

Diálogos entre Agitprop e Folkcomunicação no Levante Popular da Juventude

Vanessa Gonzaga SANTOS¹

Resumo

O presente estudo busca apresentar e analisar a experiência das técnicas de Agitação e Propaganda (Agitprop) do Levante Popular da Juventude. Entendemos esses militantes como ativistas midiáticos, que agem a partir dos discursos dos meios de comunicação de massa, reinterpretando as mensagens dos *media* e retransmitindo à população a partir de novas ferramentas. A partir de pesquisa documental realizada no Levante Popular da Juventude, analisamos quatro poemas, presentes em coletâneas, feitos pelos militantes do movimento. Após as análises, percebemos que o movimento se apropria do discurso da mídia e o ressignifica na tentativa de difusão dos valores defendidos pelo Levante.

Palavras-chave

Movimentos Sociais; Levante Popular da Juventude; Agitação e Propaganda; Folkcomunicação; Ativismo midiático.

A Agitação e Propaganda como ferramenta de transformação social

No período anterior a Revolução Russa, no fim século XIX, o principal desafio dos bolcheviques era convencer uma população pobre e analfabeta sobre a defesa da revolução. Assim, os revolucionários russos desenvolveram técnicas de comunicação com as massas, sendo a principal delas a Agitação e Propaganda (Agitprop).

A agitação e propaganda é um conjunto de métodos e formas que podem ser utilizados como tática de agitação, denúncia e fomento à indignação das classes populares e politização de massas em processos de transformação social. A expressão agitação e propaganda foi criada pelos revolucionários russos para designar as diversas formas de fazer agitação de massas e ao mesmo tempo divulgar os projetos políticos da revolução. Agitprop é o termo que sintetiza a expressão agitação e propaganda. Esse termo foi disseminado por diversos países, bem como as experiências dos grupos, brigadas ou coletivos de agitadores e propagandistas. (VIA C, 2007, p. 10)

Também conhecido como Agitprop, o conceito pode ser separado e definido de acordo com cada objetivo: A Agitação é uma ideia para muitas pessoas; e Propaganda muitas ideias para poucas pessoas. A técnica é explicada dessa forma, contudo, os conceitos são interdependentes. A técnica era usada majoritariamente pela juventude do partido bolchevique

Trabalho apresentado no GT Cidadania e Sustentabilidade Ambiental, Social e Cultural da XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

² Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo em Múltiplos Meios pela Universidade do Estado da Bahia.

para se comunicar com as massas e arregimentar novos militantes, em especial os mais jovens.

Quando, por exemplo, o propagandista fala sobre o desemprego, deve explicar aos operários a natureza das crises, a razão da sua inevitabilidade no mundo capitalista, descrever a necessidade de converter a sociedade capitalista em uma sociedade socialista, etc. O agitador, ao falar sobre o desemprego abordará somente um problema qualquer, por exemplo, um caso de uma família de operários desempregados, mortos de fome, e com este ou outros exemplos tentará produzir nas massas a indignação contra a injusta ordem capitalista, deixando a explicação completa desses casos para os propagandistas. (PANKRATOVA, 1950, p.4)

O conceito, que foi crucial para a consolidação da Revolução na União Soviética foi esquecido pelo partido e pelas demais organizações de esquerda ao redor do mundo. Ao invés de agitadores e propagandistas, as organizações foram optando pelos marqueteiros. Após a década de 1990, no Brasil, a esquerda social retoma as técnicas formuladas pelos russos, com destaque para o Levante Popular da Juventude, que surge em 2006, na periferia de Santa Cruz do Sul-RS.

Jovens Militantes voltados para a luta de massas - a experiência do Levante Popular da Juventude

Para que as ações de Agitprop tenham eficácia, é importante observar seu público alvo, que é a juventude brasileira. Segundo o IBGE (1999), é jovem no Brasil qualquer pessoa entre 15 e 29 anos. No país, a juventude é majoritariamente urbana (78,4%), feminina (79,6%), negra (50,5%) e vive na região sudeste (41,3%). Verificando o perfil da juventude brasileira é possível maturar formas de diálogo com essas parcelas da população, sem esquecer também os demais grupos etários.

Em 2006, na cidade de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, um grupo de jovens da periferia, ao visualizar a série de contradições às quais a juventude trabalhadora estava exposta resolveu mudar a realidade. A partir de reuniões periódicas e intervenções nos bairros, nasceu o “Movimento Levante”, que com a parceria do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra e da Pastoral da Juventude Rural, se capilariza em todo o estado.

Visualizando a potencialidade desta forma de organização, esses movimentos verificaram que esta ferramenta deveria se espalhar nas periferias, nas universidades e na população rural de todo o Brasil. Seis anos depois, em fevereiro de 2012, aconteceu em Santa

Cruz do Sul o I Acampamento Nacional do Levante Popular da Juventude, com a participação de 1200 jovens de 17 estados (LEVANTE, 2012). A partir dessa data, o Levante se tornou um movimento nacional e que se compromete com a transformação da sociedade brasileira para mudar a realidade da juventude.

Resgatando a história dos movimentos sociais da América Latina e das revoluções na Europa, o Levante incorpora o conceito de Agitação e Propaganda como um dos métodos de trabalho de base, entendendo que as formas de diálogo dos movimentos sociais com a sociedade brasileira precisam ser reinventadas e adequadas ao nível de consciência política da população. Assim, os militantes utilizam ferramentas como paródias, poesias, cordéis, vídeos, pichações e outros elementos para dialogar com a sociedade, se pautando com conteúdos da grande mídia acerca da política nacional.

Desde sua nacionalização em 2012, o Levante Popular da Juventude tem o Agitprop com uma das principais táticas de sensibilização, diálogo e propaganda do seu projeto político.

Consideramos o Agitprop uma ferramenta fundamental, pois tem a condição de formar a consciência da juventude e do povo, desde os territórios onde o Levante se organiza até toda a sociedade na necessidade de se lutar por uma mudança radical no nosso país. Ela é a forma com que pretendemos anunciar o Projeto Popular como alternativa para o povo brasileiro. (LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE, 2016)

Dessa forma, o objetivo do presente estudo é compreender como a poesia, uma das ferramentas da Agitação e Propaganda do Levante Popular da Juventude, é uma forma de comunicação com a juventude brasileira. Para isso, utilizaremos a Folkcomunicação como referencial teórico, mais especificamente a ideia de ativismo midiático, proposta por Osvaldo Trigueiro (2013), para analisar quatro poesias presentes nas coletâneas *A poesia tomou o poder* (2015) e *Vozes: Sarau da Juventude* (2016), as quais contêm escritos que passaram por processo de resignificação para serem retransmitidas.

A Folkcomunicação e a recodificação do conteúdo dos Meios de Comunicação de Massa

A Folkcomunicação é um potencial estratégico de diálogo prioritariamente com as classes marginalizadas. Pode ser definida como o intercâmbio de informações e opiniões da mídia, resignificado por agentes periféricos em outros veículos ou formas de comunicação e repassados à sociedade. Beltrão define a Folkcomunicação como:

O conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos grupos marginalizados urbanos e rurais, através de

agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore. (BELTRÃO, 1980, p. 24)

Os estudos norte-americanos feitos por Paul Lazarsfeld e Elihu Katz (1979), assim como a teoria de Luiz Beltrão (1980), contrariam o que até a década de 1970 parecia uma verdade inquestionável: os veículos de comunicação coletiva possuem um grande poder e exercem influência direta nas aceitações de novas ideias para quase toda a população. As pesquisas feitas na época comprovaram que a grande mídia, quando posta a serviço de grandes campanhas políticas, econômicas ou sociais não tem todo o poder que imaginavam.

A pesquisa de Katz e Lazarsfeld (1979) trata do importante papel que a influência interpessoal possui, abordando o papel dos líderes de opinião, assim como também do processo denominado *Two step flow of communication*, o qual defendia que poderia haver um fluxo comunicativo em duas etapas: da mídia para o líder de opinião e do líder para a população. Beltrão (1980), na linha dos pesquisadores supracitados, também enxergava que a influência do líder é mais bem aceita do que a da *mass media*, principalmente porque esses influenciadores geralmente vêm da mesma situação social da população. Ainda que existam pessoas dentro do raio de influência desse líder que discorde das suas opiniões, elas relutam em abandonar o consenso e ceder aos veículos de comunicação (BELTRÃO, 1980, p.30).

A atualização dos estudos substituiu, em muitos casos, a hipótese dos dois fluxos da comunicação, já que esses líderes de opinião não apenas recebem o discurso da mídia e o reinventam. O conceito de líder de opinião definido por Beltrão já não dá mais conta de explicar o folkcomunicador na era da globalização da informação e dos MCM (Meios de Comunicação de Massa), porém, ele não deixa de existir, pois “o agente social da rede de Folkcomunicação continua operando com toda a tenacidade nas malhas das interações sociais dos seus grupos, agora no campo da operação como mediador ativista” (TRIGUEIRO, 2013, p.698).

Osvaldo Trigueiro atualiza o conceito de líder de opinião de Beltrão, levando em consideração as diversas transformações nos sistemas de comunicação que surgem a partir da popularização de veículos como a televisão e a Internet. O líder de opinião, que atuava recodificando as mensagens dos MCM, muitas vezes cultuando o personalismo e o fanatismo dá espaço ao mediador ativista, que transita entre os sistemas de comunicação globais e locais, recodificando o conteúdo da mídia de massa a partir de ferramentas ligadas à cultura popular e também aos adventos tecnológicos recentes.

O mediador ativista (pode atuar na política, na cultura, na religião e em outras áreas do conhecimento) se sobressai dos demais do seu grupo

primário, pela sua produção intelectual que é apropriada e incorporada no campo cultural ou político emprestando o seu produto de criação cultural (cordel, cantoria, teatro, danças, jornal mural, grafites, arte santo, culinária, entre outras) ou nos movimentos sociais. (TRIGUEIRO, 2013, p. 700)

A audiência ativa do mediador ativista se constitui basicamente de grupos pobres, semianalfabetos ou analfabetos funcionais e grupos rurais, urbanos e culturalmente marginalizados e eles não absorvem passivamente o que lhe é veiculado. A recodificação proposta gera discussões e debates nos círculos sociais. É nesse processo de diálogo que a audiência ativa deixa de ser mera receptora, apática e ativa (TRIGUEIRO, 2013, p. 701).

A agitação e Propaganda do Levante como ferramenta de Folkcomunicação

Uma das técnicas adotadas pelo Levante Popular da Juventude como ferramenta de Agitprop é a poesia. Utilizada nas místicas, debates, saraus, encontros e reuniões do movimento, a expressão artística é apropriada pelo movimento como uma das formas de propor uma nova cultura política na esquerda brasileira, retomando as experiências dos movimentos de cultura latino-americanos, como a Frente Latino Americana de Trabalhadores da Cultura, a Frente de Trabalhadores da Cultura Nuestra América e os Centros Populares de Cultura (ESTEVAM; VILLAS BÔAS, 2016).

Em São Carlos (SP), o Levante Popular da Juventude, em conjunto com o Movimento Hip Hop da cidade criaram o Sarau da Juventude, com a proposta de movimentar a cultura nas periferias da cidade, a partir de rodas temáticas.

O conhecimento é colocado como algo inacessível à quebrada, que só o detém quem frequentou escolas e universidades e, portanto, teve condições materiais para isso. O Sarau da Juventude vem na contramão dessa ideia. Vem dizer que a quebrada tem muita coisa a dizer, que pode interpretar a sua realidade, que tem muito potencial ativo e de ação. O espaço do sarau possibilita a troca de ideias sobre a realidade e, enquanto espaço de sociabilidade, criamos laços para atuar juntos sobre ela (LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE, 2016. p.4)

O livro *Vozes: Sarau da Juventude* é produto do esforço coletivos dos militantes e mediadores ativistas que organizam o Sarau da Juventude no esforço de sistematizar a experiência na cidade de São Carlos e ser também uma antologia, com todos os poemas produzidos e apresentados nos saraus entre os anos de 2015 e 2016.

O Sarau é um dos espaços onde a ação dos mediadores ativistas pode ser verificada. É neste espaço de socialização entre os jovens que os mediadores ativistas agem, quando

declamam, cantam, rimam ou encenam, utilizando o discurso hegemônico dos MCM sobre temas que dialogam, afetam e atraem a juventude brasileira a partir de novas ferramentas, propondo o debate a reflexão. Paola Nosella, organizadora da coletânea de poemas e dos Saraus reafirma a experiência simultânea de agitação e propaganda “O público e quem recitava eram as mesmas pessoas. Isso que acho que é legal no sarau. É muito participativo e não tem cantor, apresentador, poeta ou poetisa e o público, você faz parte.[...] Isso que é legal na comunicação e produção artística do sarau, você rompe esse idéia de artista e de público, a mesmo você é público e artista e isso encorajava as pessoas a escrever.” (NOSELLA, 2015)

Os dez capítulos dividem as poesias por tema, como feminismo, juventude e negritude. Um dos capítulos é dedicado ao crime ambiental que aconteceu na cidade de Mariana (MG) em 2015, quando uma barragem rompeu e despejou metais pesados no Rio Doce, deixando os 600km de extensão do rio até o mar com água tóxica (TAVARES, 2016). O poema refuta o discurso dos MCM, que noticiaram o fato como um acidente e enfatiza a irresponsabilidade da multinacional sobre o ocorrido. A ação do mediador ativista está não apenas no ato de se apropriar do conteúdo dos *media*, lhe dando uma nova forma e abordagem, mas principalmente no processo de difusão do poema em ruas, praças, eventos como o Sarau da Juventude e também nas redes sociais.

5 de novembro de 2016
Um ano do maior crime
Socioambiental do Brasil
E os atingidos? Se uniu? Sumiu?

Estamos vivos
Estamos Juntos
E somos muitos

Quanto vale a vida do nosso povo?
21 da nossa gente
Quanto vale a vida Vale?
Quanto vale a história do nosso povo?
Quanto vale a vida do Rio Doce?
(GOMES, 2015, p. 74.)

O capítulo “Levante-se contra o golpe” traz poemas relacionados ao golpe de Estado de 2016. A introdução do capítulo rememora a luta de Palmares, Canudos, o massacre de Eldorado dos Carajás e encoraja os leitores a lutar em defesa da democracia e contra a retirada de direitos. Os poemas carregam também a crítica aos MCM, um elemento constante, já que o movimento atua na contramão do discurso dos *media*.

O golpe vem a galope!
Nas costas de quem trabalha de-nove-as-nove-
o fardo da desinformação.
Logo após os reclames do Plimplim
assistam ao circo dos horrores, senhores
-Cidadãos
[de bem
Abram as cortinas e vejam a mais
impressionante esquizofrenia humana.
Vem
Pra
Rua
Na Tv a alienação,
Quem comanda os vt's, tem passe livre pra cometer sonegação
(BASSI, 2015, p. 57)

Já o livro “A poesia tomou o poder” é fruto do trabalho coletivo dos militantes do Levante Popular da Juventude que moram e militam nas periferias de Salvador. Os poemas selecionados trazem o dia a dia da juventude negra e periférica da cidade e refletem a discordância com a ordem política, econômica e social vigente.

Alerta I
Desce pelas minhas pernas agora
o sangue ignorado pelo estado
Derrama em meu rosto o sangue,
que só hoje é sangue maquiado.
Quisera que esses corpos
fossem todos de mentira.
Quisera que essas mulheres
nunca tivessem sido agredidas.
Quisera que o mundo fosse um pouco mais tranquilo,
e que as pessoas parassem de olhar o próprio umbigo.
Uma Duas Três,
será que vão esperar
sermos violentadas outra vez.
Quatro Cinco Seis,
Não deu pra perceber?
precisamos da ajuda de todos vocês.
O que busco tem nome,
o que construo tem sobrenome,
o feminismo aqui é popular,
são mulheres que ousam lutar,
e vamos sim, nos auto organizar.
E ao que faz os homens usarem o sistema patriarcal.
com uma mão eu bato neles
mas sei para onde gira o meu tiro final.
Uma Duas Três
10 20 30
Nós somos todas mulheres,
mulheres clandestinas.
Estão nos violentando e vão continuar,
dissemos, ou sigam conosco
ou vamos sim, atropelar.

(ROSA, 2015, p. 17)

O conteúdo feminista também é presente nas discussões do movimento, que possui um setor de mulheres auto organizado (LEVANTE, 2014) e também se reflete nas técnicas de Agitprop. A denúncia da criminalização do aborto e da violência contra a mulher estão presentes na poesia como forma de contestação do papel do Estado nesses casos e também como forma de fomentar esses debates na sociedade.

Só que como vamos falar com a população, dialogar com a população sobre esse processo de alienação? Quando a gente escreve uma poesia e recita ela em algum lugar entra de uma outra forma na pessoa, né? Quando agente faz uma música que aponte os problemas da sociedade, como papel do rap no Brasil de trazer a verdade, de falar sobre a verdade, de problemas que a mídia não coloca. Não se fala sobre o racismo, e o que alimenta o racismo, não se fala sobre machismo e sistema patriarcal. O papel da agitação e propaganda é esse. É falar sobre os problemas e apontar um projeto para o país. [...] Se eu passo pela rua e tem alguém falando sobre os problemas que eu passo diariamente, trabalhando numa peça, recitando um poema na rua no ônibus, na praça, a gente ouve, escuta, porque aborda a gente de outra forma. (ROSA, 2015)

A polícia subiu o morro.
Pra trazer pacificação.
Mas foi o que não trouxeram.
Só vieram matar os irmãos.

A gente vivia feliz.
Numa constante alegria.
Podíamos andar tranquilos na rua.
Até aquele dia.

Noutro dia ouvimos um estrondo.
Muito mais forte que rojão.
Uma correria por todas as ruas.
A PM pôs abaixo o barraco do Marcão.

O Marcão cresceu comigo.
Gente fina, finíssima.
A mente mais brilhante do morro.
Teria uma vida belíssima.

A polícia não tinha mandato.
Nem nos passou informação.
Apenas estava cumprindo o dever.
De prender um bandido, um ladrão.

Falaram que ele era chefe de quadrilha.
Que até gente tinha matado.
Pô, o Marcão tinha medo até de mosca.
Tudo aquilo estava errado.

Levaram o Marcão do morro.
E nunca mais ele foi visto.
Mas estarei lutando por sua justiça.
E disso eu não desisto.

Hoje já não sorrimos.
O desespero é total.
Desde quando a polícia subiu o morro.
E pôs fim ao carnaval.

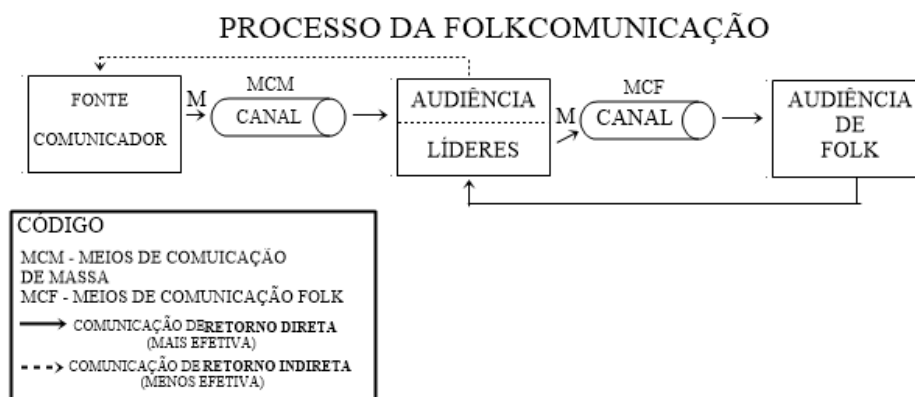
(MALÊ, , 2015, p. 23)

Ainda que seja a cidade mais negra fora do continente africano (G1, 2011), Salvador também é palco do racismo. A denúncia das constantes investidas da PMBA sobre cidadãos é cotidiana. Um dos casos que tomou repercussão nacional foi a chacina do Cabula, onde 12 jovens foram executados pela RONDESP (Rondas Especiais) e Rui Costa, governador do Estado, comparou a chacina a uma partida de futebol (CORREIO, 2015). A história fictícia contada na poesia acontece cotidianamente na capital e é tema de discussão do movimento.

Aproximações entre Agitação e Propaganda e Folkcomunicação

A partir da conceituação de ambos, conseguimos apreender semelhanças entre o conceito desenvolvido pelos revolucionários soviéticos e o criado por Beltrão. Dentro do esquema proposto por Beltrão como “Processo da Folkcomunicação”, é possível entender como o Agitprop se aproxima da teoria brasileira.

Figura 1: Processo da Folkcomunicação



Fonte: Beltrão, 1980, p.34

O fluxograma explica como a mensagem da grande mídia é recodificada a partir da ação do que Beltrão (1980) conceitua como líderes de opinião, conceito atualizado por Trigueiro (2013), que os denomina como “mediador ativista”.

A mudança na forma e no conteúdo dos MCM é feita pelo mediador ativista, transformando-o num Meio de Comunicação Folk, reinventado a partir da linguagem, códigos, costumes e cultura dos marginalizados, possibilitando assim um diálogo horizontal e uma comunicação mais efetiva.

O agitador e propagandista também passa por processo de criação e recriação do discurso da grande mídia. A partir dos temas que esta veicula, o agitador capta seus elementos principais e cria novos canais a partir desta, como peças, músicas, paródia, poesias e etc., ligados ao processo de transformação social e contestação da ordem vigente (VIA, 2007).

O revolucionário, porém, tem essa consciência aguçada: surge ora defendendo uma situação social conquistada e em aperfeiçoamento e que a comunidade sente sob ameaça de retrocesso ou opressão, ora, inspirado por uma filosofia, buscando realizar uma reforma estrutural nas instituições sociais básicas [...]. E que são principalmente os meios de folk orais, gráficos icônicos, cinéticos de que dispõem (e que relacionaremos adiante), aplicando-os para a difusão da sua doutrina e dos seus propósitos, a partir de slogans, signos e gestos que, uma vez familiarizados à audiência, marcarão o início de um diálogo realmente efetivo. (BELTRÃO, 1980, p. 202-203)

Assim, o agitador e propagandista pode ser entendido como um *mediador ativista*, que ao utilizar as técnicas de agitação e propaganda para dialogar com a sociedade, em especial a juventude das periferias brasileira, reinventa o conteúdo e forma dos MCM, provocando o debate de determinados temas nesse público alvo. Dessa forma, chegamos à conclusão de que o agitador é um mediador ativista, conforme o conceito criado por Trigueiro (2013), e que as técnicas de Agitprop, sistematizadas pelos revolucionários bolcheviques no fim do séc. XIX podem ser compreendidos com um dos diversos canais de Folkcomunicação, propostos por Luiz Beltrão.

Referências bibliográficas

- BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: **A comunicação dos Marginalizados**. São Paulo, Cortez, 1980.
- BASSI, Karine. O golpe vem a galope. In: COLETIVO Sarau da Juventude; NOSELLA, Paola Leal; PONTES, Bárbara; NOSELLA, Laura Leal; GUEDES, Gabriela. (Org.). **Vozes: Sarau da Juventude**. São Paulo, 2016, p. 51-74.
- ESTEVAM, Douglas.; COSTA, Iná Camargo.; VILLAS BÔAS. Rafael (Orgs.) **Agitprop: Cultura Política**. São Paulo, Expressão Popular, 2015,p.13.



XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE

'É COMO um artilheiro em frente ao gol', diz Rui Costa sobre ação da PM com doze mortos no Cabula. **Correio**, Salvador, fev. 2015. Disponível em <<http://www.correio24horas.com.br/detalhe/bahia/noticia/e-como-um-artilheiro-em-frente-ao-gol-diz-rui-costa-sobre-acao-da-pm-com-treze-mortos-no-cabula/?cHash=29aec7dc0780c803119bd08a679425a9>>. Acesso em 06 abr. 2017.

GOMES, Julia. Poesia Sem Título. In: COLETIVO Sarau da Juventude; NOSELLA, Paola Leal; PONTES, Bárbara; NOSELLA, Laura Leal; GUEDES, Gabriela. (Org.). **Vozes: Sarau da Juventude**. São Paulo, 2016, p. 51-74.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **População Jovem no Brasil**. 1999. Disponível em <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv6686.pdf>>. Acesso em 11/03/2017.

KATZ, Elihu; LAZARSELD, Paul. **La influencia personal**: el individuo en el proceso de comunicación de masas. Tradução de Alberto Pérez Álvarez. Barcelona: Editora Hispano Europea, 1979. 446p.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE (Org.). Histórico, Acúmulos, Desafios e Organicidade do Agitprop no Levante. 2016. In: LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE (Org.). **Caderno de Debates 2**. Disponível em <https://issuu.com/levantepopular/docs/caderno_2>. Acesso em 11 Mar 2017;

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. **A poesia tomou o poder**. Salvador, 2015, p. 17-23.

CARTA Compromisso do I Acampamento do Levante Popular da Juventude. **Blog do Levante Popular da Juventude**. 2012. Disponível em <<http://levantepopulardajuventude.blogspot.com.br/2012/02/carta-compromisso-do-levante-popular-da.html>>. Acesso em 27 Mar 2017;

PRIMI, Lilian. Carta Compromisso do II Acampamento do Levante Popular da Juventude. **Caros Amigos**. 2014. Disponível em : <<http://www.carosamigos.com.br/index.php/politica/1200-levante-da-juventude-faz-acampamento-e-ato-por-reforma-politica>> Acesso em 27/03/2017.

MALÊ, Karif. Quando A Polícia Subiu O Morro E Pôs Fim Ao Carnaval. In: LEVANTE Popular da Juventude (Org.). **A poesia tomou o poder**. Salvador, 2015, p. 23.

NOSELLA, Paola. Entrevistadora: V. Gonzaga. São Paulo, 2017. Arquivo mp3.

PANKRATOVA, A. Lenin como Propagandista. In: **Problemas - Revista Mensal de Cultura Política** nº 26 - Maio de 1950. Disponível em <https://www.marxists.org/portugues/tematica/rev_prob/26/lenin.htm> Acesso em 27/03/2017

ROSA, Amanda. Entrevistadora: V. Gonzaga. Salvador, 2017. Arquivo mp3.

ROSA, Amanda. Aqui o feminismo é popular. . In: LEVANTE Popular da Juventude (Org.). **A poesia tomou o poder**. Salvador, 2015, p. 23.



XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE

SALVADOR é a capital mais negra do Brasil, aponta IBGE. **G1 BA**, Salvador, nov. de 2011. Disponível em <<http://g1.globo.com/bahia/noticia/2011/11/salvador-e-capital-mais-negra-do-pais-aponta-ibge.html>>. Acesso em 06 abr. 2017.

SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Folkcomunicação – a mídia dos excluídos**. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204433/4101409/estudos17.pdf>>. Acesso em 24/09/2016

TAVARES, Joana. “Estamos vivos e somos muitos”, dizem os atingidos de Bento Rodrigues. **Brasil de Fato**, Belo Horizonte, nov. 2016. Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2016/11/05/estamos-vivos-e-somos-muitos-dizem-atingidos-de-bento-rodrigues/>>. Acesso em 05 abr 2017.

TRIGUEIRO, Osvaldo. Folk-Ativismo. In: **Metarmofose da Folkcomunicação: Antologia Poética**. São Paulo, Editae Cultural, 2013, p. 695-702.

VIA CAMPESINA. Agitação E Propaganda no **Processo De Transformação Social**. 2007. Disponível em <<https://culturamess.files.wordpress.com/2012/01/caderno-de-agitprop.pdf>>. Acesso em 11 Mar 2017.