



Comunicação e capital social: práticas sócio-educativas de jovens comunicadores¹

Rosane da Silva Nunes²

Faculdade Integrada do Ceará – FIC e Faculdades Nordeste - Fanor

RESUMO

Este trabalho traz uma análise da relação entre as práticas comunicacionais de jovens formados em oficinas de comunicação promovidas por uma organização social e a geração de capital social na região onde vivem. O local do estudo é a Microrregião do Médio Jaguaribe, situada no Centro-Sul do Ceará, onde atua o Instituto Elo Amigo (IEA), o qual desenvolveu um programa de formação em comunicação com os jovens participantes do Projeto Aliança com o Adolescente (PAA). O principal objetivo foi verificar como os jovens comunicadores percebem a influência da formação que tiveram em comunicação e de sua atuação como comunicadores, no tocante ao fortalecimento de valores inerentes ao capital social. Para tanto, foi realizado um trabalho empírico que identificou percepções destes jovens sobre o papel da comunicação, das organizações sociais e deles próprios para o desenvolvimento local.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; capital social; formação; organizações sociais.

A temática da pesquisa

Esta pesquisa é resultado, primeiramente, de um processo de observação participante, feita quando de uma experiência como facilitadora de uma série de oficinas de rádio comunitária a jovens que faziam parte do Projeto Aliança com o Adolescente, o qual foi desenvolvido pelo Instituto Elo Amigo (IEA), de 2001 a 2004.

O Projeto Aliança com o Adolescente (PAA) encerrou seu primeiro ciclo alcançando a formação de cerca de cerca de 800 adolescentes e 90 educadores³. Porém, os projetos implementados pelo PAA continuam sendo desenvolvidos pelo Instituto Elo Amigo, o qual atua na região Centro-Sul do Ceará, precisamente na Microrregião do Médio Jaguaribe, composta pelos municípios de Acopiara, Iguatu, Jucás, Quixelô e Orós,

As oficinas faziam parte de um programa de formação em comunicação promovido pelo Instituto, com vistas a engajar os jovens em processos e produtos

¹ Trabalho apresentado no NP Comunicação Educativa do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Jornalista, especialista em Assessoria de Comunicação e mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela UFC, professora de Radialismo e Assessoria de Comunicação da Faculdade Integrada do Ceará – FIC e Faculdades Nordeste – Fanor. email: rosane.nunes@yahoo.com.br

³ Dados disponíveis em www.eloamigo.org.br, acesso em 02 de julho de 2008



comunicacionais que divulgassem a idéia de Desenvolvimento Local Integrado Sustentável (DLIS)⁴.

A partir da convivência com esses jovens – tanto durante as oficinas como no acompanhamento de eventos e produtos advindos com a formação em comunicação -, surgiu o questionamento sobre a contribuição da prática comunicativa para o fortalecimento de laços sociais e para o aumento do nível de cooperação entre os jovens que faziam os projetos de comunicação e entre as pessoas que recebiam as mensagens elaboradas por eles.

O objetivo desse estudo consiste em investigar a relação entre a formação em comunicação - a qual seguia uma linha pedagógica específica adotada pelo Instituto Elo Amigo – e a geração de capital social. Para tanto, nosso principal instrumento de pesquisa foram entrevistas abertas e de grupos focais, pois não pretendíamos identificar ou valorar o capital social, mas sim descobrir a percepção dos jovens acerca da relação entre ele e a sua prática como comunicadores, enquanto integrantes de um projeto desenvolvido por uma organização social. Foram realizadas 18 entrevistas e 2 grupos focais. Neste artigo, apresentamos algumas impressões colhidas na pesquisa, procurando relacioná-las com os conceitos referentes à temática comunicação e capital social.

A relação entre comunicação e capital social, algumas reflexões teóricas

Partimos de uma premissa segundo a qual a formação de uma sociedade renovada necessita da transição de uma sociedade manipulada para uma sociedade informada. O economista Ladislau Dowbor (2000) salienta que o equilíbrio entre as esferas governamentais (Estado), privada (empresas) e social (sociedade civil) depende de uma população devidamente informada. Indo mais adiante, esse equilíbrio entre as esferas do poder público, setor privado e sociedade civil só poderá ser alcançado se houver acesso por parte dessa sociedade não apenas à informação, mas à comunicação, através dos seus veículos. Daí a necessidade de aproximar a geração de capital social à geração de informações multidirecionais.

⁴ Estratégia de indução ao desenvolvimento – centrada no investimento em capital social – que prevê a adoção de uma metodologia participativa, pela qual mobilizam-se recursos das comunidades, em parceria com atores da sociedade civil, de governos e empresas, em todos os níveis (disponível em www.aed.org.br, acesso em 04 de fevereiro de 2005)



Trará-se de descentralizar os meios, democratizando o acesso. Dowbor (2000) aponta a Internet como um possível caminho, ao afirmar que é necessário assegurar uma multiplicidade e riqueza de fontes diversificadas e descentralizadas de informação, e que, nesse sentido, a Internet dá sinais de paradigmas renovados de organização social. No caso do interior do Ceará, onde o acesso à tecnologia ainda é precário, há que se buscar outros meios, como o rádio e o jornal impresso. O Instituto Elo Amigo, no desenvolvimento dos projetos, procura trabalhar com rádio, jornal e Internet.

Lazarinni (2002) indica que a coesão de redes sociais promoveria a formação de ações coletivas, propiciando acesso à informação, aumentando o poder de barganha política e maior engajamento cívico. Mas será que, de fato, o acesso aos meios de comunicação - sejam os mais modernos como as listas de discussão na Internet ou de tecnologia mais antiga como o rádio -, podem constituir formas de intervenção social por parte das comunidades?

Monastério (1999), citando Coleman, afirma que a capacidade de transmissão de informações pela estrutura social, de modo a propiciar uma base para a ação, pode constituir uma forma de capital social. O autor vai mais além, condicionando o capital social à existência de um fluxo de informações que seja constante. Franco (2001) nos lembra que as relações sociais se extinguem se não forem mantidas, que as expectativas e as obrigações sociais se perdem se não forem lembradas, divulgadas, em suma: as normas dependem da comunicação sistemática. No caso, a comunicação que melhor funciona é a que transcorre em um sentido horizontal, uma vez que o fluxo vertical pressupõe a ausência de participação do receptor da mensagem. É nessa participação que se dá a diferença entre comunicação e informação, pois quando existe apenas repasse de mensagens sem a co-elaboração do receptor através do diálogo, tem-se um processo vertical, de cima para baixo, de transcrição unilateral da informação.

Quando a mensagem é trabalhada nas duas pontas: emissor e receptor, se estabelece um processo de comunicação mais eficaz do ponto de vista humano e social. Para que isso ocorra, é preciso garantir o acesso aos meios de comunicação, pois como destaca Beltrán (1981, p.32) “... o acesso é a pré-condição da comunicação horizontal. Pois sem que as pessoas tenham oportunidades semelhantes para a recepção das mensagens, não pode haver interação social democrática”, e por consequência, dificilmente se pode gerar capital social. Essa horizontalidade é uma característica dos sistemas de participação cívica (formado por associações comunitárias, cooperativas, clubes desportivos, etc.), uma das formas de promoção de capital social. Esse tipo de



sistema “... facilita a comunicação e melhora o fluxo de informações sobre a confiabilidade dos indivíduos. Quando maior e mais fácil é o fluxo de informação, maior será a confiança e a cooperação” (Mayorga, 2002, p.14).

Como percebemos, a partir das considerações de autores citados, a relação entre as duas áreas - comunicação e capital social - pode ser vista sob diversos enfoques. Putnam (2002) por exemplo, apresenta duas vertentes para a inserção da Mídia na sociedade. No estudo sobre as diferenças entre o Sul e o Norte da Itália, o autor comprova que nas regiões mais cívicas a população busca informação por meio da Mídia: “Numa região cívica, quando dois cidadãos se encontram na rua, provavelmente ambos já leram em casa o jornal daquele dia; numa região menos cívica, quando duas pessoas se encontram, provavelmente nenhuma delas leu o jornal” (Putnam, 2002, p. 111). O autor utilizou o número de leitores de jornais em cada região da Itália como um dos indicadores de civismo, partindo do princípio de que o fato poderia significar interesse pelos assuntos comunitários.

No entanto, o acesso ao meio jornal constitui um indicador frágil de maior participação social, pensamos que uma pesquisa mais detalhada poderia elucidar melhor essa relação, pois há que se verificar por qual editoria do jornal os leitores têm maior interesse, se nas áreas de política, economia, cidades, esportes ou amenidades. Além disso, deveria ser analisado o conteúdo desses periódicos, se leva à reflexão e ação social dos leitores ou somente a uma informação passiva.

Aceitamos a conclusão de Putnam (2000) quando à relação entre acesso à leitura de jornais e capital social, considerando o contexto de sua pesquisa, realizada na Europa, continente onde o Jornalismo é classificado como mais interpretativo, ao contrário do modelo de Jornalismo norte-americano adotado no Brasil, o qual é baseado na suposta objetividade, refletida no repasse de dados, sem interpretá-los.

A fragilidade da idéia de que o fato de uma comunidade ter acesso à informação pelos meios de comunicação pode significar maior participação social, pode ser constatada a partir de estudos do próprio Putnam. Araújo (2003) nos revela que o referido pesquisador atribui ao hábito de ver televisão a tendência crescente de uma conduta individualista e de menor valorização da sociabilidade nos Estados Unidos. Essa aparente contradição, na realidade, sinaliza, para a nossa reflexão, que o fato de uma população ter acesso a um meio de comunicação, não significa, necessariamente, que ela tenha informação acerca das problemáticas e demandas sociais e, em menor



grau ainda, poderá significar que disponha de meios para intervir na produção dessa informação ou que pelo menos conheça o processo de produção da mesma.

Em outras palavras, as diferentes conclusões de Putnam refletem que, dependendo do tipo de sociedade (no caso, a europeia e a norte-americana) e do tipo de veículo (jornal e televisão foram os estudados pelo autor), o efeito dos meios de comunicação na sociedade podem conduzir à participação ou à inércia social, isso porque se deve considerar não o meio de comunicação em si, mas sua vinculação com diferentes propostas políticas e de mercado.

Portanto, na nossa concepção, o que indica a geração de capital social é o tipo de informação produzida pelos canais de comunicação e, num estágio mais avançado, o nível de participação da população nesse processo de produção. Tal participação significaria que a comunidade poderia se beneficiar diretamente da transmissão de informações, inclusive do ponto de vista da geração de capital humano – uma vez que o acesso aos meios de produção de comunicação podem constituir um processo educativo. Para Lazarinni (2002), o capital social envolve, além da obtenção de informações, capacitações novas, pois através da intensificação da comunicação educativa todos se beneficiam do ambiente social inovador causado pelo impacto das tecnologias comunicacionais.

Trigueiro (2001) ressalta que não existe um consenso em relação à definição da comunicação humana. O que ocorre é que existem diversas formas de fazer e de entender a comunicação, daí a dificuldade em se chegar a um consenso, fato aliás natural, em se tratando de fenômenos sociais, os quais se dão em processo contínuo. O tipo de comunicação que interessa em nosso estudo se aproxima da definição de Oliveira (1994, 2007): a comunicação feita ou mediada por jovens protagonistas, através de veículos de comunicação ou através da atuação deles nas comunidades organizadas .

Organizações sociais, redes e juventude

Um das razões pela qual o Projeto Aliança com o Adolescente (PAA) foi escolhido para ser alvo de pesquisa é porque seu objetivo é buscar a promoção do Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável (DLIS) a partir da participação do jovem. Acreditamos que essa estratégia de ação pode ser considerada uma forma de organização social capaz de reforçar os movimentos sociais. Por isso, faremos uma



breve explanação acerca de como sociedade brasileira vem se organizando, no sentido de contextualizar a atuação do Instituto Elo Amigo (IEA), pois essa entidade faz parte da atual configuração das organizações sociais.

Durante a década de 80, numa conjuntura que já admitia maior liberdade de expressão, os movimentos sociais voltaram-se para si mesmos, com o objetivo de organizar-se. O fortalecimento interno veio na forma de institucionalização e abertura de canais de financiamento, principalmente de organismos europeus, apoiando a América Latina. Grande parte dessas organizações desapareceu, principalmente as que objetivavam apenas abrir caminho para a democratização. É nesse período que se consolidam as Organizações Não-Governamentais - ONG's, que timidamente começaram a se formar na fase anterior. Surgiram para dar suporte técnico e assessoria aos movimentos populares, mas a sinergia entre os dois gerou uma grande aproximação.

Na década de 90, começa uma fase que Peruzzo (1998) denomina de “articulação”, caracterizada pela idéia da formação de redes e busca de maior especialização dos seus membros, visando ao discurso mais qualificado e capaz de negociar, propor e debater questões públicas. A fase atual, cuja consolidação se deu no início do século XXI, é classificada por Peruzzo (1998) de “parcerias” e dela faz parte o Instituto Elo Amigo, executor do Projeto Aliança no Ceará.

Para Gohn (2000), o que se estabeleceu nos anos 90 e se consolidou no século XXI foi o embate ideológico entre o que ela denomina “ONGs militantes” e “ONGs propositivas”. As primeiras são oriundas ou herdeiras dos movimentos combativos dos anos 70/80 e portanto, possuem um forte caráter transformador, enquanto as últimas não têm o mesmo perfil ideológico, buscam não a transformação, mas o acesso de mais pessoas aos benefícios do sistema vigente, atuando segundo estratégias empresariais, de metas e resultado em curto prazo. Gohn destaca que “muitas delas surgiram pela iniciativa de empresários e grupos econômicos e seu discurso é muito próximo das agências financeiras internacionais”(2000, p.74). Percebemos que o Instituto Elo Amigo enquadra-se nesse caso. Trata-se de uma OSCIP criada a partir do Projeto Aliança, o qual é financiado por instituições de relevo no cenário econômico nacional e internacional.

Para Marcos Kisil (2000), diretor regional para a América Latina e Caribe da W.K. Kellogg, da correlação de forças Estado - empresa – sociedade civil organizada



depende o desenvolvimento sustentável⁵. Kisil (2000) destaca que a variedade de necessidades de cada sociedade exige uma diversidade de organizações e que é preciso criar um ambiente de colaboração entre elas para que haja desenvolvimento no âmbito local. Talvez resida nesse argumento a maior possibilidade de convergência entre as diferentes entidades e movimentos sociais. Por exemplo, o Instituto Elo Amigo, executor do PAA no Ceará, através do CRCOM (Centro de Comunicação e Mobilização) realizou uma série de encontros com representantes de diversos segmentos da sociedade local na Microrregião do Médio Jaguaribe, com o intuito de formar fóruns municipais de juventude, onde jovens e adultos possam debater a implementação de políticas locais voltadas, principalmente, para a educação e geração de trabalho .

A temática com a qual trabalha o Elo Amigo está entre as mais desenvolvidas no atual cenário das organizações sociais. Dados da Associação Brasileira de ONGs – ABONG -seção Ceará (Fiege, 2003) indicam que o tema “criança e adolescente” é o segundo mais trabalhado, ocupando 19,33% de um total de 212 organizações registradas no Estado. Em primeiro lugar, com 19,88%, estão as Sociedades Benéficas e de Apoio à Família, as quais devem, certamente, incluir o trabalho com crianças e jovens. Concluimos, portanto, que cerca de 40% do total de ONGs no Ceará trabalham com esse público. No entanto, poucas são as organizações que atuam no interior do Estado. De acordo com a mesma pesquisa, somente 2,35% do total de ONGs cearenses atuam no Médio Jaguaribe – o equivalente a cinco entidades - enquanto 63,67% concentram-se em Fortaleza.

Esses dados sobre o baixo número de Organizações não governamentais no interior do Ceará podem explicar a rápida inserção do Instituto Elo Amigo nos fóruns locais e regionais que tratam da temática juventude e seu fortalecimento como referência local, em pouco mais de três anos de existência. A participação em fóruns e redes dá ao Elo Amigo capilaridade, possibilitando ampliar o seu raio de ação. O próprio nome da Instituição - “elo” – sugere essa formação de ligações entre os jovens, entre eles e a comunidade, entre a instituição e outros organismos. Nesse contexto, consideramos que o Instituto Elo Amigo pertence à nova fase da organização social, a qual se articula cada vez mais em redes.

⁵ Termo difundido através do documento *Nosso Futuro Comum*, elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU - Comissão de Brundtland, em 1987. De acordo com o documento, o desenvolvimento sustentável é baseado em três premissas: o socialmente justo, o economicamente viável e ambientalmente equilibrado.(Nunes, 2002)



As redes são estruturas de organização capazes de reunir pessoas e instituições em torno de objetivos comuns. Podem ser locais ou virtuais e constituem uma nova forma de organização que começou a se solidificar no século XXI. Franco (2001, p.481) citando Coleman ressalta a importância desses espaços, dizendo serem “... uma condição necessária para a emergência do capital social”. Isso porque as ligações entre os agentes das redes proporcionam cooperação a partir da confiança de que todos têm uma mesma meta, mesmo que atuem em ramos diferentes.

Uma rede só existe quando há movimento, troca de informações, e a troca é uma característica da cooperação, que por sua vez é resultante da participação. Portanto, percebemos que as características das redes são semelhantes à de um sistema onde há geração de capital social. Numa rede não deve existir centralização de poder, e sim multiliderança, a qual pressupõe iniciativa. Todos os atores são protagonistas. Dessa maneira, fica garantida outra peculiaridade: a circulação livre de informações, na qual o emissor pode transformar-se em receptor de mensagens, e vice-versa.

Por fim, numa rede os valores e objetivos de seus integrantes são compartilhados. E nesse compartilhar, atores sociais surgem e interagem a partir de uma comunicação para o desenvolvimento, como frisa Moreno (2007, p.82) “comunicación para el desarrollo es en lenguaje sencillo compartir y dialogar para el cambio, construyendo un nosotros protagonista”.

O trabalho dos jovens comunicadores e a geração de capital social

Os jovens do projeto Aliança começaram a trabalhar com comunicação após um programa de formação em Comunicação promovido pelo Instituto Elo Amigo, o qual seguiu a linha pedagógica da instituição. A proposta pedagógica do Instituto Elo Amigo no projeto tem como objetivo a *educação pelo trabalho solidário*, “sustentado na crença de que, pelo fazer solidário e refletido, é formada uma geração de cidadãos”, baseado no aprender fazendo (Oliveira, Paula e Siqueira, 2004, p. 158). Devido a esse princípio, a porta de entrada de todos os adolescentes é a formação para o trabalho voluntário, desenvolvido no Centro de Resultado (CR)⁶ Adolescentes Solidários. No Ceará, o IEA começou com três Centros de Resultado: Adolescentes Solidários (projetos voluntários), Agricultura Ecológica Familiar (piscicultura, apicultura, horticultura) e Central de

⁶ A denominação Centro de Resultado (CR) é dada aos projetos criados para atuar nas áreas escolhidas por cada microrregião.



Serviços (criação e implementação de negócios). Atualmente, o Instituto desenvolve mais três projetos, o CR Produtos e Serviços, o CR Tecnologia da Informação e o CR Comunicação e Mobilização.

Somente depois de vivenciar as ações e filosofia do *trabalho solidário* é que os jovens decidem se desejam permanecer no Instituto, e em qual dos CRs querem atuar. Independente da área que decida se engajar, o jovem será formado pela mesma linha pedagógica, com os seguintes pressupostos: 1) fortalecimento da identidade pessoal e social do jovem; 2) promoção e valorização da arte e cultura locais; 3) respeito à diversidade de qualquer natureza; 4) interdimensionalidade (razão, emoção, corporeidade e transcendência), 5) formação continuada, 6) ritos de passagem, 7) incentivo ao associativismo e 8) comunicação como direito individual (Oliveira, Menezes e Siqueira, 2004).

Este último preceito – do direito à comunicação – foi desenvolvido de maneira transversal e também em atividades específicas como a produção de impressos, programas de rádio e postagem no site do Instituto. Essa produção foi resultado da formação em Comunicação - promovida em 2002 por uma equipe de jornalistas e educadores - e funcionou como um canal de aprendizagem tanto das técnicas jornalísticas como do exercício da palavra no sentido de informar e sensibilizar o público para as principais temáticas trabalhadas no projeto (agroecologia, trabalho voluntário e empreendedorismo juvenil).

No tocante à mídia rádio, o CR Adolescentes Solidários criou, em 2003, o projeto “Rádio Itinerante Adolescente FM”, cujo objetivo inicial era levar para os intervalos das escolas públicas da região, entretenimento e informações relacionadas aos conteúdos pedagógicos vistos em sala de aula, por meio de programa “Rádio Adolescente FM”. A mobilização da escola – contato com diretores, professores, grêmios estudantis -, roteiro, técnica e locução são realizados pelos próprios adolescentes, com o acompanhamento de educadores do Instituto Elo Amigo. Sobre o papel da comunicação no desenvolvimento humano, uma das adolescentes envolvidas relata:

Contribuí muito para a formação pessoal, especialmente para o adolescente. Eu, por exemplo, quando comecei era muito tímida mas com o projeto de rádio me soltei. Contribuí muito para a pessoa amadurecer e por trabalhar em várias áreas como cidadania, principalmente, ajuda você a formar sua identidade. (Mayana Araújo, 18 anos, CR Adolescentes Solidários).



Já o CR Agroecologia Familiar produziu o programa Terra Viva, o qual era transmitido pela Rádio Comunitária Sucesso FM, no município de Jucás. O primeiro programa foi ao ar no dia 22 de abril de 2001, tendo como produtores e locutores adolescentes que participavam do então Centro de Resultados Agricultura Ecológica Familiar⁷. A educação ambiental era o foco principal do programa (Sousa, 2003,p.69):

Ele [o programa] surgiu da idéia de um grupo de adolescentes de se fazer uma campanha educativa sobre os impactos ambientais causados pela própria comunidade jucaense. Uma das tarefas dessa campanha era a divulgação na rádio comunitária, coordenada por uma associação de bairro. A partir daí, os adolescentes, empolgados, tiveram a idéia de fazer um programa voltado à educação ambiental.

A produção do programa de rádio acabou se tornando um espaço de congregação em torno das atividades na comunidade. Dessa forma, vislumbra-se a relação entre a prática da comunicação com viés educativo e de geração de capital social:

Em um determinado tempo, quando nós estávamos com o programa Terra Viva, nós nos tornamos referência. A gente se via tanto no programa de rádio e acabamos desenvolvendo ações ali, todo dia. Foi um ano de muita referência mesmo, dentro do município Porque a partir do momento que você ta ali, envolvida em grupos, comunicando e passando conhecimentos, você ta promovendo o desenvolvimento local (Adriana Oliveira, 21 anos, CR Agroecologia Familiar).

Os programas Terra Viva e Adolescente FM saíram do ar, em 2003. No caso da rádio itinerante Adolescente FM, existem planos de que ela seja retomada, mas de maneira diferenciada: a idéia é que os estudantes das escolas sejam capacitados a operar a rádio, através da formação oferecida pelo grupo de jovens que fundaram o projeto. Já o programa Terra Viva pode ganhar nova versão, a partir do apoio de um programa de educação ambiental financiado pelo Ministério da Justiça. No entanto, não é certo o retorno destes programas.

A produção de meios impressos foi feita através dos boletins Eco-Notícias e Elo Amigo Notícias. Esse último envolvia adolescentes formados pelo programa de Comunicação e Mobilização e o primeiro, que circulou de 2000 a 2004, foi desenvolvido pelos jovens do CR Agroecologia Familiar. Sobre o boletim Eco-Notícias, um dos jovens afirma: “Eu acho importante porque é uma boa maneira da

⁷ Atual Centro de Resultados Agroecologia Familiar que, como foi dito anteriormente, é um dos projetos implantados pelo Instituto Elo Amigo.



gente estar conhecendo e aprendendo com outros grupos lá de Jucás, lá da Acopiara e até de outras cidades que tem projetos na área ambiental, para ver como é que estão se desenvolvendo as comunidades” (Samuel, 16 anos, CR Agroecologia Familiar).

No site, foi criado o boletim eletrônico “Elo Amigo na Rede”, com notícias institucionais produzidas por jovens formados pelo programa de Comunicação e Mobilização. O objetivo do Programa de Comunicação e Mobilização Social é traçar e executar as políticas e estratégias de comunicação e mobilização social do Instituto Elo Amigo, na perspectiva do relacionamento da instituição com os seus públicos e do favorecimento da educação e atuação dos jovens comunicadores populares no Médio Jaguaribe. Para isso, promovem formação básica em comunicação para jovens de diferentes CR’s que demonstram interesse e aptidão para a comunicação jornalística.

Mas, a formação, apenas, parece não ser suficiente. Na opinião dos jovens comunicadores, é preciso também união, cooperação, valores inerentes ao capital social.

Se a comunicação fosse mais trabalhada, ela tivesse além de recurso que é uma coisa assim que é muito importante pra gente tá trabalhando, mas assim ... se tivessem pessoas né, unidas... pessoas com objetivo de colocar mais pra frente a comunicação, eu vejo que ela poderia estar influenciando muito dentro das comunidades. Porque a comunicação tem o poder muito grande dentro das comunidades, de informar, de educar, além dos próprios meios de comunicação as pessoas mesmos como fonte de comunicação. Eu acho que isso poderia ajudar bastante. (Adriana Oliveira, 21 anos, CR Agroecologia Familiar).

Quanto à capacidade de serem multiplicadores do ideário do Desenvolvimento Local a partir da comunicação interpessoal e intergrupar, ou seja, a partir de uma ação que dependa unicamente deles, e não apenas do uso de técnicas e veículo de comunicação, todos os jovens afirmaram que sim, são capazes de fazê-lo. Consideraram-se que são, eles mesmos, “instrumentos de comunicação”, por meio das palavras e atitudes. Estar ali, naquele grupo focal, inclusive, era uma prova disso:

Eu me vejo como reeditor, é claro, e cada um daqui de nós, jovem comunicador, se vê! Se ainda estão aqui os remanescentes... A sociedade dos poetas mortos (risos) ainda estão aqui se reunindo, os últimos dos últimos, é porque se vê como reeditor dessa idéia, dessa missão, porque ainda está comprometido com a missão, mas que vê que houve falhas e que tem que ser consertadas pra que a gente tenha um maior êxito.(Francisco Lima, 20 anos, ODCOM).



A maioria dos jovens afirmou não atribuir somente à participação no Instituto Elo Amigo o fato de estarem atentos às questões da comunidade, entendem que o trabalho na entidade ajuda, mas não gera capital social, pois, para os entrevistados, ele está nos espaços não institucionalizados de vivência e convivência entre as pessoas. A partir do fortalecimento das relações de confiança entre esses indivíduos é que se inicia a organização do espaço e conseqüente relação destas pessoas com as instituições, no sentido de alcançar o desenvolvimento. Holanda (2003, 232) enfatiza que “... a materialização do capital social no processo sustentável só pode ser analisado a partir de multireferências nas quais se localizam as diversas interações sociais, políticas, culturais e econômicas de um grupo ou comunidade”.

Os adolescentes acreditam que nas comunidades onde vivem já possuem capital social e que a diferença entre as ações de entidades populares, como uma associação comunitária e uma ONG, por exemplo, está no fato de que esta possui “um capital social mais qualificado”, devido à formação dos técnicos que fazem este tipo de instituição. No entanto, ambas as atuações são importantes para o desenvolvimento.

Eu acho até errado uma ONG dizer que chegou numa comunidade e gerou capital social, porque a própria comunidade já é um capital social que existe dentro dela... As pessoas que existem dentro dela já têm aquele capital social. Ela [a ONG] pode talvez aprimorar ou transformá-lo, melhorá-lo. Transformá-lo em algo melhor. Então, o meu capital social existe? Existe sim. Todas as pessoas que estão dentro do Elo Amigo tiveram uma formação diferente, talvez alguns só tenham a formação de adolescentes, outros de educadores, outros de apoio. Existe capital social dentro de mim né? que foi formada nos vários espaços onde eu já tive, e as várias formações que eu já tive também, inclusive a de comunicação. Mas eu atribuo isso muito também à comunidade. A comunidade que me formou. (Ana Nere, 18 anos, CR Agroecologia Familiar).

Apesar de enfatizarem o papel da comunidade na formação de capital social, os jovens reconhecem que a formação adquirida no Instituto Elo Amigo os capacitou a sensibilizar outras pessoas a buscarem melhorias para si e para a sua região. Diferenças conceituais entre conscientização e sensibilização da comunidade foram alvo de debate entre os jovens, demonstrando bom nível de criticidade dos mesmos. Após réplicas e tréplicas, parece ter havido consenso quanto ao fato de que a atuação dos jovens na comunicação não pode conscientizar, no sentido de mudar mentalidades, mas pode sensibilizar, despertar outras pessoas para a importância da participação com vistas ao desenvolvimento local, podendo, assim, contribuir para a geração de capital social.



Considerações Finais

Partindo do princípio de que gerar capital social implica na formação de uma ambiência favorável ao desenvolvimento individual e coletivo, por meio da criação de espaços de socialização de conhecimentos e informações (Holanda, 2003), identificamos a importância do estabelecimento de canais de comunicação - seja interpessoal, intergrupalo ou através de veículos – para alcançar o capital social.

Entendemos que a existência de uma sociedade informada é um caminho para evitar a manipulação política-ideológica. Sendo assim, criar mecanismos de comunicação participativa pode contribuir para a efetivação de um clima de cooperação e confiança capaz de mobilizar as populações no sentido da busca de bens coletivos.

No caso em estudo, seriam os jovens capacitados em comunicação pelo Instituto Elo Amigo aptos a atuar como interlocutores, no sistema midiático, das informações e conhecimentos necessários para contribuir com a geração de capital social. Percebemos que se os jovens comunicadores do Projeto Aliança, desenvolvido pelo Instituto, assumirem a posição de intermediadores e facilitadores do processo comunicativo na vertente popular – que pressupõe uma comunicação participativa mais horizontalizada e passível de retroalimentação – estará facilitado o acesso e a troca de informações acerca de assuntos relevantes às comunidades, uma vez que o objetivo central do Instituto seria contribuir para o desenvolvimento local, através da ação de jovens.

Nesse contexto, a criação de condições favoráveis à comunicação com os jovens incentivando a participação, seria um modelo adequado de harmonia entre capital social e comunicação. Assim, consideramos que a formação em Comunicação dentro da linha pedagógica da “educação pelo trabalho” pode contribuir para a implementação de ações coletivas protagonizadas pelos jovens da Microrregião do Médio Jaguaribe cearense.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Maria Celina Soares. **Capital Social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003.

BELTRÁN, Luiz Ramiro. **Adeus a Aristóteles**: a comunicação horizontal. In: Revista semestral de estudos de comunicação. Ano III, nº 6, Instituto Metodista de Ensino Superior. São Paulo: Editora Cortez, 1981.

DOWBOR, Ladislau. **Capitalismo**: novas dinâmicas, outros conceitos. Disponível na Internet via www.dowbor.org. acesso em Junho de 2000.

FRANCO, Augusto de. **Capital Social: Leituras**. Brasília: Instituto de Política, 2001.



FIEGE, Hans Jürgen. *ONGs no Ceará: quem são, o que fazem, quais são os seus desafios?*. In: FIEGE, Hans-Jurgen (org). **ONGs no Brasil: perfil de um mundo em mudança**. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2003.

GOHN, Maria da Glória. **Mídia, Terceiro Setor e MSTII: impactos sobre o futuro das cidades e do campo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

HOLANDA, Francisco Urribam Xavier. **O Capital Social na Agricultura Familiar: ações cívicas tecendo o desenvolvimento. O caso do Assentamento Guriú**. Fortaleza, Universidade Federal do Ceará, 2003. (tese de doutorado).

KISIL, Marcos. **Organização Social e Desenvolvimento Sustentável: projetos de base comunitária**. In: RÖHRIG, Chistine (org). 3º Setor – Desenvolvimento Social Sustentado. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

LAZARRINI, Sérgio G. **O Conceito de Capital Social e Aplicações para o Desenvolvimento Sustentável e Estratégia Sustentável**. Revista Preços Agrícola, maio, 2002. pp. 10-13.

MONASTÉRIO, Leonardo. **Capital Social e Grupos de Interesse: uma reflexão no âmbito da economia regional**. Disponível na Internet via [www.url](http://www.url.com.br/capitalsocial.cjb.net). <http://capitalsocial.cjb.net>. (XXVII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Economia. Belém, PA). 1999.

MORENO, Rosa Maria Alfaro. **Otra Brújula**. Lima: Asociacion de Comunicaciones Sociales Calandria, 2006.

MAYORGA, FERNANDO. **Capital Social, Capital Físico e a Vulnerabilidade do Homem do Campo: um Estudo de Caso no Município de Tauá, Ceará**. Fortaleza, Universidade Federal do Ceará, 2002.

OLIVEIRA, Catarina Tereza Farias de. **O Direito à Palavra: Comunicação, Cultura e Mediações Políticas – a experiência das rádios comunitárias**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1994.

_____, Catarina Tereza Farias de. **Escuta Sonora**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

OLIVEIRA, Ilma Maria Costa da Silva, MENEZES, Geovânia David de Souza e SIQUEIRA, Maria José. **Instituto Elo Amigo: experiência de formação de educadores sociais num processo de educação para o desenvolvimento local com adolescentes e jovens no semi-árido cearense**. In: KÜESTER, Ângela e MATTOS, Beatriz. **Educação no contexto do semi-árido brasileiro**. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2004.

PERUZZO, Cicilia Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

PUTNAM, Robert. **Comunidade e Democracia: a experiência da Itália Moderna**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas Ed, 2002.

TRIGUEIRO, Osvaldo. **O Estudo Científico da Comunicação: avanços teóricos e metodológicos ensejados pela Escola Latino-Americana**. Universidade Metodista. São Paulo: PCLA – vol. 2, nº 2, jan-mar/2001.