14, n.1, p. 087-098 Curitiba/PR, 1º Semestre 2018.

CARMO, Jefferson Carriello. **A construção histórica do conceito de hegemonia e contra-hegemonia no pensamento político de Antonio Gramsci**. Sorocaba: Quaestio - Revista de Estudos em Educação, v. 7, n. 1, 26 out. 2009. Disponível em: <http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php/quaestio/article/view/37>. Acesso em: 26.out.2020.

CARTILHA nº 21. Consulta Popular, São Paulo/SP, 2011.

CARRANO, Paulo Cesar Rodrigues. **Pesquisa Juventudes no Brasil 2021**. Observatório da Juventude Ibero-America e Fundação SM. São Paulo/SP, 2021. Disponível em: <<https://oji.fundacion-sm.org/pesquisa-juventudes-no-brasil-2021/?lang=pt-br>>. Acesso em: 01 outubro de 2022.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Política**. In: CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo. A Sociedade em rede do conhecimento à acção política. Conferência promovida pelo Presidente da República de Portugal, 4 e 5 de março de 2005. Centro Cultural de Belém/PT.

CEPIS. **Roteiros básicos: Elaboração da estratégia no movimento popular**. Novembro de 2014.

CERQUEIRA, Daniel; FERREIRA, Helder; BUENO, Samira. **Atlas da violência**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea); Fórum Brasileiro de Segurança Pública; Governo do Estado do Espírito Santo; Instituto Jones dos Santos Neves. São Paulo/SP, 2021.
CIRCULAR 01/2018 – VI CURSO NACIONAL DE COMUNICAÇÃO
ANTONIETA BARROS. Levante Popular da Juventude, São Paulo/SP, 2018.

CIRCULAR 16/2013 – CURSO NACIONAL DE COMUNICAÇÃO DO LEVANTE. Levante Popular da Juventude, São Paulo/SP, 2013.

COELHO, Camila Garcia; BARBALHO, Alexandre. **Ousadia e rebeldia para defender a democracia: a cultura e o discurso do Levante Popular da Juventude nos embates contra Michel Temer**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belém, set. 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-2313-1.pdf>. Acesso em: 26.out.2020.

COVAS, Fabíola Sucasas Negrão; BERGAMINI, Lucas Martins. **Análise crítica da linguagem neutra como instrumento de reconhecimento de direitos das pessoas LGBTQIA+**. Brazilian Journal of Development, Curitiba, v.7, n.6, p. 54892-54913, jun. 2021.

DAYANE, Jessy. **Fascismo e racismo: duas faces do mesmo ódio**. Portal Brasil de Fato, 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/06/02/fascismo-e-racismo-duas-faces-do-mesmo-odio>. Acesso em: 26/10/2020.

DUARTE, Aldimar Jacinto. **Juventude, movimentos sociais e participação política no Brasil entre os anos de 2013 a 2015**. Revista Educativa, Goiânia, v. 19, n. 1, p. 884-901, set./dez. 2016.

D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito; ALCÂNTARA, Livia Moreira de. **Movimentos sociais na web 2.0: a experiência da ocupação Dandara**. Revista de C. Humanas, Vol. 9, Nº 2, p. 291-301, Jul./Dez. 2009.

ESCOTEGUY, Ana Carolina D. **Delineamentos para uma cartografia brasileira dos estudos culturais**. ECO-PÓS, v. 7, n.2, p. 19-30. Agosto/dezembro, 2004.

ESTÁGIO INTERDISCIPLINAR DE VIVÊNCIA DO RS. Wordpress: EIV. Porto

Alegre/RS, s.d. Disponível em: < <https://eivrs.wordpress.com/>>. Acesso em> 25 de abril de 2023.

ESTEVAM, Douglas; COSTA, Iná Camargo; Bôas, Rafael Villas (org.). **Agitprop: cultura política**. Editora Expressão Popular, São Paulo, 2015.

FACEBOOK, **Levante Popular da Juventude SP**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/levanteSP>>. Acesso em: 14 de out. de 2021

FORLINI, Luana Alice. **A juventude latino-americana: os movimentos sociais contemporâneos**. Juventude no Brasil, São Paulo, p. 171-183, 2019. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/publicacoes/estante/juventude-no-brasil/>. Acesso em: 26.out.2020.

FREIRE e GUIMARÃES, Paulo e Sérgio. **Educar com a mídia [recurso eletrônico]: novos diálogos sobre educação** - 1. ed. - Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. Editora Paz e Terra LTDA., Rio de Janeiro/RJ, 1967.

FREITAS, Letícia. Juventude em movimento: método investigativo e prática educativa. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais) - Universidade Estadual de Londrina - Centro de Letras e Ciências Humanas. Orientadora: Maria José Rezende. Londrina/PR, 2021.

FREITAS, Maria Virgínia de. **Juventude e adolescência no Brasil: referências conceituais**. Ação Educativa. São Paulo/SP, 2005.

GABINETE DE TRANSIÇÃO GOVERNAMENTAL. Relatório final. Brasília/DF, dezembro de 2022.

GALVÃO, Felipe dos Santos. **“Ousar lutar, organizando a juventude pro projeto popular”**: Resistência, luta e organização da juventude proletária, o Levante Popular da Juventude em Foco. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2015. https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFRN_e2a1de9303ada74c6e17ff9e871e3652. Acesso em: 26.out.2020.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. Editora Atlas, 6ª edição. São Paulo, SP, 2008.

GIRARDI, Ilza; JACOBUS, Rodrigo (org.). **Para fazer rádio comunitária com “C” maiúsculo**. Porto Alegre/RS: Revolução de Idéias, 2009.

GOHN, Maria da Glória. **Movimentos sociais na contemporaneidade**. Rio de Janeiro: Revista Brasileira de Educação: ANPEd - Associação Nacional de Pós- Graduação e Pesquisa em Educação, v.16, n.47, p.333-361, 2011. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rbedu/v16n47/v16n47a05.pdf>>. Acesso em: 26.out.2020.

GOHN, Maria da Glória. **Retrospectiva sobre educação popular e os movimentos sociais no Brasil**. Movimento-Revista de Educação, Niterói, ano 4, n.7, p.10-32, jul./dez. 2017.

GOMES, Gabriel Teodoro. **Juventude e(m) movimento: pedagogia entre jovens e práxis política no Levante Popular da Juventude**. São João Del-Rei: Universidade Federal de São João Del-Rei, 2009. Disponível em: <[https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/mestradoeducacao/Juventude%20E\(M\)%20Movimento.pdf](https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/mestradoeducacao/Juventude%20E(M)%20Movimento.pdf)>. Acesso em: 26.out.2020.

GROPPO, Luís Antonio. **Juventudes: sociologia, cultura e movimento**. Alfenas: Universidade Federal de Alfenas, 2016. Disponível em: <https://magisbrasil.com/biblioteca-virtual/juventudes-sociologia-cultura-e-movimentos>. Acesso em: 26.out.2020.

IANNI, Octavio. **Dialética e capitalismo**. Editora Vozes, 3ª edição. Petrópolis/RJ, 1988.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua. 4º trimestre 2020**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 20 maio 2021.

INTERVENÇÃO DO LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE EM PORTO ALEGRE #LEVANTEPELAVERDADE. Youtube: levantadajuventude. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zPzEDQjfU6Q>>. Acesso em: 25 de abril de 2023.

INSTAGRAM, **Levante Popular da Juventude**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/levantedajuventude/>>. Acesso em: 17 de out. de 2021.

INSTAGRAM, **Levante Popular da Juventude SP**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/levantesp/>>. Acesso em: 14 de out. de 2021.

INSTITUTO SEDES SAPIENTIAE. **CEPIS**. Disponível em: <<https://sedes.org.br/site/centros/cepis-centro-de-educacao-popular/>> Acesso em: 26 de janeiro de 2023.

INSTITUTO TRICONTINENTAL. **Estudo sobre juventude e participação nas periferias brasileiras**. Instituto Tricontinental, em parceria com o Levante Popular da Juventude e o Movimento dos Trabalhadores por Direitos. Abril, 2020.

JANUÁRIO, Adriano; CAMPOS, Antonia Malta; RIBEIRO, Márcio Moretto. **As ocupações de escolas em São Paulo (2015): autoritarismo burocrático, participação democrática e novas formas de luta social**. Revista Fevereiro - Política, teoria e cultura, s.d.

KAPLÚN, Mario. **El comunicador popular**. Buenos Ayres: Lumen, 1985.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Tradução: Daniel Bueno; revisão técnica: Tatiana Melani Tosi, Raúl Ranauro Javales Júnior. Porto Alegre. Penso, 2014.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. **Ciclo de Formação “as redes não nos cabem”**, YouTube, s.d.. Disponível em: <<https://youtu.be/M21L4RuNkv8>> . Acesso em: 21 mai. 2021.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. Homepage. Blogspot: Levante Popular da Juventude. Porto Alegre/RS, 2008. Disponível em: <

<http://levantepopulardajuventude.blogspot.com/>>. Acesso em: 18 de fev. de 2023.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. Homepage. Twitter: Levante Popular da Juventude. São Paulo/SP, s.d. Disponível em: < <https://twitter.com/levantepopular>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. Homepage. Instagram: Levante Popular da Juventude. São Paulo/SP, s.d. Disponível em: < <https://twitter.com/levantepopular>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. Homepage. Facebook: Levante Popular da Juventude. São Paulo/SP, s.d. Disponível em: < <https://www.facebook.com/levantepopulardajuventude>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. Homepage. YouTube: Levante Popular da Juventude. São Paulo/SP, s.d. Disponível em: < <https://www.youtube.com/@levantepopulardajuventude4159>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. Homepage. Site: Levante Popular da Juventude. São Paulo/SP, s.d. Disponível em: < <https://levantepopular.org.br/>>. Acesso em: 8 de abril de 2023.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. **Inscrição para Ciclo de Formação “As redes não nos cabem”**, Sympla, 25 ago. 2020. Disponível em: <<https://www.sympla.com.br/as-redes-nao-nos-cabem--ciclo-de-formacao-952203>> . Acesso em: 21 mai. 2021.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. Por que um Projeto Popular para a educação?. S.d.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. **Roteiro de debates estratégicos**. São Paulo/SP, 2020.

LIMA, Déborah Maria da Cunha. **Dos Afetos às Práticas Políticas: O Levante Popular da Juventude em Campina Grande/CG**. Campina Grande: Universidade Federal de Campina Grande, 2019. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/xmlui/handle/riufcg/4624>. Acesso em: 26.out.2020.

LÔBO, K. R. G.; NASCIMENTO, V. S. **Juventude e identidade: um estudo sobre a construção histórica de pertencimento em jovens**. In. Anais V Simpósio Internacional sobre Juventude Brasileira. Recife-PE, 2012. (on-line).

MACIEL, Alexandre Zarate. **Mídia, indústria cultural e vidas: Teoria da Comunicação na juventude**. Trabalho apresentado no DT 8 - Estudos Interdisciplinares do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do Partido Comunista**. Editora Schwarcz s.a. São Paulo/SP, 2012.

MELO, José Marques de. **Paradigmas da escola latino-americana de comunicação**.

Goiânia: V Simpósio de Pesquisa em Comunicação do Centro-Oeste, 1999. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/22854>. Acesso em: 26.out.2020.

MESQUITA, M. R., Bonfim, J., Padilha, E., & Silva, A. C. **Juventudes e participação: compreensão de política, valores e práticas sociais.** *Psicologia & Sociedade*, 28(2), 288-297, 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1807-03102016v28n2p288>>.

MILITÃO, Eduardo; Rebello, Aiuri. **Rede de fake news com robôs pró-Bolsonaro mantém 80% das contas ativas.** UOL, Brasília e São Paulo, 19.set.2019. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/09/19/fake-news-pro-bolsonaro-whatsapp-eleicoes-robos-disparo-em-massa.htm>>. Acesso em: 26.out.2020.

NERI, Marcelo C.. **Juventude e Trabalho - Qual foi o Impacto da Crise na Renda dos Jovens? E nos NemNem?.** Rio de Janeiro, RJ – Novembro/2019 - FGV Social. Disponível em: <https://cps.fgv.br/juventude-trabalho>.

NETO, Antonio Julio Menezes. **A igreja católica e os movimentos sociais do campo: a Teologia da Libertação e o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra.** Caderno CRH, Salvador, v. 20, n. 50, p. 331-341, Maio/Ago. 2007.

NUNES, Débora Aquino; DE SOUZA, Priscila; PINHO, Bianca Caterine Piedade. **Educação Popular e movimento social: construindo a práxis militante do Levante Popular da Juventude – Parauapebas.** Revista Caribeña de Ciencias Sociales, julho 2019.

OLIVEIRA, Tatiane Sandra Carvalho de. **Os movimentos sociais e a democratização da informação: com a palavra a “Batalha do vinho” e o “Levante Popular da Juventude”.** Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2018. Disponível em: <<https://monografias.ufrn.br/jspui/handle/123456789/8361?mode=full>>. Acesso em: 26.out.2020.

ORIENTAÇÕES PARA O CONUNE. Levante Popular da Juventude, São Paulo/SP, 2017.

ORIENTAÇÃO GREVE GERAL. Levante Popular da Juventude, São Paulo/SP, 2017.

ORIENTAÇÕES COLETIVO DE COMUNICAÇÃO. Levante Popular da Juventude, São Paulo, 2016.

PALUDO, Conceição; SANTOS, Magda Gisela Cruz dos; TADDEI, Paulo Eduardo Dias. **A educação popular no Levante Popular da Juventude no RIO GRANDE DO SUL: Renovações e permanências.** *Revista e-Curriculum*, São Paulo, v.14, n.02, p. 545 – 571, abr./jun.2016. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/curriculum/article/view/27525>>. Acesso em: 26.out.2020.

PERRUSO, Marco Antonio. Em busca do “novo”: intelectuais brasileiros e movimentos populares nos anos 1970/80. Rio de Janeiro: UFRJ/IFCS/PPGSA. Orientadora: Elina Gonçalves da Fonte Pessanha Tese (doutorado) – UFRJ / Instituto de Filosofia e Ciências Sociais / Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia, 2008.

PERUZZO, Cicilia M. K.. **A pesquisa participante, de uma matriz teórico- metodológica às especificidades das práticas investigativas.** XIII Congresso da Asociación

Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), realizado de 5 a 7 de outubro de 2016a, na Universidade Autônoma Metropolitana e na Universidade Nacional Autônoma do México, Xochimilco/Cidade do México-México.

PERUZZO, Cicilia M.K.. **Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos**. Contemporanea (UFBA. Online), v. 11, p. 161-181, 2013a. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6980>>. Acesso em: 26.out.2020.

PERUZZO, Cicilia M.K. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor**. Rio de Janeiro: In: ECO-Pós. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro, v.12, n.2, p. 46-61, 2009a. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/download/947/887>. Acesso em: 26.out.2020.

PERUZZO, Cicilia M.K.. **Ideias de Paulo Freire aplicadas à Comunicação popular e comunitária**. Rio de Janeiro: Revista FAMECOS (Online), v. 24, p. 1-16, 2017. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/24207>>. Acesso em: 26.out.2020.

PERUZZO, Cicilia M.K. **Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou” (?)**. São Paulo: Matrizes: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, n.2, p.75- 93, 2013b. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/69407/71976/>>. Acesso em: 26.out.2020.

PERUZZO, Cicilia M.K.. **Pressupostos epistemológicos e metodológicos da pesquisa participativa: da observação participante à pesquisa-ação**. Colima: Estudios sobre las culturas contemporáneas, v. XXIII, p. Especial III-161-190, 2016b.

PERUZZO, Cicilia M. K.. **Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. São Paulo: *Revista Galáxia*, n. 17, p. 131-146, 2009b. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2108>>. Acesso em: 26.out.2020.

PLANO DE COMUNICAÇÃO CONUNE. Levante Popular da Juventude, São Paulo/SP, 2015.

PMDB. **Travessias sociais: uma ponte para o futuro**. Fundação Ulysses Guimarães, Brasília/DF, s.d.

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE, 2023. Disponível em: <https://prefeitura.poa.br/carta-de-servicos/informacoes-horarios-e-tarifa-de-onibus>. Acesso em: 18 de fev. de 2023.

PROJETO BRASIL POPULAR. **Caderno de debates 4**. São Paulo/SP, outubro de 2019.

PROJETO POPULAR PARA A EDUCAÇÃO. Youtube: Alex Fotografia. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YBCOc3ZEgbY>>. Acesso em: 25 de abril de 2023.

QUEM SOMOS. Levante Popular da Juventude, São Paulo/SP, s.d.

REIS, Suzana Azevedo. **Aos berros: A fanzine como espaço de expressão política do movimento punk**. ANPUH-Brasil - 31º Simpósio Nacional de História do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2021.

RELATORIA COLETIVO NACIONAL DE COMUNICAÇÃO. Levante Popular da Juventude, São Paulo/SP, 8 de agosto de 2018.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil**. Companhia das Letras, 2ª edição. São Paulo/SP, 1995.

RIBEIRO, E., LÂNES, P., & Carrano, P. **Juventude Brasileira e democracia: participação, esferas e políticas públicas – relatório final**. Instituto Pólis, 2005.

SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero, patriarcado, violência**. Editora Expressão Popular, São Paulo/SP, 2015.

SAMPAIO, Lucas. **Mortes por Covid despencam, mas Brasil ainda é o país com mais óbitos do mundo em 2021**. G1, 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2021/10/08/mortes-por-covid-despencam-mas-brasil-ainda-e-o-pais-com-mais-obitos-do-mundo-em-2021.ghtml>>. Acesso em: 14 out 2021.

SANTOS, Guilherme Ribeiro Miranda Dos; CRUSOÉ, Nilma Margarida Castro; MOREIRA, Núbia Regina. **Prática Educativa em Movimento Social: narrativas de jovens**. Rev. Bras. de Educ. de Jov. e Adultos, vol. 5, n° 10, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.uneb.br/index.php/educajovenseadultos/article/view/4410>. Acesso em: 26.out.2020.

SANTOS, Maria S. Tauk. **Comunicação participativa e ação libertadora: marxismo e cristianismo combinados na teoria da comunicação dos anos 1970 e 1980**. In: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; KUNSCH, Waldemar (Orgs). Matrizes comunicacionais latino-americanas. São Bernardo do Campo: Umesp, p.199- 219, 2002.

SANTOS, Matheus da Cunha; e FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. **A disputa pelo poder político em meio à pandemia da COVID-19: Análise do confronto entre João Doria e Jair Bolsonaro**. PANORAMA, Goiânia, v. 10, n. 2, p. 02-07, jan/jun. 2020.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA; Cristóvão Domingos de; GUINDANI, Joel Felipe. **Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas**. Revista Brasileira de História & Ciências Sociais. Ano I - Número I - Julho de 2009.

SILVA, Ana Paula Alves da. **“A Juventude é um caminho contente que depende da gente”**: Coletivo de Cultura, Juventude e Comunicação MST/MS. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Federal da Grande Dourados para obtenção do Título de Mestre em Sociologia. Área de Concentração: Sociologia. Linha de Pesquisa: Cidadania, Diversidade

e Movimentos Sociais. Orientadora: Dr^a Marisa de Fátima Lomba de Farias. Dourados/MS, 2015.

SILVA, Marcelo Kunrath; RUSKOWSKI, Bianca de Oliveia. **Levante juventude, juventude é pra lutar:** redes interpessoais, esferas de vida e identidade na constituição do engajamento militante. Revista Brasileira de Ciência Política, nº 3. Brasília, p. 23-48, janeiro-julho de 2010.

SÍNTESE REUNIÃO - GRUPO DE TRABALHO - AMPLIADO COLETIVO NACIONAL DE COMUNICAÇÃO LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE.

Levante Popular da Juventude, São Paulo/SP, 25 de outubro de 2019.

SISTEMA DE ESTATÍSTICAS ELEITORAIS. Tribunal Superior Eleitoral, 2022.

Disponível em: <<https://sig.tse.jus.br/ords/dwapr/seai/r/sig-eleicao/home?session=10843556035446>>. Acesso em: 4 de outubro de 2022.

SPOSITO, Marília Pontes. **O Estado da Arte sobre juventude na pós-graduação brasileira:** Educação, Ciências Sociais e Serviço Social (1999-2006), volume 1. Editora Argvmentvm, coleção Edvcere. Belo Horizonte/MG, 2009.

SPOSITO, Marília Pontes. **O Estado da Arte sobre juventude na pós-graduação brasileira:** Educação, Ciências Sociais e Serviço Social (1999-2006), volume 2.

Editora Argvmentvm, coleção Edvcere. Belo Horizonte/MG, 2009.

TAVARES, Breitner. **Sociologia da Juventude:** da juventude desviante ao protagonismo jovem da Unesco. Soc. e Cult., Goiânia, v. 15, n. 1, p. 181-191, jan./jun. 2012. Disponível em: file:///C:/Users/Luiza/Documents/Mestrado/Sociologia%20da%20juventude%20-%20Tavares.pdf. Acesso em: 26.out.2020.

TEIXEIRA, Gabriela Guedes. **A comunicação do Levante Popular da Juventude durante a pandemia da COVID-19.** Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã – ABPCom. XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã/Mídia Cidadã; tema central: Comunicação Cidadã: gênero, raça, diversidade e redes colaborativas no contexto da pandemia 22 a 24 de junho de 2021, online. Disponível em: <https://abpcom.com.br/wp-content/uploads/2021/07/TEIXEIRA-A-comunicacao-do-Levante-Popular-da-Juventude-durante-a-pandemia-da-COVID-19_v2.pdf>

TRANCOSO, A. E. R., & OLIVEIRA, A. A. S. **Aspectos do conceito de juventude nas Ciências Humanas e Sociais:** análises de teses, dissertações e artigos produzidos de 2007 a 2011. Pesquisas e Práticas Psicossociais. 11(2), 2016. 278-294. Recuperado de <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/ppp/v11n2/02.pdf>>.

VALDERRAMA, Lorena B. **Jóvenes, Ciudadanía y Tecnologías de Información y Comunicación: El movimiento estudiantil chileno.** Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 11 (1), pp. 123-135. Chile, 2013.

VINGENTIN, Rafael. **Experiências e sentido da participação juvenil na contemporaneidade:** um estudo do Levante Popular da Juventude na cidade de Sorocaba-SP. Sorocaba: Universidade Federal de São Carlos, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/8430>. Acesso em: 26.out.2020.

VOLPATO, Alana Nogueira. **Estratégias de visibilidade de movimentos sociais da juventude na sociedade midiaticizada.** Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), sob a orientação da Profa. Dra. Caroline Kraus Luvizotto para obtenção do título de Doutora em Comunicação. Bauru/SP, 2022.

VOLPATO, Alana; VERSUTI, Christiane Delmondes; LUVIZOTTO, Caroline Kraus. **Literacia midiática e movimentos sociais:** análise da Fanpage do Levante Popular da Juventude. Memoria del XIV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, GT 12: Comunicación para el cambio social, Costa Rica, p. 57-63, jul. 2018.

VOLPATO, Alana; VERSUTI, Christiane Delmondes; LUVIZOTTO, Caroline Kraus. **Visibilidade Como Estratégia, Estratégias de Visibilidade:** Movimentos sociais contemporâneos na internet. Dossiê: Os Estudos Atoais, 2019. Disponível em: <revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos>.ISSN 2175-8689, v. 22, n. 1. DOI: 10.29146/eco-pos.v22i1.15992

WEISHEIMER, Nilson. **Marialice Foracchi e a Formação da Sociologia da Juventude no Brasil.** 39º Encontro Anual da ANPOCS. Grupo de Trabalho 36 - Sociologia da adolescência e da juventude. Caxambu/MG, 2015.

ZAMPIER, Maika Bueque. **Movimentos sociais, apropriação das tecnologias da informação e comunicação e a centralidade da rede da Coordenadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo.** Dissertação de Mestrado - Universidade Federal de Viçosa. Orientadora: Sheila Maria Doula. Viçosa/MG, 2007.

ZENHA, Luciana. **Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam?** Caderno de Educação Caderno de Educação Caderno de Educação, ano XX - n. XX, v. X, 20XX/20XX - p. 1-23 , ano 20 - n. 49, v.1, p. 19 a 42, 2017/2018.