em questão
E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
v. 19, n.2 – Jul./Dez. 2013

Representações e sentidos acerca do trabalho escravo contemporâneo: um estudo sobre a campanha *De olho aberto para não virar escravo* e o lugar do sujeito (trabalhador escravo) na mídia

Flávia de Almeida Moura
Doutoranda; Universidade Federal do Maranhão;
flaviaalmeidamoura29@gmail.com

Resumo: O artigo analisa estratégias de comunicação no âmbito da Campanha de Prevenção e Combate ao Trabalho Escravo intitulada *De olho aberto para não virar escravo*, desenvolvida pela Comissão Pastoral da Terra (CPT), entidade ligada à Igreja Católica. Embora a campanha seja nacional, a discussão proposta trata mais diretamente das redes de aliciamento e denúncia da escravidão contemporânea no estado do Maranhão, objeto de pesquisa realizada desde 2010 por intermédio do projeto *Vozes da Esperança: estratégias de comunicação em redes de aliciamento e denúncia no contexto do trabalho escravo contemporâneo no Maranhão*, coordenado pela autora. Paralelamente à análise da campanha, buscamos entender aqui o lugar do sujeito (trabalhador escravo) na mídia a partir da produção e recepção de representações e sentidos.

Palavras-chave*:* Estratégias de comunicação. Redes. Trabalho escravo.

1 Introdução

O presente artigo apresenta parte do esforço de pesquisa realizado no âmbito do projeto *Vozes da Esperança: estratégias de comunicação em redes de aliciamento e denúncia no contexto do trabalho escravo no Maranhão*[1] e tem como objetivo analisar a Campanha de Prevenção e Combate ao Trabalho Escravo promovida, desde 1997, pela Comissão Pastoral da Terra (CPT)[2] intitulada *De olho aberto para não virar escravo*.

Paralelamente aos estudos acerca desta campanha institucional, bem como suas estratégias de comunicação [3]voltadas para os trabalhadores vulneráveis ao trabalho escravo[4] e também envolvendo os agentes do movimento social, a pesquisa em curso inicia algumas discussões sobre a produção e a recepção de representações

e sentidos do sujeito (trabalhador escravo) na mídia brasileira a partir de análises de algumas reportagens televisivas e vídeos institucionais veiculados entre 2010 e 2013. Vale esclarecer que esta segunda parte dos estudos apresentados deverão ser aprofundados durante o percurso de doutoramento da autora, iniciado no segundo semestre de 2012.

Neste artigo, pretendemos expor alguns conceitos teóricos e metodológicos, principalmente oriundos dos campos da Sociologia, Linguística e da Comunicação, que tem nos ajudado perceber a problemática supracitada. Também indicamos aqui alguns caminhos de pesquisa planejados para dar continuidade aos estudos, ainda em desenvolvimento.

Em três anos de pesquisa, podemos identificar algumas informações relevantes para a análise aqui proposta. Durante a primeira etapa do trabalho de campo, realizada em julho de 2010, identificamos redes de aliciamento para o recrutamento de mão-de-obra em atividades consideradas de trabalho escravo tanto dentro do estado do Maranhão como para trabalhar em outros estados brasileiros ou até fora do país. Observamos que nestas redes de aliciamento funcionam sistemas de comunicação que utilizam os canais mais acessíveis àqueles públicos (no caso, os trabalhadores), como as chamadas "vozes", sistemas de comunicação formados por alto-falantes tipo megafone que funcionam geralmente próximos ao comércio local, aparelhos de som colocados em automóveis, bicicletas, postes, entre outros, que passam a informação de oferta de emprego, na maioria das vezes com propagandas "enganosas" de promessas de oportunidades para ganhar dinheiro ou melhorar as condições de sustento.

Numa outra ponta, outro sistema de comunicação identificado durante a pesquisa (resultados de trabalho de campo realizado em julho de 2011) se dá entre agentes da igreja católica e/ou movimento social (que fazem um trabalho de prevenção e denúncia acerca do trabalho escravo contemporâneo) e os trabalhadores ou entre os próprios trabalhadores que se encontram vulneráveis ao trabalho escravo. Esses canais de comunicação são responsáveis por fazer chegar a informação aos trabalhadores acerca de seus direitos bem como atraí-los aos locais de denúncia e mediação (na maioria das vezes as pastorais sociais ligadas à igreja católica ou os

centros de defesa). É sobre a análise das estratégias de comunicação desta rede de denúncia, mais especificamente orientada pela CPT em âmbito nacional, mas com forte ressonância no Maranhão, que nos debruçamos nesta comunicação.

Neste contexto, a pesquisa em curso busca entender o funcionamento desses dois sistemas de comunicação, intitulados como *Vozes da Esperança*, que são responsáveis ora por atrair os trabalhadores a uma "promessa de trabalho", depois caracterizada por condições de trabalho escravo (rede de aliciamento) e ora por "libertá-los" dessa situação (rede de denúncia da exploração do trabalho).

Durante as discussões teóricas do grupo de pesquisa e mesmo em observações e conversas na ocasião dos trabalhos de campo, procuramos investigar preliminarmente junto aos trabalhadores rurais a relação dos mesmos com a mídia (como produtores e receptores de informação) bem como com os discursos relacionados ao trabalho escravo contemporâneo, veiculados em instâncias midiáticas brasileiras no que dizem respeito ao que Verón (1980) chamou de "efeitos do sentido", isto é, processo que vai da produção ao consumo de sentido, sendo a mensagem o ponto de passagem que dá suporte à circulação social das significações.

Uma referência primeira decorrente de pesquisa documental que tomamos para iniciar esta investigação foi de um relatório[5] desenvolvido entre os anos de 2007 e 2008, pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), que demonstra formas de acesso às principais campanhas de combate ao trabalho escravo no Brasil por parte de trabalhadores rurais entrevistados. De acordo com o estudo da OIT, pelo menos 79% dos trabalhadores já tinham ouvido falar sobre o assunto, sendo que deste universo pelo menos 44% por meio de TV; 35% pelo rádio; 11,7% pela *sanfoninha*[6] da CPT; 11% por amigos; 10% por cartazes; 5% pelos sindicatos e 4% por meio da programação de comunicação interna de TV da Estrada de Ferro Carajás, conhecida como *Trem da Vale*[7].

Dessa forma, entendemos que este estudo, ainda em curso, pode aprofundar análises da relação entre os meios de comunicação de massa (principalmente o rádio e a TV comerciais) e os meios de comunicação mediados pelo movimento social

(incluindo aqui rádios comunitárias e outros), resultantes em formato de materiais de divulgação das campanhas de combate ao trabalho escravo no Brasil.

2 A Campanha da CPT no contexto da rede de denúncia do trabalho escravo no Maranhão

Durante o percurso da pesquisa, tivemos a oportunidade de entrevistar trabalhadores **resgatados**[8] do trabalho escravo em regiões do Maranhão bem como agentes do movimento social local, regional e até mesmo nacional que compõem a rede de denúncia da escravidão contemporânea no Brasil. Como entidade local e regional, temos a referência do Centro de Defesa da Vida e dos Direitos Humanos de Açailândia/Carmen Bascarán (CDVDH/CB), bem como agentes regionais da CPT no Maranhão. Como entidades nacionais, temos como referências em nossas pesquisas a CPT/Nacional, por intermédio do coordenador da Campanha Nacional de Prevenção e Combate ao Trabalho Escravo, o frei Xavier Plassat, que trabalha pela CPT de Araguaína (TO), bem como a ONG Repórter Brasil[9], formada por comunicadores e educadores sociais, com sede em São Paulo,mas fortemente atuante nos estados do nordeste e Amazônia Brasileira, regiões com maiores índices de casos de escravidão contemporânea no país.

Durante o contato com os trabalhadores, fomos surpreendidos com a utilização de um dos materiais da campanha da CPT, amplamente conhecido por eles. Trata-se da chamada *sanfoninha*, um material impresso dobrado em várias partes, que cabe no bolso e que conta, por intermédio de uma história em quadrinhos (HQ), uma história bem conhecida dentre os trabalhadores escravizados: um agenciador que convida um grupo de trabalhadores para uma empreitada prometendo verbalmente algumas condições de trabalho, mas que chegando no local, não era nada daquilo que prometia. Situações de maus tratos, desrespeito à dignidade humana, condições insalubres de trabalho (alojamento, alimentação) e demais são tratadas no HQ que, ao final, indica a denúncia como a melhor solução: "Diga não à escravidão. Obrigar alguém a trabalhar por dívida ou mediante fraude

ou violência ou em condições degradantes é crime. Impedir sua saída é crime. Denuncie!" (Trecho extraído da sanfoninha da CPT, 2011)

Nas páginas subsequentes do material, seguem dicas acerca de contrato de trabalho, acordo coletivo, carteira assinada bem como telefones e endereços úteis de entidades que formam a rede de denúncia, espalhadas por todo o país.

Figuras 1 e 2 - *Sanfoninha* da CPT versão 2011.



Fonte: CPT/Nacional

Partindo de uma classificação proposta por Ana Carolina Escosteguy (2004), nos apropriamos do arcabouço teórico-metodológico para analisar as estratégias da campanha da CPT a partir de uma abordagem "Sociocultural"[10] uma vez que procura trabalhar numa visão complexa do processo de recepção dos produtos de comunicação levando em consideração relações sociais e culturais.

Esta abordagem também nos ajuda a refletir acerca do lugar do trabalhador escravo na mídia a partir de estudos teóricos (com base nos estudos de recepção) e empíricos (com contribuições da pesquisa qualitativa principalmente advinda da abordagem etnográfica[11] na busca dos sentidos e representações sociais dos mesmos).

Para esta finalidade, utilizamos como técnicas de coleta de dados principalmente a pesquisa qualitativa, com entrevistas e observação participante junto a trabalhadores rurais maranhenses que foram **resgatados** em situações de trabalho escravo ou encontram-se vulneráveis a esta situação principalmente devido às condições de vida[12]. Neste sentido, a contribuição da abordagem etnográfica nos ajudar a pensar os estudos de recepção como o estudo do outro, pessoal ou

impessoal.

> A pesquisa qualitativa-etnográfica tem sido caracterizada pelo diálogo estabelecido entre o pesquisador e o pesquisado, na compreensão do receptor como sujeito do processo de recepção, e no entendimento do meio social onde ele está inserido. Na investigação etnográfica, o acontecimento e o comportamento do sujeito não têm valor por si mesmos, mas sim quando estes eventos se tornam história e adquirem valor por serem escolhidos e recontados pelo 'informante', que dá forma ao real, como realidade narrada, como um ato de enunciação. Fatos empíricos adquirem valor dentro e através do discurso do sujeito investigado; o discurso do pesquisador que o interpreta dá-lhe a autenticidade da experiência sem conferir qualquer importância para a sua realidade histórica. (GUEDES, 1998, p.110).

Procuraremos utilizar a etnografia como principal método de pesquisa de campo, uma vez que os trabalhadores serão visitados periodicamente no período de um ano para conversas informais e observação participante acerca de suas representações sociais como trabalhadores egressos do trabalho escravo contemporâneo. Num segundo momento do campo, serão feitas exibições de reportagens e vídeos institucionais veiculados pela mídia e trabalhado, junto aos informantes, as representações sociais deles na mídia. Nos apropriaremos da metodologia de grupo focal[13] para coletar as impressões dos trabalhadores após a exibição do material escolhido no *corpus* da pesquisa.

Por outro lado, buscamos analisar a partir das contribuições de estudos de discursos linguísticos e de representações sociais (ARAÚJO, 2002; AMORIM, 2004; BOURDIEU, 1996; FAIRCLOUGH, 2001; ORLANDI, 2007) alguns produtos veiculados sobre o tema em formatos de materiais de divulgação (no âmbito dos movimentos sociais) e de reportagem jornalística e institucionais de campanhas nacionais de combate ao trabalho escravo no Brasil, veiculados principalmente na televisão[14].

Bourdieu (1996) explica que condenamo-nos a procurar o poder das palavras nas palavras, ou seja, num lugar onde ele não está. Para o autor, o poder das palavras é apenas o poder delegado do porta-voz e de suas palavras.

em questão
E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
v. 19, n.2 – Jul./Dez. 2013

> A eficácia simbólica das palavras só se exerce na medida em que aquele que dela é alvo reconhece que aquele que a exerce como ¨fundado¨ para a exercer ou, o que vem a ser a mesma coisa, se esquece e se ignora submetendo-se-lhe como se tivesse contribuído, pelo reconhecimento que lhe concede, para fundá-la. (BOURDIEU, 1996).

Para o coordenador da campanha da CPT, Xavier Plassat, o objetivo principal é a construção e a articulação de uma rede de entidades engajadas na prevenção e no combate ao trabalho escravo, a partir de uma grande mobilização e sensibilização de multiplicadores e parceiros tanto locais, como regionais, estaduais, nacionais e mesmo internacionais.

> Aproveitamos todas as oportunidades possíveis de aparição pública da campanha (entrevistas, debates, prêmios) para pautar a mídia, tanto nacional como internacional com bastante comunicação voltada para Europa e EUA, onde temos parceiros eficazes, como: *Free the Slaves, AntiSlavery International*, CRS, Trocaire, Fastenopfer (ONGs e agências de fomentos). (XAVIER PLASSAT, 2011)[15].

Para Quandt e Souza (2008), a análise das redes sociais deve observar elementos primários (elos entre os nós da rede) e secundários (os atributos dos atores). Para os autores, o conceito de redes sociais passa pelo entendimento de estruturas dinâmicas e complexas formadas por pessoas com valores e/ou objetivos em comum, interligadas de forma horizontal e predominantemente descentralizada. Embora com este conceito, os autores identificam hierarquias e centralidades na formação das redes. Aqui podemos pensar em atores centrais (no caso da análise, os agentes da CPT em todo o território brasileiro), que propõem ações aos demais atores, como é o caso dos parceiros (Centro de Defesa de Açailândia/MA) e dos públicos propriamente ditos, no caso, os trabalhadores. Embora identifiquemos facilmente essa hierarquia e centralidade, para se manter como rede, é necessário que todos os atores envolvidos tenham participação efetiva, por mais que suas posições em geral sejam caracterizadas por duas visões principais: posicional e relacional.

> De acordo com a teoria das redes sociais, as duas visões de estrutura (relacional e posicional) permitem que se realize o levantamento do desenho da rede, da conexão entre os atores, além dos padrões de relacionamento. Há uma diferença fundamental entre as duas abordagens: enquanto a abordagem posicional tende a retratar a estrutura existente em um determinado momento, a abordagem relacional permite identificar sinais de evolução nos padrões de interação da rede. (QUANDT ; SOUZA, 2008, p. 44-45).

Sobre a utilização da *sanfoninha*, Plassat informa que a primeira versão foi produzida em 1998 e, desde lá, a cada ano, o material é atualizado e reimpresso. Ele explica que o material de divulgação se destina ao trabalhador em situação de risco e, para chegar a este trabalhador, depende de equipes, sindicatos, associações parceiras e dos próprios trabalhadores que muitas vezes pedem para seus colegas. Todas as equipes da Campanha recebem uma quantidade suficiente para seu trabalho e de seus parceiros regionais e a distribuição é feita de mão em mão, mediante uma conversa de quem entrega; alguns fiscais do MTE distribuem aos trabalhadores resgatados no ato da fiscalização.

Sobre a tiragem do material, o coordenador da campanha afirma que começou com 25 mil e, em 2011, foram impressos 100 mil exemplares. Os recursos para impressão são diversos: projetos aprovados por intermédio da Secretaria Extraordinária de Direitos Humanos, bem como por agências de fomento internacionais que financiam projetos junto à entidade.

> A *sanfoninha* foi uma criação coletiva que nasceu das discussões da coordenação da Campanha sobre a necessidade de um instrumento simples com informações básicas, destinado a um trabalhador em situação de risco ou no 'aperto', longe de casa, e geralmente sem leitura (daí a história em quadrinhos para o trabalhador ter condições de se identificar com este trabalhador iludido e escravizado). (XAVIER PLASSAT, 2011)[16].

Sobre as modificações pelas quais o material já passou, Xavier Plassat informa que já foram elaboradas vinhetas que aludissem ao trabalho nos canaviais e a situações que não fossem necessariamente de trabalho escravo, mas o material que nunca deixam de imprimir atualiza, a cada ano, os números de telefones das entidades parceiras que recebem denúncia de escravidão. Ele explica ainda que até 2009, a *sanfoninha* sempre vinha com o calendário do ano; mas que de lá para cá,

para não provocar o vencimento antecipado, o calendário foi substituído por uma mensagem e um desenho.

O público que consome o material é formado essencialmente por trabalhadores interessados pelo conteúdo informativo. A aceitação pode ser considerada excelente, segundo a CPT: "é o tipo de artigo que não vai para o lixo ou não é abandonado no chão; pela forma de distribuição personalizada e pelo conteúdo e utilidade evidente, e também o aspecto agradável e o material resistente, tem longa vida no bolso do trabalhador.".

Muitos denunciantes se referem explicitamente à *sanfoninha* para explicar como chegaram até os escritórios ou aos telefones de contato. Durante o trabalho de campo, identificamos vários trabalhadores que chegaram até o Centro de Defesa de Açailândia (MA) por intermédio da sanfoninha da CPT. Esses trabalhadores vinham, em sua maioria, de outras regiões do Maranhão ou mesmo de estados vizinhos, como Pará e Piauí.

Além da *sanfoninha*, a campanha da CPT utiliza outros materiais como cartazes com a logomarca da campanha (o garoto propaganda), que também trazem a lista dos números de telefone das entidades parceiras com a orientação principal: Denuncie! O cartaz apresenta-se em versões diferentes: ora com reprodução da história em quadrinhos da *sanfoninha*, ora somente com a imagem do trabalhador e os contatos para denúncia.

Fgura 3 - Cartaz da Campanha da CPT.



Fonte: CPT/Nacional

Mas o ponto forte de articulação da campanha da CPT é a capacidade de levantamento de dados de denúncia e fiscalização de situações de trabalho escravo no Brasil desde 2000. A partir de uma planilha Excel com umas 25 colunas, o banco de dados identifica para cada caso, as características essenciais que interessam para o monitoramento das denúncias: data, estabelecimento, proprietário, **gato**[17], localidade, número de trabalhadores, grau de gravidade (1,2,3), data de fiscalização, quantos resgatados, valor pago, atividade ou serviço desenvolvido. Algumas fórmulas instaladas na planilha permitem o processamento dos casos registrados, fornecendo uma análise consolidada do ano (e dos vários anos, acumulados desde 2000) e constantemente atualizada: por fonte, por status da fiscalização, por estados da federação, por município, por atividade, por grande região, por equipe. A capacidade de cruzamento das informações contidas nos bancos de dados facilita a construção de relatórios, que são utilizados tanto para angariar fundos a desenvolvimento de projetos sociais bem como para realizar denúncias junto a organismos internacionais, como o caso da Organização Internacional para o Trabalho (OIT), Organização dos Estados Americanos (OEA) e Organização das Nações Unidas (ONU).

Para pensar essas relações locais e internacionais, nos apropriamos do conceito de "rede" que Enesita Araújo (2002), trabalhada em sua tese de doutoramento. Ao propor um modelo de comunicação em redes, a autora utiliza a figura da espiral ligando o centro à periferia para conseguir relacionar em rede -- pensada como um modelo horizontal de comunicação – as condições desiguais dos interlocutores quanto às questões de produção, circulação e consumo das informações.

> Redes são espaços sociais e, como tais, são arena dos embates sociais e de lutas políticas. São espaços de articulação de campos e eixos de poder. Redes possibilitam tanto a reprodução quanto a transformação das relações de poder. Os ajustes, as mediações, as negociações, as apropriações, o processo político, enfim, é feito ao nível do território concreto, no nível local. (...) O conceito de "rede" permite compreender melhor a produção dos sentidos sociais e, em decorrência, a própria prática social. (ARAÚJO, 2002, p. 119).

Ainda para Enezita Araújo, em seu texto *Mediações e Poder*, o poder simbólico exerce-se nas relações sociais, na capilaridade social; é constituído e constitui-se na dinâmica social. Neste caso, os agentes sociais disputam poder a partir de suas práticas discursivas. É o que observamos com as entidades do estudo em questão: tanto em âmbito nacional, como a CPT, quanto em âmbito internacional, como a OIT, OEA e ONU, produzem sentido em seus discursos; o que resulta em ações articuladas e financiadas para o combate ao trabalho escravo (ARAÚJO, 2000).

Neste sentido, a autora entende o conceito de mediação como redes de produção e sentidos que articulam e produzem as posições discursivas dos atores sociais. A CPT, no caso, entende que somente fazendo essas articulações internacionais, consegue pressionar o governo brasileiro a investir no combate ao trabalho escravo.

> As mediações são produzidas por um processo multidimensional e multidirecional, entre outras razões, pelo fato de que as pessoas ocupam diferentes posições sociais e lugares de fala, sendo portanto agentes de múltiplas mediações. (ARAUJO, 2000, p.6).

Norman Fairlclough (2001), influenciado pelos estudos culturais britânicos, também nos auxilia ao ponto que estuda a influência das relações de poder sobre o conteúdo e a estrutura dos textos, no nosso caso, com interesse, sobretudo, nos discursos midiáticos. Para ele, ao usar o termo discurso, há uma proposta de considerar o uso de linguagem como forma de prática social e não como "[...] atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais." (FAIRCLOUGH, 2001, p. 92).

Fairclough (2001) entende discurso como (a) modo de ação, como (b) forma de representação, como (c) identidade, como relação social (relacional) (d) e como construção de sistemas de conhecimentos e crenças (e) (ideacional). Neste contexto, o autor defende o discurso como transformação social.

> A prática discursiva é constitutiva tanto de maneira convencional como criativa: contribui para reproduzir a sociedade (identidades sociais, relações sociais, sistemas de conhecimento e crença), como é, mas também contribui para transformá-la. [...] É importante que a relação entre discurso e estrutura social seja considerada como dialética para

> evitar os erros de ênfase indevida: de um lado, na determinação social do discurso e, de outro, na construção social do discurso. (FAIRCLOUGH, 2001, p.92).

Interessamos por esta discussão do discurso como transformação social ao analisar sujeitos da recepção e do consumo também como produtores de discursos, capazes de transformar ou passíveis de serem transformados e ressignificados pela mídia.

3 Representações do sujeito (trabalhador escravo) na mídia

Uma das questões centrais que começamos a fazer para a segunda fase do desenvolvimento da pesquisa (ainda em andamento) é compreender qual o lugar do trabalhador rural no contexto da escravidão contemporânea na mídia brasileira a partir de estudos acerca da produção e da recepção de representações e sentidos. Como ele se representa, é representado e se vê representado na e pela mídia?

Quando nos reportamos à mídia, neste caso, falamos tanto dos meios massivos de comunicação quanto dos meios de comunicação populares aos quais esses trabalhadores são alvo dos materiais produzidos pelas organizações do movimento social em campanha de prevenção e repressão ao trabalho escravo no Brasil. Aqui, damos destaque para a CPT, as ONGs Repórter Brasil e Humanos Direitos, esta última localizada no Rio de Janeiro e constituída por um grupo de artistas que discutem e produzem materiais de divulgação institucionais sobre a temática desde 2009.

Para entender essa tensão dita anteriormente entre o polo da produção e o consumo, buscamos problematizar esse tema ora pensando o trabalhador como fonte ora como receptor da informação midiática e, neste contexto, perguntamos se sua palavra faz sentido no ato de interlocução ou se existem outras vozes autorizadas para silenciá-la ou ainda falar sobre e a partir dele?

Também nos interessamos em saber qual o tratamento dado, no processo de produção e consumo, com relação a este sujeito (que é fonte e receptor de informação) e relacioná-lo a outros discursos que são construídos sobre trabalho

escravo na mídia, principalmente a partir dos ditos mediadores, como por exemplo, representantes governamentais (Ministério do Trabalho e Emprego, Ministério Público do Trabalho, Tribunal Regional do Trabalho, Justiça Federal, entre outros) e não-governamentais (entidades sociais de luta em defesa dos direitos humanos, ONGs, sindicatos, entre outros), que costumeiramente falam sobre o assunto na mídia.

Por outro lado, também temos interesse em saber de que forma ele assiste e/ou interpreta e também produz discursos veiculados (fonte), principalmente pela TV, ao tratar do tema tanto em reportagens jornalísticas quanto em campanhas institucionais.

As principais perguntas formuladas para esta investigação refletem nosso olhar acerca da escravidão contemporânea no Maranhão e no Brasil que temos estudado desde 2004, sob perspectivas orientadas inicialmente pela Sociologia e, mais recentemente, desde 2009, pela Comunicação, principalmente por autores que têm nos ajudado a pensar processos relacionados a discursos e/ou às práticas sociais, à linguagem, bem como às mediações midiáticas. Desta forma, acreditamos que o trabalhador escravo ocupa lugares e papéis tanto nos processos de produção quanto no consumo (recepção), reelaborando os discursos de acordo com seu universo cultural e simbólico bem como suas rotinas e experiências do cotidiano. Buscamos aqui entender como esse sujeito representa, reinterpreta e reconhece essas informações veiculadas na mídia sobre a escravidão contemporânea.

Entendemos que o trabalhador escravo, investigado enquanto receptor, pode produzir outros discursos e representações acerca desta temática e que isso seja de fundamental importância para compreendermos melhor os sentidos midiáticos.

Como orientado por Martín-Barbero (1995), entendemos que a recepção não é somente uma etapa do processo de comunicação. Por isso, entendemos como esse "lugar novo", proposto pelo autor, de onde devemos pensar os estudos e as pesquisas em Comunicação.

Como relato da pesquisa em andamento, vale aqui destacar que nos reunimos, no final de 2011, com alguns dos trabalhadores **resgatados** do trabalho escravo que são nossos informantes desde a pesquisa realizada durante a ocasião do

mestrado, concluída em 2006, nos municípios maranhenses de Açailândia e Codó. Na ocasião, expusemos a eles os objetivos dessa segunda fase dos estudos e lançamos algumas discussões acerca dessa representação dos mesmos na mídia. Pelo menos três dos trabalhadores presentes já tinham tido oportunidade de conceder entrevistas para programas jornalísticos (telejornais ou programas de entrevista) para a TV e rádio e comentaram que o que eles falavam era "recortado"[18] e colocado de uma forma (na edição) que muitas vezes trazia um sentido diferente do que eles queriam dizer. Outra questão levantada durante esse rápido encontro foi a do discurso dos mediadores, principalmente dos auditores fiscais do trabalho (que segundo observação dos trabalhadores são os que mais dão entrevista para TV), que possuem, segundo os informantes, "um discurso mais elaborado e organizado sobre o trabalho escravo, citando leis e números sempre com muita segurança.".

Um dos trabalhadores presentes, que preferiu não ser identificado, afirmou inclusive que foi um auditor fiscal do trabalho que lhe esclareceu, durante a primeira fiscalização do MTE que ele teria participado, em 2005, em Codó, que a situação em que ele se encontrava era de trabalho escravo. Até então, o trabalhador não se identificava como tal. Aqui podemos pensar em questões de representação e sentido ainda sob a orientação dos estudos que analisam discursos como enunciação e práticas sociais, como é o caso do chamado "silenciamento" ou o silêncio do discurso (ORLANDI, 2007), no caso principalmente do trabalhador escravo em detrimento ao discurso midiático e dos mediadores.

> Há um modo de estar no silêncio que corresponde a um modo de estar no sentido e, de certa maneira, as próprias palavras transpiram silêncio. Há silêncio nas palavras [...] o estudo do silenciamento (que já não é silêncio, mas 'pôr em silêncio') nos mostra que há um processo de produção de sentidos silenciados que nos faz entender uma dimensão do não-dito absolutamente distinta da que se tem estudado sob a rubrica do 'implícito'. (ORLANDI, 2007, p.11-12).

Orlandi (2007) afirma que o silêncio foi relegado a uma posição secundária, como o "resto" da linguagem. Em contraposição a isso, ela afirma que há sentido no silêncio e que todo dizer é uma relação fundamental com o não-dizer. A partir desta orientação, buscaremos investigar se há silenciamento que limita o sujeito (trabalhador escravo) no percurso dos sentidos na mídia, isto é, se o discurso

midiático nega este sujeito (receptor) como interlocutor ou impede que as palavras deles façam sentido.

Sobre este assunto, Marilda Amorim (2004) nos ajuda a entender a proposta de Mikhail Bakthin ao tentar ultrapassar a ideia segundo o qual o conhecimento é uma questão de voz, mas valendo-se de que o conhecimento que se produz no texto (e na interlocução) também é uma questão de silêncio (voz silenciada ou ausência de voz).

> Mas tanto pela voz como pelo silêncio estaremos às voltas com produção de sentidos. É portanto a espessura discursiva que se coloca aqui como horizonte e como limite de análise do texto da pesquisa, pois a construção do sentido de todo discurso é, por definição, inacabável. (AMORIM, 2004, p. 19).

Como contribuição dos chamados estudos de recepção latino-americanos, entendemos que o conceito de **mediações** (MARTÍN-BARBERO, 2001) nos ajuda a pensar o lugar do trabalhador escravo na mídia ora como fonte/informante, ora como receptor/consumidor das informações. Martín-Barbero (2001) discute que, através dos meios, legitima-se a onipresença mediadora do mercado, ou seja, alterando-se os sentidos das demandas políticas e culturais, deslegitimando-se os questionamentos da ordem social a qual o mercado, e a próprias tecnologias, permitem dar forma. O autor chama a atenção, também, para a manutenção da tensão, epistemológica e política, entre as mediações históricas que dotam os meios de sentido e alcance social e o papel de mediadores que eles possam estar desempenhando atualmente.

A contribuição de Martín-Barbero para esta investigação está relacionada ao entendimento da recepção como espaço de interação; como verdadeiro passo ante as mediações, o sentido e o tipo de mediações. Nosso interesse é analisar o lugar do sujeito (trabalhador escravo) em todo o processo de comunicação sob as orientações dos estudos de recepção que levam em conta as etapas de produção e consumo como também as relações sociais desses trabalhadores.

Entendemos aqui que esse sujeito não pode ser tratado como vítima, isto é, "um ser manipulado, condenado ao que se quer fazer com ele"; mas sim como produtor de sentidos e capaz de ressignificar os discursos midiáticos (dele para a mídia enquanto fonte/emissor; dele na mídia como mensagem; dele sobre a mídia,

enquanto receptor e ainda dele na sociedade, em suas rotinas cotidianas). Não pretendemos entender este sujeito apenas relacionando-o com os aparatos midiáticos, mas sim entender suas identidades, sua cultura, sua sociabilidade.

Assim, essa discussão se faz importante no que destaca a centralidade que os meios de comunicação ocupam, principalmente em países como os da América Latina, nos quais contrastam com os graves problemas sociais não solucionados, fragmentado a sociedade através do crescimento das desigualdades. Mais que as substituir, os meios passam a constituir as mediações, constituindo as cenas fundamentais da vida pública.

4 Considerações finais

Como apontamentos preliminares, buscamos nesta presente proposta analisar o papel da mídia na divulgação dessas campanhas, principalmente com relação à televisão, apontada em levantamento da OIT como o principal canal comunicante com o trabalhador rural, no universo de entrevistados. Acreditamos assim chegar, ao final desta investigação, com informações interessantes para pensar e repensar o papel e as representações do trabalhador escravo, ou mesmo o vulnerável a condições de escravidão contemporânea, como sujeito no processo da rede de aliciamento e denúncia da escravidão contemporânea no Maranhão e no Brasil.

Neste sentido, o esforço desta pesquisa é entender o lugar do trabalhador rural no contexto da escravidão contemporânea em instâncias midiáticas tendo como base de análise a produção e recepção de sentidos e representações destes sujeitos (e acerca deles).

Acreditamos, dessa forma, poder colaborar para o campo de estudos da Comunicação, que cada vez mais consegue dialogar com outras áreas e, ao mesmo tempo, consolidar um lugar representativo no contexto das Ciências Sociais Aplicadas.

Referências

AMORIM, Marília. **O Pesquisador e o seu outro**: Bakhtin nas Ciências Humanas. São Paulo: Musa, 2004.

ARAÚJO, Enesita Soares de. Mediações e poder In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 9., 2000. Porto Alegre. **Anais**. Porto Alegre: PUCRS, 2000.

_____. **Mercado simbólico**: interlocução, luta, poder. Um modelo de comunicação para políticas públicas. 2002. Tese (Doutorado) -- Centro de Filosofia e Ciência Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, CFCH/UFRJ, Rio de Janeiro.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das trocas linguísticas**. o que falar quer dizer. São Paulo: Edusp, 1996.

COSTA, Maria Eugênia Belczar. Grupo focal. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90. In: MACHADO, J.; LEMOS, A.; SÁ, S. (Orgs). **Mídia.BR**., Porto Alegre: Sulina, 2004.

ESTERCI, Neide. **Escravos da desigualdade**: estudo sobre o uso repressivo da força de trabalho hoje. Rio de Janeiro: Cedi, 1994.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

GUEDES, Olga. Os Estudos da recepção: etnografia e globalização. In: RUBIM, A.A.C.; BENTZ, I. M. G.; PINTO M. J. (Orgs). **Produção e recepção dos sentidos midiáticos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

MARTINS, José de Souza. **Capitalismo e tradicionalismo**: estudo sobre as contradições da sociedade agrária no Brasil. São Paulo: Pioneira, 1975.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia., Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

_____. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, M. W. (Org). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MOURA, Flávia de Almeida. **Escravos da precisão**: economia familiar e estratégias de sobrevivência de trabalhadores rurais em Codó (MA). São Luís: EDUFMA, 2009.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. Campinas: Editora da Unicamp, 2007.

QUANDT, Carlos; SOUZA, Queila. Metodologia de análise de redes. In.: DUARTE, Fábio; QUANDT, Carlos; SOUZA, Queila. **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

VERON, Eliseo. **A Produção do sentido**. São Paulo: Cultrix/USP, 1980.

Representations and meanings about contemporary slavery: a study about the campaign Eyes opened to not become a slave and subject's place (slave) on media

Abstract: The article analyzes communication strategies concerning to the Campaign of Prevention and Fight against Slavery named *Eyes Opened to Not Become a Slave*, created by LPC (Land Pastoral Commission), organization connected do the Catholic Church. Although the campaign is national, the proposed discussion deals more directly to the seduction network and accusation of contemporary slavery in Maranhão, object of research done since 2009, by the project *Voices of Hope: strategies of communication in seduction networks and accusation of contemporary slavery context in Maranhão*, lead by the author. Simultaneously to the analyze of the campaign, we try to figure out the subject's place (slave) on media, from the production and reception of representations and meanings.

Keywords: Communication strategies. Network. Slave work.

---

[1] Projeto de pesquisa financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Tecnológico no Maranhão (FAPEMA), coordenado pela autora e conta com alunos de graduação e pós-graduação de Comunicação e Ciências Sociais da Universidade Federal do Maranhão (UFMA).
[2] A CPT é uma instituição ligada à igreja católica e referência no Brasil no combate ao trabalho escravo. Desde a década de 1970, que a entidade denuncia práticas de escravidão contemporânea em todo o território nacional.
[3] Entendemos aqui o conceito de estratégias de comunicação à luz das discussões de Márcio Simeone Henriques (2007) na obra *Comunicação e estratégias de mobilização social*, na qual traz a

comunicação como coordenadora de ações, capaz de desempenhar a função de gerar e manter canais desobstruídos entre públicos e projeto para que sejam mantidos vínculos fortes entre os mesmos.

[4] Esta categoria analítica faz referência a trabalhos de autores do pensamento social brasileiro, como Martins (1975) e Esterci (1994), e é utilizada pela autora se referindo a condições precárias de trabalho rural, mais precisamente em atividades desenvolvidas em fazendas de gado (limpeza do pasto) e em carvoarias localizadas no Estado do Maranhão.

[5] O citado Relatório da OIT sobre o Perfil do Trabalho Escravo Contemporâneo no Brasil está no prelo, com previsão de publicação até meados de 2012. Os dados utilizados neste projeto foram cedidos em 2010 por uma das pesquisadoras responsáveis pelo estudo encomendado pela OIT, a socióloga Maria Antonieta Vieira da Universidade de São Paulo (USP).

[6] As chamadas sanfoninhas são folhetos com histórias em quadrinhos produzidos pela Campanha Nacional da Comissão Pastoral da Terra (CPT) intitulada De olho aberto para não virar escravo (1997) que são impressos em grande quantidade e distribuídos a entidades de classe e movimento social espalhados pelo Brasil que têm como público principal os trabalhadores rurais.

[7] A Estrada de Ferro Carajás, gerenciada pela empresa Vale, veicula pela rede interna de televisão vídeos institucionais e demais documentários aos passageiros durante o percurso de viagem originada na capital São Luís (MA) com destino a Parauapebas (PA). O trecho desta viagem tem duração média de 18 horas.

[8] A categoria é utilizada pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) para designar os trabalhadores que são encontrados em situações análogas a de trabalho escravo (Artigo 149/Código Penal Brasileiro) durante as fiscalizações, realizadas principalmente em fazendas de gados e carvoarias no Maranhão e em todo o país.

[9] Vale ressaltar que a ONG Repórter Brasil é parceira tanto da CPT quanto do CDVDH/CB em vários projetos voltados para a denúncia do trabalho escravo.

[10] Ao classificar os estudos realizados no Brasil acerca da recepção, Escosteguy (2004) identifica alguns tipos de abordagem nas pesquisas, como sociocultural, comportamental e outras abordagens.

[11] "Dentro do quadro de incertezas epistemológicas, o interesse é analisar as estratégias de validação teórico-metodológica que caracterizam a investigação etnográfica, os mecanismos e procedimentos de seleção dos eventos utilizados para estudo e o processo de abstração e integração dos resultados empíricos dentro de um sistema de generalização teórica." (GUEDES, 1998, p.108).

[12] Referimos aqui àquilo que chamamos de precisão (MOURA, 2009), categoria nativa utilizada pelos informantes para declarar uma situação de extrema necessidade financeira, relacionada à economia familiar rural e às estratégias de sobrevivência. O tempo da precisão é o momento, em geral, que eles se submetem a formas exploratórias de trabalho.

[13] Entendemos aqui essa metodologia à luz de Maria Eugênia Belczak Costa (2009) como um tipo de pesquisa qualitativa que tem como objetivo perceber os aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo em particular. A maior busca, neste caso, é a de compreender, e não interferir nem generalizar.

[14] Referimos aqui principalmente a algumas reportagens televisivas e também VTs institucionais produzidos pelo MHuD (Movimento Humanos Direitos), do Rio de Janeiro, em parceria com a Rede Globo, como *corpos* do objeto de investigação, conforme descrito anteriormente em nota dos objetivos específicos.

[15] Informação verbal. Trecho de entrevista do Frei Xavier Plassat concedida a autora em outubro de 2011, Araguaína/TO.

[16] Informação verbal. Trecho de entrevista do Frei Xavier Plassat concedida à autora em outubro de 2011, Araguaína/TO.

[17] **Gato** é a forma que os trabalhadores chamam o agenciador ou aliciador da mão-de-obra ou mesmo o empreiteiro, isto é, quem contrata os trabalhadores por intermédio do gerente e/ou proprietário dos estabelecimentos.

[18] Expressão utilizada pelo trabalhador.

em questão
E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
v. 19, n.2 – Jul./Dez. 2013

Recebido: 31/03/2012
Publicado: 19/12/2013

CC BY