

REPRESENTAÇÕES DA IDEOLOGIA DO TERCEIRO SETOR EM ONGS DE COMUNICAÇÃO

Camila Acosta Camargo¹

Resumo

Este resumo constitui-se com base na pesquisa de mestrado intitulada *A comunicação do “terceiro setor” como expressão do neoliberalismo: as práticas discursivas e os sentidos do trabalho em ONGs de comunicação*, apresentada em 2018 ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP, orientada pela Prof^a Dr^a Roseli Figaro e parte integrante dos estudos do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA-USP). Tivemos como objetivo geral investigar como se expressam os sentidos e as relações de comunicação e trabalho em organizações sem fins lucrativos que elencaram a comunicação como principal ferramenta de atuação em defesa de uma causa social. Realizamos uma pesquisa empírica, na qual selecionamos três organizações nomeadas no estudo ONGs de comunicação, localizadas no município de São Paulo e ativas durante o período de 2016 a 2018.

Na fase de coleta de dados realizamos entrevistas com trabalhadores e trabalhadores em cargo de chefia; visitamos as sedes das organizações; estudamos em profundidade seus *websites*; e recorremos à documentos oficiais, relatórios de atividades, vídeos e reportagens externas. Para a fase de interpretação adotamos a análise do discurso e análise de conteúdo como metodologia para nos aprofundarmos na comunicação institucional assim como nas falas dos entrevistados.

Sob a abordagem teórico-metodológica do binômio comunicação e trabalho, elaborada por Roseli Figaro e de viés materialista histórico, buscamos identificar em que medida as práticas discursivas e as relações de trabalho são atravessadas pelos sentidos hegemônicos vinculados à ideologia do “terceiro setor”, um conceito de Carlos Montaña, que entende o universo das ONGs como parte integrante do processo de expansão do

¹ Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e professora de Relações Públicas no FIAM-FAAM Centro Universitário. camila.acosta.camargo@usp.br

13^o inter programas

cásper pesquisa

capital e do neoliberalismo. Dentre os resultados, atestamos a multiplicidade de discursos subsumidos, em maior ou menor grau, à lógica neoliberal de responsabilização do indivíduo. Notamos como a ONG fundada por empresários encontra-se mais próxima aos discursos dominantes; a ONG de base comunitária revela fortemente o sentido de emancipação vinculada a territorialidade; e a ONG fundada por acadêmicos busca sustentar um discurso mais contra-hegemônico ao resistir ao uso de chavões típicos do mercado corporativo. As retóricas do empreendedorismo, da criatividade e do protagonismo se evidenciam como elementos-chave ao serem representativas dos interesses dominantes, mas se revelarem mascaradas em enunciados supostamente emancipatórios.

Palavras-chave: Comunicação e trabalho. Terceiro setor. ONGs. Discurso. Neoliberalismo.