

Juventudes e a democratização da comunicação: uma análise do Núcleo de Comunicação Popular do Cuca¹

José Augustiano Xavier dos Santos²
Ismar Capistrano Costa Filho³
Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza, CE

Resumo

Compreendendo a importância da participação e engajamento das juventudes nos processos vinculados a comunicação e sua atuação na discussão sobre a democratização da comunicação, o artigo se propõe a verificar nível de compreensão e envolvimento das juventudes nos processos ligados à democratização da comunicação, sobretudo construído pelo Núcleo de Comunicação Popular (NCP) do Centro Urbano de Cultura, Arte, Ciência e esporte (Cuca) do bairro Barra do Ceará, em Fortaleza. Ao longo de três meses, foram ouvidos profissionais e técnicos do NCP e as juventudes atendidas pelas ações desenvolvidas, afim de compreender como esses atores interagem e se percebem dentro do processo de comunicação. O relato do presente artigo traz as experiências do NCP no que se refere à garantia de espaços para que as juventudes tenham acesso à reflexão, formação, produção e disseminação de produtos midiáticos.

Palavras-chave: Juventudes; Políticas públicas; Participação; Democracia da comunicação; Educomunicação; Cuca.

Introdução

A hipótese desta investigação parte, por um lado, do indício que as juventudes, principalmente os jovens das periferias da cidade têm encontrando espaço em entidades, como Organizações Não Governamentais (ONG), coletivos e órgãos governamentais, tanto para a formação técnica no campo da comunicação, como no desenvolvimento de produtos midiáticos sobre temáticas sociais e problemáticas locais. Também questionam, nestas produções, os estereótipos de juventude, rebelde sem causa, descomprometida com o futuro do país, ligada ao crime e a desordem, predominantes nos meios massivos comerciais. No entanto, pouco tem se desenvolvido o debate sobre a democratização da comunicação, seus

¹ Trabalho apresentado na X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação na área de Comunicação, Espaço e Cidadania, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista (recém formado pela Faculdade 7 de Setembro – Fa7), comunicador popular, diretor e produtor de vídeos socioeducativos (Fábrica de Imagens).

³ Bacharel em Comunicação Social (UFC), Mestre em Comunicação (UFPE), Doutorando em Comunicação Social (UFMG) e professor de ensino superior (Fa7).

entraves e principalmente, sobre as possibilidades de atuação em rede com outros jovens, outras entidades populares a fim de colaborar com essa questão.

Diante desse contexto, será que as juventudes que participam das capacitações em comunicação na cidade de Fortaleza, mais especificamente do Centro Urbano de Cultura e Arte (Cuca) compreendem as questões relativas à democratização da comunicação? Será que as atividades desenvolvidas nesses espaços de formação, colaboram para estimular as juventudes participarem da luta pela democratização da comunicação? É preciso ainda, antes de qualquer coisa, analisar como esses sujeitos atuam nesses espaços de formação e produção de comunicação alternativa e popular. Será que há um envolvimento efetivo, um interesse real pela comunicação, sobretudo para comunicação alternativa e popular, ou se o que existe é uma busca por oportunidades de desenvolvimento de habilidades, qualificação profissional e tentativa de inserção no mercado de trabalho?

Ao longo do presente artigo, apresentaremos uma definição atual, que surge nos principais documentos de órgãos que trabalham na implementação de políticas públicas, destinadas para as juventudes. Também faremos um breve resumo das principais conquistas das juventudes no Brasil e em Fortaleza e analisaremos as ações realizadas pelo Núcleo de Comunicação Popular, do Centro Urbano de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (Cuca)⁴ de Fortaleza, dando enfoque aos cursos ligados à comunicação popular oferecidos para as juventudes. Para isso, iremos utilizar a metodologia de pesquisa bibliográfica, por meio de livros, sobretudo nas áreas da comunicação, sociologia e educação, material online, matérias oficiais, disponibilizados no ambiente virtual, de total acesso público. Saberemos com base no levantamento de dados e as análises realizadas, como o Núcleo de Comunicação Popular, a partir das diversas ações realizadas ao longo de 2013-2014, tem trabalhado as questões relativas à democratização da comunicação e, mais especificamente, como os jovens beneficiados com as ações deste Núcleo estão inseridos nesse contexto.

1 Juventudes e políticas públicas

A Unesco (2004) estabelece a juventude como um ciclo de vida que vai dos 15 aos 29 anos, com características que expressam uma etapa que tem um período breve para seu término,

⁴Uma política pública iniciada em 2009, o Cuca tem por objetivo proporcionar a vivência plena da condição juvenil, através da disposição de novos espaços e alternativas de desenvolvimento sócio-cultural e econômico. O equipamento atende às principais demandas dos jovens: cultura, qualificação profissional, esporte, pesquisa, leitura, cinema, produção e formação audiovisual entre outras. Informações obtidas no site: <http://portalantigo.fortaleza.ce.gov.br/juventude/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=53>. Acesso em: 07 abr. 2014.

em virtude da sua transitoriedade. No Estatuto da Juventude, instituído pela lei Nº 12.852, em 5 de agosto de 2013, apresenta um conceito mais jurídico sobre essa questão. No primeiro parágrafo estabelece o que compreende por jovens, considerado jovens as pessoas nesta faixa etária definida pela organização internacional. Ainda podemos verificar dois pontos fundamentais: uma visão mais geral sobre essa questão, que irá focar nas mudanças e transformações pelas quais o sujeito passa, em determinada etapa da vida. E outra, irá trazer um olhar menos homogêneo, voltando-se para as questões mais específicas e simbólicas na qual às construções históricas e sociais serão tratadas com mais desuniforme, compreendendo suas diferenças, que serão analisadas com base no tempo e/ou ciclo de vida.

Essas características, hábitos e costumes serão tratados de maneiras diferenciadas pelas sociedades e grupos sociais. Terão formas variadas de conduzir as mudanças e transformações inerentes a sua juventude. Classe social, etnias, identidade religiosa, gênero, localização geográfica, serão alguns aspectos que encontraremos. Sendo assim, não podemos estabelecer e enquadrar a juventude em aspectos e critérios tão fechados e limitados, como uma fase com um período determinado para começar e para finalizar, muito menos compreendê-la como uma etapa na qual se deve prepará-los para a fase adulta.

Se por um lado podemos visualizar as grandes mudanças ocorridas no campo das novas ferramentas de comunicação, por outro, ainda é possível perceber um distanciamento, que cada vez é mais frequente dos meios de comunicação e seu papel social de promover a educação, a informação plural e a diversidade cultural. Esse contexto torna-se cada vez mais evidente, quando analisamos o trato dado pelos meios de comunicação de massa para grupos excluídos, em particular às juventudes.

Para Coelho (2008), discutir as questões que estão relacionadas com a forma que esse segmento é apresentado na mídia e seu impacto social, cultural e psicológico, tem sido recorrente na contemporaneidade. O que se observa é um forte e permanente empenho dos grandes veículos de comunicação, em definir os jovens como um sujeito que apresenta problemas. Os jovens das grandes periferias são, em sua maioria, apresentados em situações relacionadas ao mundo da violência e da criminalidade. Além desse enfoque, a mídia impressa, televisiva, radiofônica e a internet ainda mostram os jovens como sujeitos não preocupados com seu futuro e com o futuro da sociedade. Para eles, a grande motivação dos jovens é viver a vida e seu presente de forma intensa e sem grandes preocupações.

Mesmo com os avanços nas políticas públicas específicas para a juventude brasileira e a sua significativa atuação nas questões políticas do país, os grandes veículos não acompanham o mesmo ritmo e seguem com seu foco em questões que ainda são problemáticas, mas que em outros setores já avançaram muito. Optando por apresentar os jovens como sujeitos sociais, marcados por atitudes negativas, que nada contribuem para o desenvolvimento do país. Segundo Coelho (2008), os tradicionais programas policiais, muitas novelas, algumas obras cinematográficas, as manchetes dos jornais locais e nacionais e tantos outros produtos midiáticos, estabelecem uma linha editorial, com o foco em mostrar o cotidiano dos jovens predominantemente relacionado-os com a criminalidade das grandes cidades. A mídia massiva ainda estigmatiza os jovens de diferentes formas e maneiras. Nesse contexto, os meios de comunicação surgem como um importante instrumento de comunicação e inserção da juventude em suas comunidades. Jornais alternativos, rádios comunitários, blogs, vídeos e site são apenas alguns das muitas possibilidades atuais.

Quando o assunto em questão é a luta pela liberdade de expressão, verificam-se inúmeras dificuldades postas nesse debate. Esse delicado cenário pode estar diretamente ligado a dificuldade de encontrar uma forma clara e concreta para a sociedade compreender o direito à comunicação e como sua ausência pode influenciar significativamente suas vidas. Uma constatação difícil de entender já que para Pedrinho A. Guareschi (2007), a democracia está relacionada com a soberania de um povo e à divisão igualitária de poderes. Segundo ele, os meios de comunicação participam da construção deste processo social, e assim, torna-se fundamental que se compreenda a democratização da comunicação. Segundo Coelho (2013), a participação dos movimentos sociais foi de fundamental importância para que esta discussão entrasse na pauta das discussões em nosso país.

A luta pela democratização da comunicação torna-se fundamental, quando se compreende que, só será por meio desta se construirá um processo de comunicação que seja pauta para o reconhecimento e fortalecimento das identidades sociais e culturais existentes, que combata qualquer forma de marginalização de sujeitos e que não esteja motivado somente pelo consumismo. Para o fortalecimento do debate sobre a democratização da comunicação e para que mudanças significativas sejam conquistadas, é fundamental o engajamento e participação de todos nesse debate.

É importante destacar que, para a formulação das políticas públicas, segundo Agnaldo dos Santos (2009), existem visões bem reduzidas, que estabelece apenas a burocracia estatal

como agente produtor das políticas públicas. No entanto, ele destaca que a constituição de 1988 e outras leis estabelecem e atribuem aos atores sociais uma participação ativa na elaboração das políticas públicas, bem como em processo de monitoramento e avaliação das mesmas. Nos processos de construção das políticas públicas de juventude, por exemplo, veremos a importância que é dada a participação e as contribuições das juventudes para a formulação de políticas destinadas para esse seguimento. Segundo a Cartilha Políticas de Juventude (2013), está convivendo com alterações que podem ser notadas na forma como são realizadas as políticas públicas para a juventude, que são iniciadas em âmbito municipais e podem colaborar para a elaboração de um novo padrão no que diz respeito a essas questões.

Segundo informações do governo municipal⁵, em Fortaleza as juventudes representam quase um terço da população da cidade, com aproximadamente 730 mil jovens, na faixa etária de 15 e 29 anos. Compreendendo esse expressivo número de jovens e a importância de garantir uma maior atenção aos jovens, por meio de uma política de juventude, em 2007 a Prefeitura de Fortaleza, criou a Coordenadoria Especial de Políticas de Juventude, com o objetivo de ser motivador e responsável por conduzir, coordenar e elaborar políticas destinadas para as juventudes, a fim de assegurar os direitos e o exercício de sua cidadania. A coordenadoria tem por orientação pautar um trabalho que esteja articulado com as mais diferentes instâncias do governo municipal, que beneficiava as juventudes de forma direta ou indireta, buscando desenvolver ações integradas, que permita aos jovens da cidade o acesso à educação, à qualificação profissional, ao lazer, à cultura, etc.

Também em 2007, foi criado o Conselho Municipal de Juventude (CMJ), com a missão de ser uma instância permanente de acompanhamento, fiscalização e também de deliberação das políticas públicas voltadas para as juventudes da cidade. Em sua composição, está assegurada cadeiras para 18 entidades da sociedade civil, eleitos no Encontro Municipal de Organizações e Movimentos de Juventude; dois jovens oriundos das assembleias do Orçamento Participativo de juventudes e dez membros que fazem parte do poder público, sendo oito da gestão e dois da câmara de vereadores, indicados pelos seus respectivos órgãos. Com espaços específicos de discussão, os jovens também puderam participar das decisões sobre o orçamento municipal, por meio do Plano Plurianual e Orçamento Participativo da Juventude. Entre os processos de construção e implementação das políticas

⁵Informações obtidas em: < <http://portalantigo.fortaleza.ce.gov.br/juventude/>>.

Acesso em 09 mar. 2014.

destinadas às juventudes de Fortaleza, também se destaca a realização da I Conferência Municipal de Juventude de Fortaleza em 2008, com o objetivo de construir as diretrizes que iriam compor o Plano Municipal de Juventude. Em 2009, foi realizado o I Congresso Municipal de Juventude, com a proposta de discutir com a população jovem da cidade, as ações e metas que fariam parte do Plano Municipal de Juventude.

Em 2010 também surge o Programa Integrado de Políticas Públicas de Juventude de Fortaleza (PIPPJ)⁶, com o objetivo de criar no âmbito municipal, um sistema integrado de políticas públicas de juventude, tendo como elemento fundamental, a participação direta das juventudes, buscando diminuir os problemas enfrentados por esse segmento da sociedade. O programa é composto por uma unidade de gestão (UGP), que coordena, executa e realiza o monitoramento e avaliação do programa. No programa estão inseridos os projetos Projovem Urbano, Academia Enem, Protagonismo Juvenil, Credjovem, Proinfor e projeto Cuca. Finalmente em 2013, depois de uma série de debates e discussões, surge o Plano Municipal de Juventude, aprovado pela Câmara Municipal, por meio do projeto de lei de nº 103/2013 de autoria do Poder Executivo. O Plano apresenta um conjunto de diretrizes e objetivos estratégicos que deve orientar o poder público na elaboração, implementação e avaliação das ações voltadas para o segmento juvenil da cidade.

Também em 2013 inicia-se uma nova gestão no governo municipal e essa mudança de gestão altera a lógica que estava sendo dada às políticas de juventude em Fortaleza. Atualmente, as políticas públicas de juventude estão orientadas por um programa de capitais que agrega: capital social, capital cultural e capital intelectual. Tudo que se está fazendo ou será realizado está relacionado com essa dimensão. O que é realizado no Cuca e nos projetos da Coordenadoria Especial de Políticas Públicas de Juventude de uma forma geral, está orientado por essa lógica de gerar capital social, cultural e intelectual, e dentro disso, criar formas intersetoriais com os demais órgãos da Prefeitura, para obter proteção social e oportunidade para a juventude. Com esse novo direcionamento espera-se que os jovens possam ter acesso o que se chama de recompensas públicas (status, prestígio e reconhecimento).

2 A política do centro urbano de cultura, arte, ciência e esporte (Cuca)

⁶ Informações publicadas no site da Prefeitura de Fortaleza <http://www.fortaleza.ce.gov.br/juventude>
Acesso em: 09 mar. 2014.

Fazendo parte do Programa Integrado de Políticas Públicas da Juventude de Fortaleza (PIPPJF), O Centro Urbano de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (Cuca) é compreendido como o maior elemento do programa, devido seu poder de execução e realização, onde todas as outras ações que estão inseridos no PIPPJF poderão ser fortalecidas. Nesse contexto, é importante dizer que os equipamentos são públicos e estão localizados nas regiões mais vulneráveis da capital. O Cuca oferece diferentes atividades para as juventudes de Fortaleza nas mais diferentes atividades artísticas, culturais e ligadas ao esporte, tudo prioritariamente voltado para jovens, com idade entre 15 a 29 anos. Para além dessas atividades, o equipamento também oferece diversos espaços de encontro e convivência, que possibilita a sociabilidade e a participação dos jovens, fomentando novas práticas de integração, de convivência e de comportamentos.

Em 10 de setembro de 2009, foi inaugurado o primeiro Centro Urbano de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (Cuca) de Fortaleza, Cuca Che Guevara. Solicitado pela população jovem da cidade nas assembleias do Orçamento Participativo (OP) em 2006, o equipamento está situado na Barra do Ceará, onde funcionava o antigo Clube de Regata. O Cuca também estava dentro do Programa de Políticas Públicas de Juventude da Prefeitura Municipal de Fortaleza, que propõe ações e projetos em benefício dos jovens fortalezenses. A proposta inicial era a construção de seis equipamentos padronizados e espalhados pela cidade, nas seis Regionais Administrativas da Prefeitura. Atualmente, encontra-se em pleno funcionamento os Cucas da Barra do Ceará, Mondubim e Jangurussu. Na estrutura dos Cucas é possível encontrar piscina semiolímpica, pista de skate, anfiteatro, ginásio poliesportivo, salas de multimídias, artes plásticas, laboratório de fotografia, espaço para exposições artísticas, além de um cinema, e teatro.

Para garantir a gestão do empreendimento social, foi criada uma Organização Social (OS), o Instituto Cuca, qualificado no âmbito Municipal como Organização Social conforme Decreto 12.587, de 23 de outubro de 2009. Em sua estrutura estão os seguintes órgãos: Assembleia Geral, Conselho de Administração, Diretoria Executiva, Conselho Consultivo e Conselho Fiscal, conforme define o Art. 10º do Estatuto do Instituto Cuca. Com a proposta de contribuir com os processos que asseguram o pleno funcionamento dos equipamentos, em conjunto com a Coordenadoria Especial de Políticas Públicas de Juventude, o Instituto Cuca tem em sua diretoria cinco profissionais de nível superior, eleitos pelo Conselho de Administração, com reconhecida experiência nas áreas de atuação do Instituto Cuca, sendo: um Diretor Presidente, na qualidade de dirigente máximo; um Diretor Superintendente, um

Diretor de Difusão e Programação, um Diretor de Educação e um Diretor de Núcleos Especiais, conforme estabelece o Estatuto do Instituto em seu Art. 25º, sendo o Diretor Presidente eleito pelo Conselho de Administração.

A programação dos equipamentos compreende e contempla importantes áreas da cultura digital, das artes cênicas, da música, das ciências e tecnologias sociais, do esporte, do lazer e entretenimento, da dança, da literatura e da formação de público leitor. A metodologia de ensino e aprendizagem que é apresentada aos jovens que têm acesso as unidades do Cuca, está voltada para o fomento das habilidades, potencialidades e competências, com base nos eixos seguintes: transversalidade de conteúdos que têm por objetivo potencializar as habilidades adquiridas em diversas áreas de conhecimento, e o uso de ferramentas conceituais que são empregados em contextos práticos. A proposta é garantir o uso de elementos práticos que visam o universo profissional.

O Cuca também está organizado em núcleos, que atuam na elaboração e implementação de ações específicas, que se integram em diversos momentos de forma natural ou orientada. Como poderemos verificar a seguir. No Núcleo de Economia Criativa, são criadas ações que visam o fortalecimento do empreendedorismo social, colaborando ações para o planejamento e desenvolvimentos das atividades, além de estimular as potencialidades dos jovens, por meio da sua criatividade e inovação. No Núcleo de Saúde, são realizadas ações educativas com o objetivo de informar sobre questões relativas à saúde e meio ambiente, permitindo uma compreensão sobre saúde, autoestima, etc. A formação cidadã das lideranças e grupos juvenis, por meio de ações que focam na educação em direitos humanos, esporte lazer, arte e cultura, é elaborada no Núcleo de Protagonismo Juvenil. Já no Núcleo de Serviço Social, é possível encontrar ações socioeducativas destinadas aos jovens e suas famílias, contribuindo para o fortalecimento de cidadania, através de uma cultura de paz. E por fim, o Núcleo de Comunicação Popular que realiza diversos processos ligados a comunicação alternativa e popular como as juventudes do Cuca. As atividades que são desenvolvidas no Núcleo de Comunicação Popular é fruto de um diálogo entre o núcleo e as juventudes, que deixam de ser simplesmente receptoras, para serem protagonistas de ações que geram informação e comunicação. No Núcleo, são desenvolvidas diversas oficinas ligadas à comunicação popular, como por exemplo, oficina de blog, rádio, iniciação em fanzine, etc. Também é coordenando e articulando uma rede de jovens comunicadores populares, com o objetivo de fortalecer os grupos de juventudes que atuam com comunicação popular.

No Cuca, é possível encontrar diversas atividades que contemplam as Artes Cênicas, Artes Visuais, Audiovisual, Artes Plurais e a Música. Também estão inseridos as atividades destinadas a cultura digital, cultura e arte, esportes, e uma biblioteca com 2 mil títulos. A programação está voltada para a realização de diversos cursos, exposições, acesso ao cinema, clube de leitura, dança, leitura, logos e campanhas. Um dos conceitos trabalhados nas atividades do Cuca e que se apresenta de forma mais evidente em suas ações, é o conceito relacionado à Educomunicação. Esse conceito está inserido no processo de formação desenvolvido pelo Núcleo de Comunicação Popular, colaborando para que se tenha uma nova compreensão e um novo olhar sobre os saberes que vão sendo construindo ao longo de nossa vida.

3 O Núcleo de Comunicação Popular (NCP)

Fazendo parte da estrutura do Cuca, o Núcleo de Comunicação Popular (NCP) surge como um dos pilares da política do Cuca em 2005. Com a proposta de promover a participação e envolvimento das juventudes nos mais diferentes processos de construção de ferramentas de comunicação alternativa e popular, e de um canal efetivo de diálogo entre o Cuca e as juventudes, onde não apenas sejam receptoras de informações, mas também agentes geradoras, produtoras destas informações. Assim como aponta Paulo Fernando Liedtke (2007), com relação ao papel fundamental exercido pela militância para assegurar as movimentações pela democratização da comunicação no país, a proposta do NCP surge em decorrência da militância pela democratização da comunicação na cidade de Fortaleza, compreendendo que o equipamento público precisa ter um olhar para a comunicação como um direito, e esse direito à comunicação não se configura apenas no que diz respeito ao acesso, mas ao direito a produção, a reflexão, a conceituação, e a desconstrução de uma produção midiática. Com base nisso, o Núcleo de Comunicação Popular do Cuca tem como objetivos prioritários a formação, discussão e promoção de ações voltadas para a comunicação popular para jovens da cidade de Fortaleza. Para Lara Vieira, Presidente do Instituto Cuca, a comunicação é uma importante ferramenta, sobretudo nessa era da informação. Segundo ela, a utilização dessa ferramenta por parte dos jovens, no sentido de possibilitar uma perspectiva mais cidadã, é fundamental.

O NCP tem a proposta de fomentar discussão sobre a democratização da comunicação, de fomentar a comunicação entre pares, uma comunicação que também tem como objetivo, falar e conversar com as juventudes da cidade. Ao longo de 2013, o Núcleo de Comunicação Popular estava vinculado a então Diretoria de Núcleos Especiais do Cuca,

que agregava os Núcleos de economia criativa, protagonismo juvenil, educação ambiental e o Núcleo de saúde.

Segundo Zoraia Nunes, ex-supervisora do Núcleo de Comunicação Popular do Cuca Barra do Ceará e atual coordenadora de cultura digital do Cuca Mondubim, a metodologia adotada foi pautada na perspectiva de que esses jovens sempre tinham um capital cultural e esses capitais culturais, muitas vezes, não acessamos, não está dentro do cotidiano do educador. Neste sentido, o movimento de trocar, de escuta e diálogo, torna-se fundamental. Outro elemento presente nos processos metodológicos do Núcleo de Comunicação Popular se refere à garantia de momentos destinados para a leitura crítica da mídia. Nas oficinas realizadas, havia a preocupação em construir espaços que possibilitassem a leitura crítica da mídia, a percepção do lugar onde se vive e da pluralidade que esse lugar possui. Tudo de forma natural, por meio da troca de experiências e de diálogos. O passo seguinte seria, partindo das reflexões, como produzir comunicação? E é partindo dessa compreensão que os espaços formativos e de capacitação tem um importante papel nas ações do NCP, visto a necessidade de assegurar momentos onde também seja possível o acesso a essa técnica.

Sendo uma das diretrizes mais presentes nas atividades do Núcleo de Comunicação Popular, a discussão sobre a democratização da comunicação surge de forma transversal em todas as ações e atividades que o Núcleo se propõe a desenvolver até então. Diante dessa opção de assegurar espaços de debates sobre a democratização da comunicação, o Núcleo tem um importante trabalho de formação de jovens, um trabalho que também abre espaço para a discussão dos meios de comunicação do Brasil e da sua lógica da comunicação. Para tornar mais presente esse debate no Núcleo, foi criado ao longo de 2013, um grupo de estudos interno sobre a democratização da comunicação e o direito à comunicação, para que essas noções ficassem mais sólidas e consistentes nas nossas discussões e nas ações do Núcleo. Com a nova reestruturação em curso, espera-se que o Núcleo de Comunicação Popular participe e/ou promova mais espaços de debate sobre a democratização da comunicação. A orientação é que o Núcleo faça parte de fóruns de comunicação, que seja estimulado à participação dos jovens comunicadores do Cuca nesses espaços de debate.

O Núcleo de Comunicação Popular⁷ tem como meta o desenvolvimento de diversas oficinas, sejam de fanzines, blogs e rádio comunitária etc, que proporcionem e colaborem para a iniciação e a prática de produção de comunicação alternativa e popular. Também é

⁷Informações obtidas em: Disponível em: <<http://www.fortaleza.ce.gov.br/redeCuca/comunicacao-popular>>
Acesso em 30 abr. 2014

papel do Núcleo de Comunicação Popular, o aperfeiçoamento técnico de jovens comunicadores populares da cidade. É responsável pela formação e estruturação de uma rede de comunicadores populares, como proposta reunir jovens comunicadores, possibilitando a criação e consolidação de um espaço que colabore para a criação e o fortalecimento de grupos de juventudes que desenvolvem atividades voltadas para a comunicação popular. O Núcleo também coordena e é responsável pelo funcionamento da rádio escola do Cuca. É importante mencionar que, mesmo com o sucesso alcançado nas produções radiofônicas, onde os jovens conseguiram se apropriar dos processos de produção e disseminação de suas produções, ainda há uma falta de trabalho que colabore para avançar em outras ferramentas de comunicação.

Ao longo de 2013, foram produzidos 32 programas de rádio, com pautas prioritárias ligadas às juventudes e temáticas sociais, como homofobia, redução da maioridade penal, dia do rock, cultura popular, folclore cearense, comunicação popular, audiovisual e esportes, literatura etc. O NCP também realizou oito oficinas e formações sobre comunicação e temáticas sociais. Dentre essas, formação teórica e técnica repórter radiofônico, formação sobre jornal impresso, oficina de documentário, oficina de rádio e prática de entrevistas para rádio, oficinas de grafite, sobre cultura negra, DST/Aids etc. Foram produzidos 43 spots sobre temáticas sociais, sobre universo juvenil e sobre as atividades realizadas no Cuca. Alguns dos temas abordados foram: protagonismo juvenil, gênero, cultura afro, consumo, dia dos namorados, drogas e campanhas educativas sobre DST/Aids. Também foram realizadas aproximadamente de 14 reuniões e rodas de conversas com os jovens. Essas foram sobre comunicação popular e temas transversais, jornalismo impresso, mídia radical, intervenção urbana como estratégia de comunicação.

A partir da análise sobre as principais ações do Núcleo de comunicação, é possível verificar a utilização da Educomunicação nos processos de formação, trabalhando a educação e a comunicação como metodologia utilizada nos processos de aprendizagem que foram desenvolvidos pelo Núcleo. Essa opção pode ser notada por meio das formações e oficinas que trabalham com as ferramentas de comunicação para iniciar as discussões com os jovens. Outro ponto que merece destaque diz respeito às peças midiáticas do NCP, sobretudo as produções da rádio escola do Cuca criadas pelos jovens que, ao longo do processo de formação são instigados a produzir, ou são produtos de jovens que, depois de passar pelo processo de formação, desejam dar continuidade nas produções. Neste sentido, os programas e spots produzidos pela Rádio Cuca, são frutos da capacitação dos jovens, que

têm a possibilidade de dar continuidade a suas produções, após o processo de formação. Por fim, é fundamental destacar as ações desenvolvidas pelo NCP que tinham relação com a democratização da comunicação. É possível constatar, por meio das atividades realizadas, uma movimentação para garantia de espaços voltados para a formação e capacitação de jovens, no campo da comunicação popular, permitindo que eles tivessem domínio da técnica e de equipamentos necessários para produzir comunicação. Por outro lado, é possível verificar uma tímida movimentação no que diz respeito à criação de espaços voltados para o debate e a reflexão sobre a democratização da comunicação. Se comparado aos momentos voltados para a produção, os espaços destinados para o debate e reflexão sobre a democratização da comunicação, foram pouco explorados ou existiram de forma muito embrionária.

Em entrevista, por meio de questionários semiabertos, com os jovens participantes das atividades do Núcleo de Comunicação Popular, durante o período de 7 a 8 de maio de 2014, foram apontados alguns questões que nos ajudaram a compreender o nível de atuação das juventudes nos processos pela democratização da comunicação. A faixa etária dos entrevistados é de 17 a 21 anos. Concluímos que, quatro jovens participantes da aplicação dos questionários, não tinham anteriormente qualquer tipo de envolvimento com iniciativas ligadas a comunicação popular. E que com o Núcleo de Comunicação Popular foi possível que esse vínculo com a comunicação ocorresse. Quando perguntados se tinha alguma ideia sobre o que vinha a ser democratização da comunicação, mesmo demonstrando um conhecimento vago sobre o tema, quatro entrevistados disseram saber sobre o tema, enquanto três afirmaram que desconhecem o assunto.

Na pesquisa de campo, constatou-se que o Núcleo de Comunicação Popular contribui para a discussão sobre a democratização da comunicação quando abre espaço para a produção de programas de rádio, produção de fanzines, blogs, vídeos etc. No entanto, quando perguntados sobre quais ações do NCP consideram que mais colaboram para essa discussão, a maioria dos entrevistados considera ser por meio das rodas de conversa que o NCP contribui para o debate sobre a democratização da comunicação. Um dos entrevistados justifica essa contradição. “Acho que ao produzir algum programa de rádio, estamos contribuindo para essa democratização da comunicação. Mas quando participamos das rodas de conversa, a discussão é mais presente”⁸. Alguns entrevistados apontaram que os

⁸Entrevistado 5. Entrevista realizada na sede do Cuca Barra do Ceará, nos dias 6 e 7 de maio de 2014.

professores e educadores do NCP estimulam essa discussão de forma informal, em conversas informais. Um entrevistado destacou que os mesmos não dão muito destaque para essa questão. “Podem até estimular de certa forma, mas não com muita ênfase. Acho que é algo muito por cima, sem grande aprofundamento”⁹.

Diante do exposto, os jovens que procuraram as atividades do NCP poderão ter acesso a uma infinidade de atividades. Porém, se o desejo for discutir explicitamente a democratização da comunicação, o trabalho do NCP ainda não caminha nesse sentido, como mostra a pesquisa. Foi apontado, a partir das análises dos questionários, que existe um tímido movimento nesse sentido. As razões de ser, ao certo, não conseguimos identificar, no entanto, a pesquisa indica a ausência de uma discussão mais aprofundada sobre essa questão, sobretudo por parte dos educadores sociais.

Considerações finais

O Núcleo de Comunicação Popular é uma importante política pública, que colabora para incluir as juventudes em processos ligados a comunicação, permitindo que sejam produtores e construtores de uma comunicação que se pauta por interesses coletivos e que vai na contramão das produções da grande mídia, contribuindo para romper com os estereótipos e preconceitos que são produzidos cotidianamente pela grande mídia. Para, além disso, há um movimento iniciado de fomento à reflexão e consciência crítica das juventudes que deverá, em um futuro breve, fortalecer e fomentar cada vez mais a atuação das juventudes nos processos ligados a democratização da comunicação.

É bem verdade, e não podemos deixar de ressaltar, que quando falamos das ações e atividades do NCP ou de seus resultados, estamos falando de um tempo muito curto, muito breve, comparado com anos de ausência de espaços que permitissem ações como as que hoje ocorrem por meio do NCP, e isso deve ser considerado, como destaca Cicilia Peruzzo (2004).

⁹Entrevistado 5. Entrevista realizada na sede do Cuca Barra do Ceará, nos dias 6 e 7 de maio de 2014.

Referências

BRASIL. ESTATUTO DA JUVENTUDE. 2013. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm>. Acesso em: 15 maio 2014.

COELHO, Fernanda da Silva. A juventude na Mídia Brasileira: estereótipos e exclusão (2008). Revista Anagrama Revista Científica Interdisciplinar da Graduação e-ISSN: 1982-1689 MIDIATO - Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (ECA-USP) São Paulo-SP, 2008.

COELHO, Leudson. Democratização dos meios de comunicação. Out. 2013. Disponível em:<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed769_democratizacao_dos_meios_de_comunicacao>. Acesso em: 15 mar. 2013.

DEMO, Pedro. Participação é conquista: noções de política social participativa. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1996. Educação para Todos, 16 p. 73-92.

GUARESCHI, A. Pedrinho. Revista debates, 2007. Mídia e democracia: o quarto versus o quinto poder. Porto Alegre, v.1, n.1, p. 6-25, 2007

LIEDTKE, Paulo Fernando de 2007. O movimento pela democratização da comunicação no Brasil: os embates entre o Estado, as empresas de mídia e a sociedade civil. UFSC, Florianópolis, Brasil (2007).

MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo. "La juventud es más que una palabra". In: Margulis, M. (org.). La juventud es más que una palabra. Buenos Aires, Biblos, 1996.

PERUZZO, Cícilia Maria Krohling. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVERIRA, Maria José da Costa (Org.). Comunicação pública. Campinas: Alínea, 2004.

SANTOS, Agnaldo dos. Construção das Políticas Públicas – processos, atores e papéis Pesquisador do Observatório dos Direitos do Cidadão/Equipe de Participação Cidadã. 2009.

SOARES, Ismar de Oliveira. Educomunicação: um campo de mediações. Comunicação & Educação. São Paulo: ECA/USP - Editora Segmento, Ano VII, set/dez. 2000, nº 19.