

A comunicação nas organizações da sociedade civil: conhecendo as iniciativas cidadãs

Eduardo Monteiro Martins¹

Resumo

Os usos de instrumentos e técnicas de comunicação social são portadores de possibilidades de relações que indicam o sentido que as organizações atribuem aos seus públicos. Este artigo relata a experiência de pesquisa sobre os usos da comunicação entre organizações da sociedade civil brasileira, discutindo as relações entre atores organizacionais e seus públicos beneficiários.

Palavras-chave: Comunicação Social, Organizações da Sociedade Civil, Públicos.

Abstract

The uses of communication instruments and techniques carry possibilities of relations which indicate the meaning of the publics for organizations. This paper gives an account of a research about the uses of communication by Brazilian civil society organizations, discussing the relations between organizational actors and its beneficiaries.

Key-words: Communications, Civil Society Organizations, Publics.

Na vida cotidiana vemos que os homens se preocupam, principalmente, com os objetos que não estão muito distantes, no espaço ou no tempo, desfrutando o tempo presente e confiando o que é distante ao acaso e à sorte.
(Aristóteles)

Introdução

A intenção neste artigo é a de propor uma reflexão sobre os usos que têm sido feitos de instrumentos e técnicas de comunicação social em organizações da sociedade civil que atuam na dimensão contra-hegemônica da globalização, buscando a emancipação humana e os direitos multiculturais, conforme Santos

¹ Professor do Centro Universitário Belo Horizonte (UNI-BH), Mestre em Sociologia (UFMG), Bacharel em Comunicação Social/ Relações Públicas (UFMG).

(1989). Também é discutida, em uma perspectiva epistemológica, a própria possibilidade de conhecermos tais fenômenos sociais. Este estudo foi desenvolvido a partir dos resultados de uma pesquisa² realizada entre organizações-membro da Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais (Abong), no ano de 2006. Buscou-se entender, nesta oportunidade, como as organizações que interferem nos processos sociais e agem no sentido da mudança social entendem e usam a comunicação para a gestão de sua ação administrativa, para a interação com outras organizações e para suas relações com os seus públicos beneficiários, com a sociedade em geral, com os parceiros-financiadores, o Governo e os membros das próprias organizações. Comparando os tipos de usos feitos da comunicação para cada público, procurou-se entender o valor atribuído a cada um pelos gestores das organizações.

A pesquisa sobre os usos da comunicação nos conduziu a conclusões e a novas hipóteses relativas à possibilidade de estar ocorrendo uma inversão de objetivos nas organizações da sociedade civil. Na medida em que os objetivos declarados – a solução de problemas sociais específicos vividos pelos beneficiários –, têm-se transformado em justificativas para a mobilização de recursos de parceiros, do Governo e dos próprios membros das organizações. Estudando os usos da comunicação, tornou-se possível conhecer parte da vida administrativa dessas organizações, indicando o vínculo que o campo das Relações Públicas tem estabelecido entre Comunicação, Administração e Política, conforme Simões (1995 e 2001).

Iniciativas cidadãs: aspectos metodológicos

O estudo, de caráter exploratório, foi conduzido com base nos pressupostos que ressaltam a necessidade de procedermos a uma aproximação cuidadosa

² A pesquisa “Usos da comunicação por organizações da sociedade civil em Belo Horizonte”, sob a coordenação do autor, foi realizada como projeto de Iniciação Científica, com apoio da Pró-Reitoria de Pesquisa e Extensão, do Centro Universitário Belo Horizonte, entre os meses de março e dezembro de 2006.

do contexto social em que o fenômeno acontece. A partir de estudos descritivos recorreu-se ao acúmulo de dados e de informações sobre o objeto em pauta. Para tanto, foi feita uma revisão da literatura especializada na temática das ações de organizações da sociedade civil.

A primeira constatação ao se iniciarem pesquisas sobre as ações dessas organizações é a dificuldade em realizar o levantamento de dados. Há uma grande diversidade de dados secundários, distintos o bastante para serem incomensuráveis. E os levantamentos primários enfrentam uma crescente resistência por parte dos atores organizacionais. Mas dificuldades já haviam sido enfrentadas por autores como Beveridge (1948), Sills (1967), Etzioni (1984), Carvalho (1995), Boschi (1987), Fernandes (1995), Landim (1988, 1993a, 1993b), Salamon *et alli* (2000), Vieira (2001) e Giddens *et alli* (2001), entre outros atores que vêm construindo o conhecimento sobre o que temos chamado de iniciativas cidadãs. E a solução recomendada nesses estudos passa pelo enfrentamento do problema taxonômico (MARTINS, 2003, p. 21). É necessário um sistema classificatório que nos ajude a discernir casos na realidade. Nesse sentido, foi proposto um estudo descritivo que pudesse lançar luz sobre essas práticas sociais.

Na realização desta pesquisa, tomou-se como referência para a seleção de entrevistados uma publicação da Abong com o perfil de suas associadas. Neste universo de mais de 260 organizações, foram selecionadas 28 associadas que aparecem atuando no campo da comunicação (ABONG, 2006). Mais do que procurar um ideal de certeza possível na amostragem probabilística, buscou-se tão somente uma aproximação da realidade do objeto de estudo. A Abong foi escolhida por ser, no Brasil, uma associação de organizações atuantes em diferentes áreas temáticas e que estão distribuídas por todo o território nacional, sendo representativas da diversidade de organizações classificadas como iniciativas cidadãs.

Foi utilizado um conjunto de questões abertas, enviadas por *e-mail* e preenchidas pelo próprio entrevistado. Este questionário constituiu-se de vinte perguntas divididas em categorias como “relações com beneficiários”, “práticas de comunicação”, “demanda de comunicação”, “troca de experiências”, “tomada de decisões”, “fontes de informação”, “avaliação de resultados”, “problemas da organização” e, claro, “instrumentos e técnicas de comunicação”. Procurou-se com essas categorias identificar alguns dos possíveis usos da comunicação entre organizações da sociedade civil.

A partir de uma revisão preliminar da literatura que trata das ações de organizações da sociedade civil no âmbito local e global, diversas fontes foram usadas, tais como teses de doutorado, dissertações de mestrado, artigos acadêmicos, reportagens jornalísticas e relatórios de pesquisas feitas pelas próprias organizações e por organismos internacionais. Em outras palavras, foram considerados os mais diferentes pontos de vista nesta revisão, a fim de se construir um conceito que pudesse ser operacionalizável. Por proximidade de gênero e diferenças específicas, chegamos ao conceito de iniciativas cidadãs, como tentativas organizadas de solução de problemas sociais.

O conceito aqui trabalhado torna mais explícito o objeto em questão e facilita a argumentação, evitando o tempo longo que tem sido dedicado aos aspectos administrativos e financeiros dos estudos dessas organizações. Assim, as ações de organizações da sociedade civil, são entendidas como iniciativas cidadãs. Em outras palavras, iniciativa porque nos remete, no vocabulário das ciências sociais, ao conceito de ação, mas também aos sentidos de escolha e decisão; e “cidadãs” por nos levar a pensar em ações referidas ao convívio humano, aos problemas sociais e às condições de vida das pessoas em sociedade.

A comunicação nas iniciativas cidadãs

A comunicação é um dos pilares da interação humana e é por ela que o convívio entre as pessoas cria e recria as sociedades. Estudar a comunicação feita entre uma organização e seus públicos nos permite conhecer os sentidos que os atores dessas organizações atribuem a esses públicos. Pode-se até medir a força da influência de cada público pelo tipo de instrumento e técnicas de comunicação prevalentes nas relações presentes no sistema organização-públicos. Assim, buscamos entender como as organizações se comunicam com diferentes públicos, considerando os usos de meios de comunicação social e indagando às organizações sobre questões referentes ao seu modo de operação, a fim de identificar a participação (ou não) de públicos específicos no funcionamento da organização. No caso deste artigo, os beneficiários foram considerados com especial atenção para que fosse possível ilustrar algumas hipóteses para novas pesquisas no campo dos estudos da Sociedade Civil.

Entendemos Comunicação Social em um sentido restrito, caracterizado pelas dimensões estrutural e estratégica em uma organização. Como interface entre atores que tentam resolver problemas sociais e os beneficiários que esperam por mudanças significativas e objetivas em suas vidas. Como dito, nosso objeto são as iniciativas cidadãs, ou seja, aquelas ações de interferência na realidade social, tentativas organizadas e coletivas de solução de problemas sociais, produzindo um bem público, por meio da cooperação de indivíduos, grupos e organizações em torno de um objetivo compartilhado.

O tema trabalhado aqui se aproxima daquilo que, no ambiente acadêmico, tem recebido distintas classificações, como, entre outras: 'organizações da sociedade civil', 'organizações independentes/autônomas/voluntárias', 'associativismo', 'voluntariado', 'terceiro setor', 'economia solidária/social', 'responsabilidade social' e 'assistencialismo'. Buscando as semelhanças e diferenças entre esses diversos conceitos, foram destacados os traços comuns

em suas ações, especialmente: a forma privada de organização, as perspectivas de mudança social e a ênfase em recompensas não-monetárias para a participação na ação. Além desses elos, procuramos nos ater ao fato de que em todas as abordagens, encontra-se subjacente um objetivo de *tentativas de solução de problemas sociais*. Claro que o Governo se encaixa nesse conceito e os empresários podem reclamar o caráter social do Mercado. As organizações do Estado e do Mercado foram arbitrariamente excluídas, para que fosse possível concentrar os esforços sobre a ação da sociedade civil.

Campanhas como estratégias comunicacionais das organizações da sociedade civil

O mundo contemporâneo vem experimentando o fortalecimento daquilo que havia sido chamado de “revolução silenciosa” na década de 1970, mas que agora ganha voz nos espaços público nacional e internacional (Tarrow, 2005; McDonald, 2006). Organizações da sociedade civil têm participado cada vez mais no debate de controvérsias públicas locais e globais. No equilíbrio dinâmico que se estabelecem no espaço público transnacional, essas forças sociais buscam aprofundar os processos do desenvolvimento humano no mundo, lutando contra o determinismo dos aspectos econômicos da Globalização e utilizando-se das tecnologias de comunicação disponíveis ao grande capital internacional. A partir dessa constatação na literatura sobre as ações da sociedade civil no plano internacional, buscou-se compreender como as organizações localizadas no Brasil se inserem neste contexto a partir dos usos que têm sido feitos da Comunicação Social como meio para a consecução dos objetivos de mudança social.

As forças que se mostram nas mobilizações que surgem nas e entre as sociedades civis de todo o planeta, pessoas preocupadas com valores diferentes do utilitarismo financeiro tão presente em nossas vidas cotidianas, chamados por Ronald Inglehart (1997) de valores pós-materiais, como a

amizade, a frugalidade e o altruísmo. Valores e modos de vida que se contrapõem à racionalidade instrumental, que dá excessiva ênfase ao cálculo de meios e fins e aos interesses materiais, conforme McDonald (2006). Com uma racionalidade substancial formada por valores como solidariedade e a ênfase em relações de proximidade (e não apenas de intimidade), tomam a frente na orientação da conduta de parte significativa das populações de muitos países, conforme Fernandes (1995), Scherer-Warren (1999), Salamon *et alli* (2000), Vieira (2001), Tarrow (2005) e McDonald (2006). Os estudos indicam a presença crescente dessas iniciativas políticas realizadas por pessoas de todo o planeta, que exercem uma ação direta, interferindo no tecido social e formando redes locais e/ou globais para defender causas coletivas.

Além dos elos indicados acima, a centralidade nos valores pós-materiais entre os atores e as ações de pressão política também caracterizam as iniciativas cidadãs no plano internacional, a saber: o uso criativo de informações que possam influir nas causas do problema; a dramatização das controvérsias públicas; o emprego de campanhas de divulgação de idéias (entendidas tanto no sentido comunicacional quanto no militar, como em ações espetaculares do Greenpeace, por exemplo), como canais alternativos de comunicação (Keck; Sikkinkil, 1998) e a *societal accountability* (Peruzzotti, 2000), com a promoção de escândalos que afetam o prestígio de autoridades e o uso fiscalizador dos meios de comunicação de massa, o *watchdog journalism*.

Keck e Sikkinki (1998) e Scherer-Warren (1995 e 2001) nos levam a aceitar a premissa de que as redes se constituem como estruturas comunicativas que se organizam em torno de princípios de ação, como valores orientadores da conduta – e não dos objetivos em si –, e demandam o estabelecimento de canais de comunicação alternativos para o debate das controvérsias inter e transnacionais. A organização em rede, como princípio de articulação geral, expande o poder de ação do indivíduo e das próprias organizações, possibilitando o acesso a meios mais sofisticados de ação e amplia a probabilidade de êxito, por meio do padrão bumerangue (KECK E SIKKINKI,

1998, p.13). Hoje vivemos a possibilidade de receber apoio local de pessoas presentes em outros pontos do planeta. É uma boa época para se viver.

Autores como Keck e Sikkink (1998) ou Esteva e Prakash (1998), entendem que as estratégias de ação das redes transnacionais de proteção são baseadas em campanhas que servem à difusão de valores e idéias, bem como de ações e resultados, entre os diversos grupos participantes de uma rede. Assim, poder-se-ia entender essas campanhas de uma perspectiva pragmática, onde os seus efeitos fariam parte do sentido que elas produzem na sociedade. E não apenas, a divulgação de idéias como um fim em si, mas como um meio para produzir mudanças sociais. Essas campanhas que expressam os interesses dos ativistas seriam um dos principais usos da comunicação feitos por organizações que praticam iniciativas cidadãs no plano internacional. Esses e outros usos não são estranhos ao plano local, como vemos com Esteva e Prakash (1998) ou no caso do movimento dos Neo-Zapatistas, como em Rubim (1996).

Nas redes de organizações que praticam iniciativas cidadãs, a ação estratégica de identificação de um problema social é feita a partir da especificação de uma causa a ser trabalhada e para a qual se apresentam soluções alternativas, veiculadas nas campanhas em uma linguagem que expressa um drama social vivido por uma dada coletividade. Campanhas que tentam tocar o sentimento e servir como ato disparador de uma suposta vontade de se engajar em uma causa que faça sentido para a pessoa que recebe essas comunicações. A tentar romper com os estados de negação do sofrimento do outro de que trata Cohen (2001). Outra forma de influência que as redes praticam é conseguida com estratégias de pressão política pelo uso da mídia para atingir o prestígio de governantes e empresários, atacando-os em uma de suas principais fontes de legitimidade social e, portanto, de poder. Enfim, na produção científica sobre as ações de redes de ativistas percebe-se a necessidade da comunicação como uma instância de diálogo e troca de experiências, mas também como

meio de produção de escândalos e constrangimentos ao poder simbólico de políticos e de empresários: o seu prestígio na sociedade.

Considerações sobre os resultados da pesquisa sobre os usos da comunicação

A análise de dados foi dividida em oito categorias: *Relações com beneficiários*, *Troca de experiências*, *Tomada de decisões*, *Avaliação de resultados*, *Principais problemas*, *Superação de dificuldades*, *Fontes de informação* e *Instrumentos e técnicas de comunicação*.

No que se refere às relações com os beneficiários, os entrevistados afirmaram que seus públicos beneficiários eram Crianças e Adolescentes, Mulheres, Presidiários, Trabalhadores Rurais, Profissionais da Educação e da Saúde, Organizações Populares e Movimentos Sociais. Suas organizações atuam com a intenção de “diminuir a vulnerabilidade juvenil”, “eliminar o preconceito e a discriminação”, “melhorar a qualidade da informação”. Essas organizações estabelecem relações com as pessoas atendidas por suas iniciativas de diversas formas, como “visitas a estabelecimentos prisionais e instituições de internação de adolescentes em conflito com a lei”, ou através de reuniões com pessoas conhecidas em ações anteriores da própria organização. É notável, quanto aos métodos de relacionamento com as pessoas atendidas pela organização, que os instrumentos e técnicas utilizados indicam a grande demanda por técnicas de comunicação que promovam o diálogo entre diferentes atores da sociedade. Para que essas relações aconteçam são usadas técnicas como a organização de eventos, a promoção de encontros como fóruns para o debate de controvérsias, a edição de publicações, a promoção de campanhas civis, com o uso de *folhetos*, de *faixas* e *banners* a fim de atrair a atenção dos públicos beneficiários em cada projeto-ação. Mas há casos em que a sistematização de informações sobre a realidade vivida por estes sujeitos (por exemplo, o “monitoramento de denúncias de violação de

direitos”), permite à organização estabelecer um contato com a pessoa que viria a ser chamada a participar da ação proposta pela organização.

Quanto à troca de experiências, entre os principais parceiros encontram-se o Estado e as igrejas, além da própria sociedade civil organizada e de universidades públicas e privadas. É interessante notar que essa parcela de organizações não pensa os seus beneficiários como parceiros para a ação, mas há grande associação com organizações similares.

Indagadas sobre “como são tomadas as decisões em sua organização”, os entrevistados disseram que elas são geridas pelos próprios membros ocupantes de cargos de decisão, como diretoria, coordenação ou assembleias. Foi interessante notar a ausência de referências aos beneficiários nos processos de tomada de decisões nas organizações ou do processo de “definição dos problemas que serão trabalhados pela organização” e dos quais eles tomam parte como as pessoas que vivem o problema.

Parece haver um paradoxo aqui. O problema é pensado pelos membros da organização, mas é vivido pelos beneficiários dessa mesma organização. Por que estes não são instados a participar da própria definição de problemas e na proposição de caminhos a seguir? Vale questionar a adequação do termo beneficiário, como o receptor de um bem. Quem define o que é bem nessa relação?

Mas isso depende de conhecermos os resultados dessas iniciativas, quando esbarramos em um grande obstáculo epistemológico neste campo. A avaliação de resultados é uma das áreas mais obscuras desse campo de estudos.

A avaliação dos resultados de suas iniciativas é feita formalmente pelas organizações entrevistadas. Métodos como “entrevistas em profundidade”, “relatórios dos membros das organizações” ou “reuniões regulares” entre os seus membros são utilizados neste processo. Há organizações que fazem a

avaliação por meio de conversas informais com os beneficiários, o que pode acarretar avaliações superficiais e assistemáticas. Os beneficiários participam das avaliações de resultados, mas isso parece ser uma exceção. Entre as razões do envolvimento dos beneficiários estão as “dificuldades para se reunirem todos os interessados”

Algumas das dificuldades enfrentadas pelas organizações são: o “aumento do volume de trabalho”, a “escassez de recursos financeiros” e a “infra-estrutura”, de natureza administrativa. A “má comunicação entre os membros da organização” e mesmo a “dificuldade de mudar a cultura da organização” podem ser entendidas como outros pontos em que a competência em comunicação surge como necessidade das organizações da sociedade civil.

As estratégias para a superação das dificuldades que os entrevistados disseram ser preciso realizar são: “negociar projetos/captar recursos”, “promover reorganização institucional/planejamento”, “formular plano de comunicação/marketing social”, “formular alianças estratégicas/ampliar articulações de rede” e, por fim, “melhorar instalações/espço físico”. Ressalte-se a consideração de se construir um plano de comunicação com intenções de solução de problemas organizacionais e não como simples divulgação de interesses da organização.

No que se refere aos fatores dos quais dependerá o sucesso da organização, “Da visibilidade da organização para a sociedade”, “Da formação de parcerias internacionais”, “Da participação em redes e coalizões de organizações”, “Da qualidade de informações sobre os beneficiários”. Houve referências considerando que a “participação dos beneficiários nos projetos” não será um fator de influência no sucesso da organização. O que indica o distanciamento já referido.

Entre as fontes de informação mais importantes para os entrevistados podem-se destacar as “Fontes internas a própria associação”, “Comunidades e

beneficiários”, “Universidades”, “Eventos técnico-científicos” e “Organizações Internacionais”. Foi interessante notar que meios como “internet” e “mídia comercial” não são utilizados pelas organizações entrevistadas. E que os beneficiários surgem como fonte de informações. Dado que as ações dependem do conhecimento sobre as possibilidades de se realizarem as ações numa dada localidade.

Quanto aos instrumentos usados para estabelecer comunicações na e para a organização foram indicados diferentes meios segundo o tipo de público a que se referia a comunicação. Assim, instrumentos que permitem um contato de maior proximidade como “reuniões” e “telefonemas” e o “e-mail” são mais usados entre os próprios membros da organização, seus parceiros e o Governo. Já os instrumentos que são mais adequados a uma comunicação à distância são usados com os beneficiários e a sociedade em geral. Assim, através de “Eventos”, pelo “Boca-a-Boca”, por “Folhetos”, “*Banners*”, “Rádio”, “Faixas” e “Jornal/Revistas” são os instrumentos de comunicação utilizados com essa categoria de públicos.

Conclusão

Se uma idéia pode sintetizar a necessidade da comunicação percebida na revisão da literatura consultada, não seria uma idéia simples da *comunicação aproximando pessoas e reduzindo distâncias*, mas uma idéia complexa da *comunicação promovendo encontros e criando diálogos*. A distância que essas organizações podem reduzir não é apenas a distância espaço-temporal considerada por Harvey (1993), mas sim a distância social, pela redução da apatia, da indiferença e do preconceito presentes na sociedade. Mas, ao mesmo tempo, pode estar ocorrendo entre os membros de organizações da sociedade civil e os seus públicos beneficiários essa mesma distância que se pretende superar nas relações sociais cotidianas.

As técnicas e instrumentos de comunicação aparecem como uma importante necessidade das organizações. Pois os encontros, congressos, a internet e as publicações referidas como as principais oportunidades para que essa troca ocorra, precisam ter a eficácia necessária à promoção desse debate e a essa troca de experiências. Tanto nas relações com os beneficiários, quanto nas trocas de experiências encontra-se presente a necessidade da comunicação como meio de promoção de encontros e de debate de idéias. Vale ressaltar que essas são conclusões percebidas tanto na revisão da literatura quanto nas respostas das organizações entrevistadas. Assim, a relação cruzada entre a participação dos públicos beneficiários nos processos internos à organização e a predominância de determinadas técnicas e instrumentos de comunicação possibilitam inferir uma relação entre o tipo predominante de meio de comunicação utilizado e o sentido de proximidade ou distância em relação a públicos específicos.

A proximidade maior de públicos específicos, como financiadores, Governo e membros da própria organização, é entendida a partir do poder de influência (Simões, 1995) que eles exercem sobre a vida das organizações. Mas a distância relativa aos beneficiários e à sociedade em geral pode ser indício de um desvio de objetivos, segundo Etzioni (1984), quando ele mostra que em algumas situações a razão de ser da organização passa a ser sua serva e não sua senhora. Fato que já havia sido notado por Sills (1967), quando ele discorre sobre a mudança de objetivos entre organizações voluntárias e por Boschi (1984), quando ele se refere ao dilema das associações civis, a saber: a solução do problema que deu origem à organização pode significar o fim da razão de ser dessa organização.

Pode parecer óbvia a dependência das organizações daqueles públicos que lhes dão as condições de possibilidade de existência. Mas deixa de ser uma questão tão simples, quando pensamos que a razão de ser dessas organizações são os problemas sociais vividos por pessoas específicas, com

as quais parecem estar sendo estabelecidas relações com uma distância perigosa.

Cabe perguntar quais são os objetivos dessas organizações que pretendem resolver problemas sociais e por quais valores elas se orientam. E essa é uma questão que merece o desenvolvimento de novas pesquisas que evitem os riscos do moralismo e que busquem os rigores do pensamento científico. Pesquisas que considerem as dimensões latentes e manifestas do discurso das organizações e que procedam a análises pragmáticas das iniciativas cidadãs. Porque, como é possível perceber neste estudo, estudar a comunicação nas iniciativas cidadãs significa entender a cosmovisão dos envolvidos nesse tipo especial de interação social de natureza política que interfere na realidade cotidiana de nossa sociedade.

Referências bibliográficas:

ABONG. **Ongs no Brasil:** perfil das associadas à ABONG. Rio de Janeiro: Abong Nacional, 2006.

BEVERIDGE, Lord. **Voluntary action:** a report on methods of social advance. Londres: George Allen & Unwin Ltd, 1948.

BOSCHI, Renato. **A arte da associação:** política de base e democracia no Brasil. Rio de Janeiro: IUPERJ/Vértice, 1987.

CARVALHO, Nancy. **Autogestão:** o nascimento das ONGs. 2. ed. rev. São Paulo: Brasiliense, 1995.

COHEN, Stanley. **States of denial:** knowing about suffering and atrocities. London: Polity, 2001.

ESTEVA, Gustavo, PRAKAHASH, Madhu. **Grassroots post-modernism:** remaking the soil of cultures. Londres: Zed Books, 1998.

ETZIONI, Amitai. **Organizações complexas:** um estudo das organizações em face dos problemas sociais. 1ª. Ed. São Paulo: Atlas, 1967.

_____. **Organizações Modernas.** 7. ed. São Paulo: Pioneira, 1984.

FERNANDES, Rubem César. Elos de uma cidadania planetária. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 28, a.10, jun 1995.

GIDDENS, A. *et alli*. **Global Civil Society Yearbook**. Londres: London School of Economics, 2001.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1993.

INGLEHART, Ronald. **Modernization and Post modernization**: cultural, economic and political change in 43 societies. Princeton: Princeton University Press, 1998.

KECK, Margareth, SIKKINKI, Kathryn. **Activists beyond borders**: advocacy networks in international politics. Ithaca-Londres: Cornell University Press, 1998.

LANDIM, Leilah. **Sem fins lucrativos**: as organizações não governamentais no Brasil. Rio de Janeiro: ISER, 1988.

_____ (1993a). **A invenção das ONGs**: do serviço invisível à profissão sem nome. Rio de Janeiro: UFRJ. [Tese de doutoramento em Antropologia Social, pelo Museu Nacional], 1993.

_____ (1993b). **Defining the Non-Profit Sector: Brazil**. Baltimore: The Johns Hopkins University, 1993

MARTINS, Eduardo M. **A miragem do terceiro setor: uma crítica sociológica**. Belo Horizonte: Departamento de Sociologia e Antropologia/UFMG. [Dissertação de Mestrado], 2003.

MCDONALD, Kevin. **Global movements**: action and culture. Londres: Blackwell Publishing, 2006.

PERUZZOTTI, Enrico. **Towards a new politics**: citizenship and rights in contemporary Argentina. Buenos Aires: Universidad Torcuato Di Tella, 2000.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. A comunicação e a política dos neo-zapatistas. **Cadernos do Ceas**, Salvador, (165): 64-85, nov-dez 1996.

SALAMON *et alli* . **Social Origins of Civil Society**: an Overview. Baltimore: The Johns Hopkins University, 2000.

SANTOS, Boaventura S. Towards a Multicultural Conception of Human Rights. In: FEATHERSTONE, Mike. **Spaces and Culture**: city-nations-world. Londres: Sage, 1989.

SCHERER-Warren, Ilse. ONGs na América Latina: trajetória e perfil. In: VIOLA, Eduardo J. *et alli*. **Meio ambiente, desenvolvimento e cidadania**: desafios

para as ciências sociais. São Paulo: Cortez; Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 1995.

SCHERER-Warren, Ilse. **Cidadania sem fronteiras: ações coletivas na era da globalização.** São Paulo: Hucitec, 1999.

SILLS, David. **A modificação de objetivos.** Em ETZIONI, Amitai. **Organizações complexas: um estudo das organizações em face dos problemas sociais.** São Paulo: Atlas, 1967

SIMÕES, Roberto P. **Relações Públicas: função política.** São Paulo: Summus, 1995.

_____. **Relações Públicas e micropolítica.** São Paulo: Summus, 2001.

TARROW, Sidney. **The New Transnational Activism.** Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

VIEIRA, Liszt. **Os argonautas da cidadania: a sociedade civil na globalização.** Rio de Janeiro: Record, 2001.