



A comunidade de Pescadores do Largo da Ponte: o contexto cultural e as dificuldades práticas de um projeto de comunicação social para o desenvolvimento sustentável¹.

Pablo Boaventura Sales PAIXÃO²
Ronaldo Nunes LINHARES³

Universidade Tiradentes – UNIT, Sergipe, SE

RESUMO

Numa sociedade onde informação e comunicação são elementos fundamentais para comunidades em condição de risco social, cresce a necessidade de desenvolver ações de comunicação, mais especialmente, de comunicação comunitária visando auxiliá-las na construção de práticas sustentáveis. Nesta perspectiva, em 2004 foi implantado na comunidade de pescadores do Largo da Ponte, no município de São Cristóvão, em Sergipe, o projeto “As relações públicas comunitárias e a educação ambiental na comunidade do Largo da Ponte”, objetivando fomentar o desenvolvimento sustentável na referida localidade. Este artigo analisa o resultado do projeto e as possíveis contribuições, assim como, os problemas que dificultaram a incorporação por parte da comunidade das práticas de sustentabilidade e dos processos comunicacionais.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Comunitária; Desenvolvimento Sustentável; Cidadania; Comunidade.

Introdução

Desde a socialização do homem, os processos comunicacionais sempre fizeram parte dos processos de construção das relações sociais, visto que, como ser eminentemente social, o homem tem a necessidade de se organizar em grupos ou comunidades. Como processo integrativo, a comunicação traz para a sociedade, informações, conceitos e elementos culturais, ampliando e fortalecendo a participação ativa de seus integrantes, no processo de apropriação de tais conteúdos simbólicos. Com

¹ Trabalho apresentado na Sessão Comunicação organizacional, relações públicas e propaganda, da Altercom – Jornada de Inovações Midiáticas e Alternativas Experimentais, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Relações Públicas com especialização em Comunicação e Mídia Digital pela Universidade Tiradentes, email: pabloboaventura1@hotmail.com

³ Doutor em Ciências da Comunicação. Professor do Curso de Comunicação da Universidade Tiradentes, email: ronaldo_linhares@unit.br



seus modelos, suportes tecnológicos e estratégias de ação tornou-se o componente fundamental para a socialização e o desenvolvimento humano.

A contemporaneidade nos coloca diante de um contexto em que a globalização econômica, a internacionalização cultural e, o avanço científico e tecnológico, afeta não somente as formas de organização sociais, mas, as relações de trabalho, as formas de organização produtivas, as relações sociais e os processos de comunicação.

O desenvolvimento tecnológico contribuiu para redefinir, na sociedade, os papéis dos meios de comunicação assim como as práticas e tarefas intelectuais dos profissionais que atuam neste campo. São novas formas de comunicação, novos estilos de trabalho, novas maneiras de ter acesso e produzir o conhecimento, de socialização, de organização e preservação dos espaços. O dilema então está relacionado à urgência das novas práticas de comunicar relacionado diretamente à democratização do acesso às informações necessárias para o desenvolvimento socioeconômico e tecnológico das comunidades em situação de risco social.

Sendo assim, processos, estratégias e instrumentos comunicacionais tornaram-se importantes aliados no planejamento e execução de ações voltadas para a integração das comunidades em situação de risco social ao mercado e aos processos de consumo, econômico, cultural, informacional, etc; criando uma importante correlação entre a cidadania e o consumo. (CANCLINI, 1999).

Os meios de comunicação podem e devem facilitar o acesso da população à informação e conhecimento, fundamental não somente para ratificar as novas formas de organização social, advindas da produção de bens, mas também para criar novas possibilidades de participação social, no sentido da pertinência e da cidadania que o mercado lhe credita a partir de sua inserção no mundo do consumo. (LINHARES, 2008, p. 68).

Nesse contexto, este artigo discute as ações de comunicação social voltadas para o fomento através de processos, estratégias e instrumentos de desenvolvimento sustentável na comunidade de pescadores Largo da Ponte, no município de São Cristóvão, em Sergipe, desenvolvido com esta comunidade durante o período de julho a dezembro de 2004, além de levantar questionamentos acerca do papel da comunicação social para o desenvolvimento sustentável, sua correlação entre a comunicação e a cultura popular e uma reflexão sobre o impacto, os problemas e resultados alcançados através deste projeto na referida comunidade.



A Comunicação como instrumento para o desenvolvimento sustentável

Os processos e tecnologias comunicacionais podem ser bastante úteis na busca por uma sociedade sustentável. Segundo Canhos (Canhos, Souza, 2004), nos últimos anos estão ocorrendo grandes avanços nas seguintes áreas: tecnologia da informação; comunicação de dados; além do crescente interesse pela comunicação voltada para comunidades por parte dos profissionais de comunicação.

Um dos grandes desafios neste terceiro milênio é conciliar o desenvolvimento socioeconômico com a preservação do ambiente em que vivemos buscando criar políticas e estratégias adequadas para o crescimento sustentável das comunidades.

A comunicação comunitária entra nesse cenário como importante aliada nessa busca pela sustentabilidade. Percebe-se, na visão de Franco, que para haver desenvolvimento sustentável e, conseqüentemente, a prática da cidadania, é necessário que haja alteração do capital humano e do capital social. Além disso, é imprescindível combater a pobreza e a exclusão social, evitando transformar pessoas e comunidades em beneficiários passivos e permanentes de programas assistencialistas. (apud PERUZZO, 1998).

A busca pela cidadania passa pela necessidade de se perceber integrado em um grupo, comunidade ou sociedade; logo, a comunicação mais adequada é aquela que se baseia na comunidade.

Nessa perspectiva, o ponto inicial de um trabalho de comunicação comunitária é conhecer as necessidades e expectativas da comunidade, usando metodologias e diagnósticos, que possibilitem a identificação precisa de suas expectativas e demandas. Para que tais trabalhos sejam eficazes, necessita-se realmente identificar os pontos fortes, os pontos fracos, as oportunidades e as ameaças em relação à comunidade. (PAULA; ALMEIDA, 1997, p. 218).

No passado, as práticas cidadãs eram uma constante apenas no mundo corporativo. Com o agravamento dos problemas sociais, as ações filantrópicas e de responsabilidade social tomaram novas proporções. Tornou-se uma ação não apenas do Estado, mas um desafio para as organizações de toda sorte e para a sociedade civil. (NETO; FROES, 2001).

No percurso desta caminhada onde o mercado define as regras do jogo no campo econômico, político e social, reduzindo tudo ao desejo, ao consumo e a moda, ampliam-se nossas incertezas e enfraquece nossa capacidade de duvidar e questionar



sobre esta realidade. Com e pelos meios de comunicação de massa os sujeitos, agora consumidores inseridos no mercado com identidade financeira própria, não questionam mais o sistema.

Segundo Castoriadis (Bauman, 2000) o problema maior dessa sociedade é reaprender a questionar, e na visão de Bauman (2000) esta falta de questionamento é a base de nossas inseguranças pessoais e coletivas e do enfraquecimento da ação política. Na medida em que cresce o individualismo, mesmos àqueles articulados e fortalecidos nos guetos e pequenos grupos sociais, como instrumento de luta e manutenção dos direitos individuais, se reduz as nossas possibilidades de criar novos espaços públicos e articular discursos que ao mesmo tempo são plurais no sentido das identidades e dos grupos, possam também, se constituir em produto da ação coletiva, afinal, segundo Bauman (2000, p. 14), “a liberdade individual só pode ser produto do trabalho coletivo, só pode ser assegurada e garantida coletivamente”, comunitariamente.

Considerando que há muito estes processos são entendidos pela sociedade apenas como instrumentos utilizados pela cultura erudita e pela indústria cultural para a manutenção do *status quo* vigente, ou seja, como meios utilizados apenas para o controle social, estes processos de comunicação e os princípios de responsabilidade e sustentabilidade tornam-se alternativas, muitas vezes ficcionais, utilizando-se do discurso das liberdades individuais como sustentáculo e garantia de coletivo padronizado. Peruzzo (1998), afirma que durante grande parte do tempo, os debates acerca da comunicação popular, subcultura ou cultura não oficial como alguns autores denominam, versaram apenas sobre os usos dos meios, canais e mensagens.

No entanto, ao longo das últimas décadas, principalmente devido ao fortalecimento do terceiro setor, a comunicação começa a ser integrada aos grupos populares, buscando o fortalecimento das práticas culturais advindas das massas e, majoritariamente, para elas. Hoje, falar de comunicação popular implica falar de cultura e das relações entre as camadas populares e a sociedade, ou seja, “ao lado da chamada cultura erudita, transmitida na escola e sancionada pelas instituições, existe a cultura criada pelo povo, que articula uma concepção do mundo e da vida em contraposição aos esquemas oficiais”. (BOSI, 1986, p. 63).

Corroborando com esse pensamento, Canclini (1999, p. 49), observa que até meados do século XX os vastos setores excluídos da esfera pública burguesa – mulheres, operários e camponeses – eram pensados, “como virtuais cidadãos que podiam incorporar-se às deliberações sobre o interesse comum à medida que fossem



assimilando a cultura letrada”. Ou seja, somente a cultura erudita ou formal era valorizada e estimulada, relegando a último plano as culturas populares.

Com o tempo muda-se o foco, aceitando-se a existência da cultura produzida pelas classes populares. Tal movimento é definido por Canclini (1999, p.49) de “uma esfera pública plebéia, de caráter informal, organizada por meio de comunicações orais e visuais mais do que escritas”, consolidando o importante papel da cultura popular, como espaço político consolidado tanto pela academia como pelo estado.

Segundo Peruzzo e Almeida (2003, p. 262), este fato diz respeito à participação ativa do cidadão na feitura da sociedade e no usufruto dos benefícios viabilizados pelo desenvolvimento histórico. Fincada nos direitos civis, políticos, sociais e coletivos, esta cidadania proporciona o desenvolvimento social, o que significa ampliar os direitos de participação em seus múltiplos sentidos e dimensões, principalmente no que se refere aos processos de produção e acesso à informação e aos meios de comunicação como produtos culturais.

Nesse contexto, é importante que os integrantes de comunidades em situação de risco social tenham acesso ao consumo de bens simbólicos, construídos na maioria das vezes através de processos de comunicação comunitária, pois, na atualidade, há uma cumplicidade entre cidadania e consumo, entendendo este último como o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos (CANCLINI, 1999, p. 77).

Ao analisar a relação cidadania e consumo, Canclini destaca que o sistema socioeconômico não tem interesse que as classes economicamente desfavorecidas tenham acesso ao consumo de bens, simbólicos ou materiais, visto que o consumo é um lugar de diferenciação e distinção entre as classes e grupos sociais, ou seja, o que torna um determinado grupo especial do ponto de vista do *status* social é a possibilidade de consumir algo que outro grupo conhece o seu valor simbólico, entretanto não tem acesso a ele.

Canclini (1999) amplia os atores da discussão acerca do binômio consumo e cidadania, incluindo os meios de comunicação de massa neste contexto, pois, segundo o autor, apesar da hegemonia cultural e, conseqüentemente, das relações de consumo, não se realizarem mediante ações verticais da indústria cultural, onde os dominadores capturariam os receptores, os meios de comunicação de massa direcionam, ou melhor, influenciam os padrões de comportamento e quais são os símbolos de *status* social.



Na perspectiva de Bosi (1986, p. 65), “*existe uma cultura vivida e uma cultura a que os homens aspiram*”. Por essa razão, é necessário que os profissionais de comunicação busquem demonstrar para os integrantes das comunidades que eles podem perfeitamente ter acesso a conhecimentos produzidos pela modernidade, sem abrir mão da cultura local.

Enfim, é possível e necessário que as comunidades se apropriem dos conteúdos ditos da modernidade, buscando trazer para os seus integrantes melhores condições educacionais, culturais entre outros, proporcionando seu desenvolvimento socioeconômico; incorporando estes novos conteúdos as características identitárias. Os meios e os profissionais de comunicação podem contribuir nesta ação de apoio ao desenvolvimento econômico e social de comunidades em situação de risco social.

Para que este papel seja efetivado pelos meios de comunicação social e seus profissionais, é necessário que se defina e incorpore no próprio conceito de comunidade os elementos da comunicação. De acordo com Macler apud Andrade (1994, p. 79), “*comunidade é qualquer grupo de pessoas que vivam juntas, de forma a participarem não deste ou daquele interesse social, mas de todo um conjunto de interesses bastante completo para compreender suas vidas*”. Não é apenas o convívio no mesmo espaço geográfico que determinará a existência de uma comunidade, pois para que seja denominada como tal, é necessário que haja interação entre as pessoas, objetivos comuns a todos e a busca da cidadania, como forma de integrar a comunidade.

Assim, as ações e estratégias de desenvolvimento socioeconômico para um grupo social, devem partir do contexto cultural deste grupo, e na definição e participação coletiva dos seus membros como orientação e construção coletiva das ações no campo da comunicação comunitária.

Projeto de comunicação social e o desenvolvimento sustentável na comunidade Largo da Ponte

A comunidade do Largo da Ponte é originada de uma série de invasões; atualmente, é reconhecida pela prefeitura como bairro, estando situada no município de São Cristóvão, acerca de 25 km de Aracaju, capital do Estado de Sergipe. Trata-se de uma comunidade carente, com renda média de meio salário mínimo por família. A



localidade é constituída por cem moradias que somam, aproximadamente, quatrocentos e cinquenta moradores.

Na comunidade há a Associação de Pescadores de São Cristóvão, uma organização não-governamental que abrange as comunidades ribeirinhas do rio Paramopama, na cidade de São Cristóvão, proporcionando aos pescadores associados, melhores condições de trabalho, pois é por intermédio dela, que recursos como o seguro defeso é disponibilizado pelo Governo Federal aos pescadores nos meses do ano em que a pesca é proibida.

As casas da comunidade são de alvenaria, tendo como ponto relevante o fato de que apenas metade das moradias possui banheiro. Por ter sido formada através de um processo de ocupação desordenada, não há saneamento básico e a comunidade desconhece a importância de preservar o meio ambiente que a cerca. Por essa razão, a educação ambiental é uma das necessidades mais urgentes na comunidade, já que devido à ausência de uma rede de esgotos, o lixo produzido pela comunidade é depositado no rio Paramopama, podendo ocasionar doenças transmitida pela água. Além disso, prejudica a principal fonte de emprego e renda da localidade, a pesca.

Entre os meses de julho a outubro de 2004 foi realizado o projeto “as relações públicas comunitárias e a educação ambiental na comunidade do Largo da Ponte – São Cristóvão/SE”, além da conclusão do curso de comunicação social, habilitação em relações públicas da Universidade Tiradentes, buscou-se, fomentar, através de processos, instrumentos e estratégias de comunicação social, o desenvolvimento de uma prática voltada para a sustentabilidade da comunidade.

O projeto experimental em questão foi dividido em três fases: 1) levantamento do perfil da comunidade, feito através da análise dos dados da aplicação de um questionário; 2) sensibilização dos comunitários acerca das problemáticas envolvendo o meio ambiente e, conseqüentemente, a sua própria sobrevivência, visto que os moradores da localidade vivem basicamente da pesca; e, 3) a realização de oficinas profissionalizantes, voltadas para a capacitação profissional. Durante todas as fases do projeto o então graduando foi supervisionado por uma docente da Universidade Tiradentes.

Este projeto buscou mensurar o conhecimento local acerca da preservação do meio ambiente e, a partir dele, traçar estratégias comunicacionais que melhor possibilitassem práticas coletivas de sustentabilidade. Além disso, as práticas



desenvolvidas foram periodicamente avaliadas, através de pesquisa de satisfação, para verificar se os anseios dos moradores da comunidade estavam sendo atendidos.

Para construir o perfil da comunidade do Largo da Ponte foi aplicado um questionário que procurou entre outras coisas identificar os pontos fortes e fracos da localidade. Também foram entrevistadas 50 das 100 famílias residente na comunidade. Este universo de pesquisa foi definido através da fórmula de populações finitas, muito utilizada nas pesquisas sociais (GIL, 1999, p. 30) que não supera 100.000 elementos. O questionário contou com 40 perguntas dentre fechadas, semi-abertas e abertas.

Na análise dos dados percebemos que os instrumentos de comunicação mais indicados nas atividades para o projeto seriam os de comunicação dirigida oral, porquanto a grande maioria 84,75% dos entrevistados era analfabeta ou com 1º grau incompleto. A comunicação dirigida é definida por Andrade e Ferreira como: “*o processo que tem por finalidade transmitir ou conduzir informações para estabelecer comunicação limitada, orientada e freqüente com determinado número de pessoas homogêneas e identificadas*”. (ANDRADE, apud FERREIRA, 1994, p. 73), apresenta instrumentos mais indicados para a comunicação comunitária.

Sendo assim, foram desenvolvidas atividades tais como: aplicação de uma pesquisa através de questionário; três reuniões informais com a comunidade, onde os próprios comunitários decidiram quais assuntos sobre meio ambiente eles gostariam de ter acesso; uma vivência sobre educação ambiental; uma palestra educativa; uma atividade lúdica ambiental com as crianças da região; além de duas oficinas de artesanato de papel, visando a geração de emprego e renda.

As atividades voltadas para a conscientização ambiental foram executadas por professores da Universidade Tiradentes. A atividade com as crianças foi desenvolvida por uma pedagoga e, as oficinas de artesanato de papel, contaram com a colaboração do Projeto Casa de Papel, projeto este, ligado a uma empresa privada, responsável pela coleta de lixo da cidade de Aracaju.

Ressalta no papel do profissional de comunicação que desenvolve trabalhos em comunidades o de traçar estratégias comunicacionais e de relacionamento com outras organizações, sejam elas governamentais, privadas e não-governamentais, buscando trazer para os seus integrantes conhecimentos e práticas que favoreçam o crescimento econômico, intelectual e social dos seus integrantes. (PERUZZO, 1998; ANDRADE, 1994).



As principais dificuldades encontradas no decorrer do projeto foram: 1) a resistência das pessoas em participar de atividades onde não era oferecido lanche ao final, pois, segundo eles, todas as ações governamentais realizadas anteriormente ofereciam algum tipo de comida; 2) ainda nessa linha, inúmeros comunitários afirmavam não se interessar em participar das atividades voltadas para a qualificação profissional, pois já recebiam dinheiro do Governo Federal (vale defeso, bolsa família, vale gás e Programa de Erradicação do Trabalho Infantil - PETI) e, por isso, não tinham interesse em procurar trabalho; e, 3) o período da execução do projeto coincidiu com o período eleitoral para a eleição de prefeitos e vereadores, ou seja, muitas pessoas achavam que as atividades estavam sendo desenvolvidas a mando de algum grupo político, com o intuito de angariar votos.

Após o encerramento das atividades ocorreu um período de acompanhamento das ações desenvolvidas na comunidade do Largo da Ponte, sendo observado que pessoas daquela localidade estavam confeccionando e vendendo objetos de artesanato de papel para turistas e moradores da própria comunidade. Entretanto, por falta de recursos para o contínuo acompanhamento das atividades, as visitas à comunidade ficaram cada vez mais esparsas, até que se tornaram economicamente inviáveis.

Durante a execução e o acompanhamento do projeto percebeu-se uma importante tomada de consciência acerca da necessidade de se buscar práticas cotidianas que propiciem a sustentabilidade da comunidade, principalmente no que diz respeito à preservação ambiental por parte dos moradores, tendo em vista as ações desenvolvidas buscaram demonstrar que o meio ambiente deve ser entendido como um parceiro da comunidade, já que a maior fonte de renda da região advém da pesca.

O desenvolvimento de algumas atividades como a oficina de papel, despertou em alguns integrantes o desejo de avançar em direção à sustentabilidade da comunidade; logo, por iniciativa própria, o plástico foi agregado na produção do artesanato. Além disso, os comunitários se organizaram para que em duas vezes na semana, um grupo se reunisse na associação de pescadores para repassar os conhecimentos aprendidos para as pessoas que não fizeram parte das oficinas.

Reforçando o que foi dito anteriormente, no tocante ao papel do comunicólogo na comunicação comunitária, vale informar que foi buscada a parceria da Prefeitura de São Cristóvão no sentido de permitir que o artesanato produzido fosse vendido durante o Projeto Cidade Seresta, projeto este, voltado para atrair turistas para São Cristóvão, que recebe um expressivo número de turista, tendo em vista ser a quarta cidade mais



antiga do Brasil. Tal pedido foi autorizado, tendo a prefeitura cedido um estande para a venda dos materiais.

Com o intuito de conhecer a realidade dos participantes do projeto após quatro anos do encerramento do mesmo, realizamos duas visitas informais. A primeira pergunta feita foi se ainda há pessoas que desenvolvem o artesanato de papel aprendido naquela época. A resposta obtida foi que apenas três mulheres ainda fazem o artesanato, entretanto sem fins econômicos, mas apenas por lazer.

Perguntadas acerca do porquê de não utilizarem o artesanato como fonte de renda, obtivemos a resposta de que as pessoas da cidade não se interessam em adquirir produtos artesanais a partir do papel, pois acreditam que se tratam apenas de lixo, ou seja, não conseguem enxergar o artesanato como um produto cultural da localidade e o valor agregado contido nas peças. (CANCLINI, 1999; PERUZZO, 1998; BOSI, 1986).

Após quatro anos do encerramento do projeto, voltamos à comunidade com o objetivo de perceber como estavam vivendo os moradores daquela localidade em 2008; se ainda confeccionam e vendiam artesanato de papel; enfim, o que ficou do projeto na comunidade do Largo da Ponte. Utilizando-se da mesma metodologia retornamos duas vezes à comunidade em questão com o intuito de refletir sobre a interrupção das ações iniciadas à época do projeto.

A guisa de conclusão

No decorrer deste artigo buscamos demonstrar através do estudo de caso junto à comunidade do Largo da Ponte que a comunicação social, através dos seus instrumentos e práticas integrativas pode e deve trazer importantes contribuições no tocante à busca por ações sustentáveis em comunidades em situação de risco social.

Em primeiro lugar, vale ressaltar que os profissionais de comunicação devem conhecer e respeitar a cultura pré-existente, buscando a partir dela, agregar outras formas de conhecimento. É importante demonstrar para os comunitários que, apesar dos seus aspectos culturais não estarem nas mídias de massa, estes são tão ou mais relevantes para suas vidas. Ou seja, é preciso fazer com que valorizem suas matrizes culturais. (BOSI, 1986). Nesse sentido, buscamos aproximar a comunidade de profissionais e instituições que pudessem agregar valor aos debates acerca da sustentabilidade da região pesquisada, sem que isso interferisse nas suas características identitárias.



Durante a execução das fases do projeto percebemos uma importante integração dos comunitários às ações promovidas, pois, apesar do tema sustentabilidade e meio ambiente estarem constantemente nos meios de comunicação de massa, grande parte das pessoas entrevistadas desconheciam informações básicas em relação a tais assuntos.

Esse dado nos chamou a atenção para a necessidade da mediação entre as informações que entram na comunidade e como estas mesmas informações são absorvidas pela comunidade, sendo de fundamental importância o planejamento e execução de ações onde os instrumentos e linguagens de comunicação sejam estrategicamente escolhidos para atingir os fins pretendidos.

Após quatro anos de implantação do projeto, e do afastamento dos profissionais de comunicação responsáveis pelo projeto, além dos diálogos travados com a comunidade levantamos algumas hipóteses que nos ajuda a entender a descontinuidade do projeto:

Acreditamos que as ações iniciadas em 2004 exigiam para sua sustentabilidade a presença de um profissional de comunicação trabalhando continuamente com as pessoas envolvidas no projeto, servindo como ponte entre o mercado consumidor, organizações governamentais, não-governamentais e a comunidade, pois os mesmos não vislumbram possibilidades econômicas e simbólicas além das fronteiras da comunidade.

A principal dificuldade encontrada na comunidade esta relacionada à baixa-estima dos comunitários causada pelas condições socioeconômicas e ausência de culturas referencias do capitalismo. Perguntados se continuam jogando lixo às margens do rio, eles responderam que sim, pois a prefeitura não disponibiliza caminhão de lixo. Entretanto, quando perguntamos se estão pressionando o Estado no sentido de ofertar o serviço de recolhimento de lixo, a resposta obtida foi que as pessoas da região não têm estudo suficiente para cobrar providências da prefeitura, ou seja, eles acham que não estão à altura de irem à prefeitura e ou à câmara dos vereadores cobrar providências para tal problema, pois acreditam que a cultura formal é imprescindível para o exercício da cidadania. Esse exemplo reforça a necessidade de um profissional de comunicação trabalhando junto à comunidade.

Merece destaque a prática de políticas assistencialistas por parte do poder público que, ao invés de incentivar o fortalecimento da economia local através da geração de emprego, oferece recursos sem que haja a necessidade de esforço por parte dos comunitários. Essa prática nociva foi percebida logo nos primeiros contatos com a comunidade, onde muitos moradores disseram que não participariam das atividades



propostas porque já recebem dinheiro do Estado, não tendo interesse em buscar trabalho, pois segundo tais entrevistados, o dinheiro repassado pelo governo é suficiente para suas despesas.

Por fim, acreditamos que para que as ações do projeto tivessem desdobramentos até o presente ano, seria necessário que uma organização do primeiro, segundo ou terceiro setor custeasse sua continuidade, colocando à sua frente um profissional de comunicação capacitado para desenvolver trabalhos voltados para comunidade carentes.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Curso de relações públicas**. São Paulo: Atlas, 1994.
- BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias**. Petrópolis: vozes, 1986.
- BAUMAN, Zygmunt. **Em Busca da Política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2000.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- CANHOS, Vanderlei; CANHOS, Dora Ann; SOUZA, Sidnei. **Informação Ambiental e Prática da Cidadania**. In: PINSKY, Jaime (Org.). *Práticas de Cidadania*. São Paulo: Contexto, 2004.
- FARAH, Osvaldo Elias. **Empreendedorismo estratégico no terceiro setor: experiências e parcerias em diferentes segmentos de atuação**. In CAVALCANTI, Marly (Org.). *Gestão social, estratégias e parceiras: redescobrimo a essência da administração brasileira de comunidades para o terceiro setor*. São Paulo: Saraiva, 2006.
- FERREIRA, Waldir. **Comunicação dirigida: instrumento de relações públicas**. In KUNSCH, Margarida M. K. **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira, 1997.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- LINHARES, Ronaldo N. **Educomunicação em saúde pública: como e porque?** In MENDONÇA, Valéria e outros. **Comunicação da Informação em Saúde : aspectos da qualidade**. Brasília, Ed. do Departamento de Ciências da comunicação, 2008.
- MELO, José Marques de. **Comunicação: teoria e pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1971.
- NETO, Francisco P. M.; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. São Paulo: Qualitymark, 2001.
- PAULA, Maria Aparecida; ALMEIDA, Ana Luísa de Castro. **Relações com a comunidade**. In KUNSCH, Margarida M. K. (org). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira: 1997.
- PERUZZO, Cicília K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Rio de Janeiro: vozes, 1998.
- _____, Cicília K; ALMEIDA, Fernando F. (org.) **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: Intercom, Salvador: UNEB, 2003.



SCHRAMM, Wilbur. **Pesquisa sobre comunicação nos Estados Unidos**. In: Panorama da comunicação coletiva. Rio de Janeiro, Fundo de Cultura, 1964.