Fazendo do Nosso Jeito: Apropriação das Estratégias de Comunicação pela Central Única das Favelas[1]

Fran Rodrigues[2]
Ana Carolina Rocha Pessôa Temer[3]
Universidade Federal de Goiás, Goiás, GO

RESUMO

As novas tecnologias de comunicação, agora potencialmente descentralizadas, suscitaram previsões acerca de sua funcionalidade transformadora, fomentando novos projetos e perspectivas de mobilização social. Muitos movimentos e comunidades veem na Comunicação Alternativa uma poderosa ferramenta de intervenção na representação simbólica, com implicações sobre o pertencimento identitário dos indivíduos envolvidos, bem como sobre o olhar do outro. Este artigo trata da refuncionalização das ferramentas de comunicação numa perspectiva de apropriação popular voltada para emancipação e cidadania, indicando, também, possíveis contradições encontradas na realização desse fazer comunicativo.

PALAVRAS-CHAVE: apropriação popular; comunicação alternativa; poder simbólico.

1. Contexto histórico

O existir em sociedade é marcado por antagonismos e pelo geralmente conflituoso convívio entre os diferentes. Uma vez que Democracia pressupõe liberdade e pluralidades diversas, esta carrega em seu conceito um apreço pelo conflito, como assinala Chauí (2003): "Democracia é o único regime político no qual os conflitos são considerados o princípio mesmo do seu funcionamento"[4].O espaço público se torna a arena na qual dialogam ideologias, valores e visões de mundo.

Contudo, para além dos aspectos positivos da dicotômica relação eu-outro, existem os conflitos que são gerados e acirrados pelo competitivo e exploratório cenário mantido pelo sistema capitalista de produção. Configura-se, então, um espaço de

[1] Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 27 a 29 de maio de 2010.
[2] Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Facomb/UFG (2008), Especialista em Políticas Públicas pela FCS/UFG (2010) e Mestranda em Comunicação pela UFG, email: jornalistafranrodrigues@gmail.com
[3] Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Especialista em Sociologia pela Universidade Federal de Uberlândia e Jornalista graduada na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás, email: anacarolina.temer@gmail.com
[4] Marilena Chauí em entrevista à Folha de São Paulo. 3 de agosto de 2003.

contrastes, desigualdades e disputas, diretamente concentradas no âmbito econômico ou nas diferentes esferas dele decorrentes. Determinantes às relações de poder, esses interesses justificam a organização de movimentos, bandeiras e lutas.

No Brasil, entre as décadas de 1960 e 1980, apoiada por setores da sociedade civil, a exemplo da Igreja Católica e partidos políticos, se organizam ações coletivas que intentam interferir nos processos decisórios do poder público. Para Peruzzo (2004), esses novos atores sociais emergem da compreensão da população quanto às precárias condições de vida a que estavam submetidas as classes subalternas. Já nesse momento são inauguradas as experiências em comunicação popular-alternativa, tendo como objetivos fundamentais a distinção entre cultura popular e cultura de massa, bem como uma conscientização política voltada à redemocratização.

Considerando a oposição realizada pelos interesses conservadores e todos os aparelhos privados de hegemonia[5] que trabalham em favor da manutenção da ordem social vigente, a exemplo das forças midiáticas convencionais, ao longo da história dos movimentos sociais, suas práticas reivindicatórias – greves, piquetes, confrontos, passeatas etc – se tornaram estigmatizadas e deterioradas junto à opinião pública. Dessa forma, em certa medida, tornaram-se ferramentas pouco eficazes, ou ao menos insuficientes, para a conquista dos objetivos que motivavam as primeiras articulações.

A mesma insatisfação também é verificada nas organizações oriundas das comunidades periféricas, que, insatisfeita com o estigma da pobreza, sempre vinculado à violência e ao crime, passam a reivindicar auto-representação nas mídias, no sentido de garantir uma imagem positivada e o reconhecimento da legitimidade das suas demandas.

Hamburger (2007) relata que as mídias tradicionais perceberam nessas reivindicações um importante nicho que vem sendo fortemente trabalhado. “A partir dos anos 90, diversas realizações televisivas e cinematográficas desencadearam uma sucessão de proposições que reelaboraram o lugar das periferias e favelas no universo virtual do que é visível, *locus* privilegiado da sociedade contemporânea”.

Na programação da última década da Rede Globo, maior emissora comercial da televisão brasileira, são encontrados vários exemplos, entre séries e quadros: Cidades dos Homens, Minha Periferia, Antônia, Central de Periferia, Brasil Legal etc.

---

5 Para Gramsci (1995), hegemonia é a direção moral e intelectual de uma sociedade em que se constitui o predomínio de uma visão social de mundo sobre as demais. Dominação essa que se estabelece tanto pela coerção (física e corpórea), como pelo consenso, ponto em que atuam os meios de comunicação.

A esse contexto, deve-se somar também a própria natureza dinâmica das organizações humanas, que se transformam com o tempo, em função das ideologias e tecnologias que as sociedades acoplam ao seu modo de vida. A emergência das tecnologias da informação e comunicação (TICs) sobremaneira influenciaram transformações em diversos âmbitos de nossa sociedade, de modo a suscitar ressignificações e adaptações.

> A revolução das técnicas da informação e da comunicação foi tão rápida e tão profunda que ela passou a afetar, de agora em diante, a organização de nossas sociedades, e isso em escala mundial. É o próprio modelo da sociedade industrial que se vê questionado, com toda uma série de conseqüências sobre as sociedades em transição e em desenvolvimento (QUÉAU, 2001, p. 211).

Para Thompson (2001), as relações entre os indivíduos são alteradas pelas informações e conteúdos simbólicos que os circundam. Criam-se novas formas de ação e interação no mundo social, novos tipos de relações sociais do indivíduo com os outros e consigo mesmo.

2. Comunicação Popular

Em face das diferentes correntes de estudos da comunicação popular, alinhamo-nos à visão para a qual "o popular circunscreve-se no universo dos movimentos sociais". A fim de conceituar este sujeito híbrido e multifacetado a quem chamaremos Movimentos Sociais, utilizamos os estudos de Gohn e Peruzzo, que sistematizam experiências históricas e contemporâneas de contestação.

Para Gohn (1997), os movimentos sociais caracterizam-se basicamente pela natureza da classe social onde se originam e pelo seu caráter de luta, que pode ser voltado para a transformação de determinadas realidades ou para sua manutenção. Dada a existência de movimentos sociais que defendem interesses elitistas, Peruzzo (2002) faz uma distinção conceitual, referindo-se aos movimentos populares:

> Quando falamos em movimentos populares, estamos nos referindo ao conjunto de organizações das classes subalternas que são constituídas com objetivos explícitos de tentarem obter um melhor nível de vida através do acesso a bens de consumo individual e coletivo, da garantia da satisfação dos direitos básicos de sobrevivência e dos direitos de participação política na sociedade, como, por exemplo, os serviços de atendimento à doença, a escola em bairros recém-formados, moradia, reforma agrária etc (p.5).

Paralelamente ao contexto de saturação – ou perda de credibilidade e alcance – das antigas práticas de disputa ideológica e material, os avanços tecnológicos no campo

da comunicação tornam-se crescentes, os processos envolvidos gradativamente mais simples e, por consequência, mais acessíveis a produção e difusão de conteúdos por sujeitos sociais, outrora à margem desse processo.

> No momento em que as potencialidades interativas acenam para a quebra da unidirecionalidade da centralização das comunicações, o conceito de comunicação dialógica, relacional e transformadora de Freire oferece uma referência normativa revitalizada, criativa e desafiadora para todos aqueles que acreditam na prevalência de um modelo social comunicador humano e libertador (DE LIMA, 2001, p. 69).

As novas tecnologias de comunicação, agora descentralizadas, fragmentadas e transitórias, suscitaram, então, previsões acerca de seu potencial transformador, fomentando novos projetos e perspectivas de mobilização social com base na participação popular – que conduz à apropriação de tecnologias e saberes (Bordenave, 1994. p.77) – e no que Brecht chamou de *refuncionalização*, conceito retomado por Benjamim (1985).

> Brecht criou o conceito de "refuncionalização" para caracterizar a transformação de formas e instrumentos de produção por uma inteligência progressista e, portanto, interessada na liberação dos meios de produção, a serviço da luta de classes. Brecht foi o primeiro a confrontar o intelectual com a exigência fundamental: não abastecer o aparelho de produção sem o modificar (p. 127).

Assim, no que tange, por exemplo, aos produtos audiovisuais, pela miniaturização da tecnologia de vídeo e da universalização do acesso aos meios de produção nessa área, a flexibilização do antigo domínio sobre o processo produtivo do audiovisual, origina na história cultural brasileira, ainda na década de 1980, a chamada produção audiovisual de localidade, com fortes contornos sociais e políticos. Outros indivíduos e coletivos passam a produzir seus filmes, a fazer do seu jeito, como sugere um dos slogans da Cufa.

Da mesma forma, com o advento e constante popularização da internet, que permite a difusão facilitada e horizontalizada de textos, fotos, áudios, vídeos, etc, passam a existir outros espaços comunicacionais, estrategicamente importantes para os movimentos sociais. Muitos movimentos e comunidades têm encontrado nesse espaço um importante campo de luta. Veem na Comunicação Alternativa uma poderosa ferramenta de intervenção na representação simbólica, com implicações sobre o pertencimento identitário dos indivíduos envolvidos, bem como sobre o olhar do outro, o que, em certa medida, pode reconfigurar as relações entre classes e noções de cidadania.

> Todos esses grupos presentes no conjunto dos "independentes", em especial aqueles que têm buscado recriar estética, cultural e politicamente o campo do vídeo, assim como reinventar a ordem da comunicação vigente, necessitam construir modalidades específicas e renovadoras de produção e distribuição. Dentre elas, tem-se configurado desde a "TV ambulante", passando pelas diversas "TVs comunitárias", até o projeto mais ambicioso de uma TV qualitativa a ser mantida através da subscrição dos espectadores e que utilizaria os canais UHF. (Romano, 1990, p. 104).

Já que os Movimentos Sociais se ocupam do desenvolvimento de novas formas de intervenção na realidade e, nas alternativas de comunicação, procuram visibilidade e poder político para alcance de suas metas, nota-se que estas ferramentas comunicacionais a serviço dos Movimentos Sociais possuem papel preponderante na construção da contra-hegemonia que tais movimentos visam a engendrar. Da relevância dessas práticas político-comunicativas que permeiam a história cultural brasileira, deriva a importância de que a temática seja alvo de atenção na Academia, no esforço de compreender um fenômeno que se mostra crescente e tão significativo para o campo da Comunicação e suas inter-relações.

3. Fazendo do nosso jeito

Uma vez situada a apropriação das ferramentas e meios de comunicação como característica marcante das novas práticas de contestação nos movimentos sociais contemporâneos, tal pesquisa busca verificar a presença/ausência desse tipo de estratégia, bem como a importância a ela atribuída, na Central Única de Favelas (Cufa).

A escolha da Cufa como sujeito deste trabalho decorre da expectativa de, em estudos futuros, analisar mais profundamente uma consolidada rede de comunicação alternativa ou popular, que se estabelece por meio da apropriação multimidiática, a exemplo da produção audiovisual e conteúdos textuais difundidos pela internet. Em seu endereço oficial na internet, assim se define a Cufa[6]:

> É uma organização sólida, reconhecida nacionalmente pelas esferas políticas, sociais, esportivas e culturais. Foi criada a partir da união entre jovens de várias favelas do Rio de Janeiro – principalmente negros – que buscavam espaços para expressarem suas atitudes, questionamentos ou simplesmente sua vontade de viver.
> Através de uma **linguagem própria**, a CUFA pretende ampliar suas formas e possibilidades de expressão e alcance. Assim, vai difundindo a conscientização das camadas desprivilegiadas da população com oficinas de capacitação profissional, entre outras atividades, que

[6] Como indício da relevância das estratégias de comunicação utilizadas no âmbito dos movimentos populares, não será necessário definir a Cufa, uma vez que a própria organização o fez e divulgou em seu site oficial - nos idiomas português, espanhol, alemão e italiano.

> elevam a auto-estima da periferia quando levam conhecimento a ela, oferecendo-lhe novas perspectivas (Grifo nosso).

Como enfatiza a expressão "linguagem própria", ou mesmo os slogans "Fazendo do nosso jeito", "Nossa cara na Web" e outros utilizados pela organização, há um constante desejo de fazer-se conhecer pelas próprias vias. Nesse sentido, a organização conta, por exemplo, com um centro de produção audiovisual, programas em Rádios Comunitárias, Web TV, sites que disponibilizam textos de moradores da favela, etc.

Concordando com a perspectiva que define a Comunicação como espaço de poder e reconhecimento, no Artigo 19º da Declaração Universal dos Direitos Humanos consta que "todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de **procurar, receber e difundir**, sem consideração de fronteiras, informações e idéias por quaisquer meios de expressão". (grifo nosso)

Embora os meios convencionais de comunicação, numa perspectiva mercadológica, estejam explorando uma imagem positivada da periferia, tal tentativa ainda permanece unidirecional, logo meramente informacional, negligenciando a potencialidade dialógica que define o ato comunicativo. Na maior parte da programação, as informações são oferecidas ao público (procurar e receber). Em momentos específicos, a fim de atender minimamente as exigências de participação popular, são concedidos ao expectador pequenos espaços de fala que corresponderiam ao direito de "difundir".

Contudo, muitas organizações, como a Cufa, já não consideram suficiente o grau de representação que os meios comerciais de comunicação promovem. Dessa inquietação, surgem diversas novas experiências comunicacionais, uma modalidade de comunicação vinculada aos interesses locais, com uma abordagem mais próxima e condizente com a vivência popular.

Essa modalidade tem como marca central o caráter de expressão própria e representação endógena de comunidades[7], antes tidas apenas como receptoras de pontos de vista externos e distantes. Tal fenômeno pode ser explicitado, por exemplo, pela

[7] Note-se que, embora o termo localidade refira-se especificamente à comunidades em seu aspecto geográfico, esse tipo de produção também pode engajar-se na luta de comunidades existentes para além da noção de territorialidade, como acontece, por exemplo, com os movimentos identitários, de gênero, raça, etc, que se articulam a longas distâncias por meio da rede mundial de computadores.

iniciativa da Central Única das Favelas, que organiza anualmente o Cine Cufa[8], cujo slogan, propositalmente, denuncia, e ao mesmo tempo rompe com, a posição de subalternidade dos indivíduos tidos como favelados: "O mundo já retratou a periferia. Agora é hora das posições se inverterem".

Essa inversão de papéis em relação ao convencional – e antes estático – fluxo de conteúdos inaugura grandes oportunidades de crescimento no âmbito da promoção de direitos humanos e discussões sobre cidadania, além de significar um enriquecimento do próprio fazer comunicativo em questão, uma vez que multiplica as possibilidades de exploração dos recursos audio-imagéticos a partir dos olhares e experimentações provenientes dos novos sujeitos produtores de cultura.

Martín-Barbero (2003) define que "a comunicação é percebida como o cenário cotidiano do reconhecimento social, da constituição e expressão dos imaginários a partir dos quais as pessoas representam aquilo que temem ou que têm direito de esperar, seus medos e esperanças (p. 63). Para Downing (2002), este também deve se configurar como um campo de subversão e rebeldia, pelo autor batizado como mídia radical alternativa, que vem a ser um instrumento para o fim da subordinação cultural e identitária e cuja intenção deve ser:

> não apenas fornecer ao público os fatos que lhe são negados, mas também de pesquisar novas formas de desenvolver uma perspectiva de questionamento do processo hegemônico e fortalecer o sentimento de confiança do público em seu poder de engendrar mudanças construtivas (p.50).

Trata-se, de certo modo, da supressão da figura do intermediário externo com seu olhar estrangeiro e superior, numa relação em que, a partir da atuação direta da comunidade, se estabeleça um diálogo construtivo entre emissores e receptores, ambos tidos como sujeitos cognoscentes, produtores de sentido. Para Peruzzo (2004):

> Essa comunicação não chega a ser uma força predominante, mas desempenha um papel importante da democratização da informação e da cidadania, tanto no sentido da ampliação do número de canais de informação e na inclusão de novos emissores, como no fato de se constituir em processo educativo, não só pelos conteúdos emitidos, mas pelo envolvimento direto das pessoas no que fazer comunicacional e nos próprios movimentos populares (p.2).

Para além da já mencionada perspectiva emancipatória que permanece latente em qualquer tipo de apropriação popular do fazer comunicativo, há certas limitações. Algumas decorrentes dos custos de produção, que, embora reduzidos pelas novas

[8] Festival internacional de cinema que só exibe filmes produzidos por cineastas oriundos de favelas. www.cinecufa.com.br

tecnologias de difusão de conteúdos, ainda não são realmente acessíveis a todos, sobretudo se consideramos as condições de trabalho a que são submetidas as pessoas de baixa renda: extenuantes e mal remuneradas jornadas de trabalho muitas vezes inviabilizam a participação popular em iniciativas de natureza coletiva.

Outro aspecto, de dimensão geopolítica, é que a instituição atua nos âmbitos nacional e local, o que confere à pesquisa a possibilidade de analisar, por exemplo, a hipótese de que, mesmo nas iniciativas contra-hegemônicas, uma certa hegemonia regional predomina em detrimento de outras. Também se configura como possibilidade de pesquisa a categorização e análise comparativa dessa produção comunitária em relação aos moldes do mercado convencional, com o intuito de compreender se tal produção que se pretende alternativa tem características próprias ou reproduz outros modelos.

Outra limitação, ainda mais significativa, decorre dos diferentes tipos de interesses que motivam a inserção das pessoas e grupos nos projetos comunitários. É também nesse sentido que a escolha da Cufa se torna ainda mais instigante, uma vez que a Central mantém relações próximas de fomento com a Rede Globo de Televisão. A análise dessas relações institucionais entre a Cufa e seus patrocinadores/colaboradores, no sentido de validar ou refutar possíveis incoerências internas, aparentam ser relevantes para a literatura sobre experiências populares e alternativas de comunicação.

Considerações Finais

A apropriação popular das ferramentas e meios de comunicação está embasada no direito à auto-representação como estratégia de combate à reprodução midiática de estereótipos e não reconhecimento de práticas comunicativas e contra-hegemônicas de determinados setores da sociedade. No interior do fenômeno, há que se observar questões como a marginalização econômica e a privação do acesso tanto de bens materiais como de ordem simbólica, por meio dos quais a prática da comunicação comercial tem perpetuado preconceitos e desigualdades.

A Comunicação Alternativa e Popular se fundamenta, então, como uma luta por reconhecimento e direitos, assumindo inalienáveis contornos políticos e uma gama de possibilidades democráticas a partir da formação e ampliação de processos participativos. O estudo da Comunicação Popular se configura, portanto, na expectativa de compreender e difundir essas novas estratégias de resistência simbólica e participação coletiva. Noutra via, significa, também, encarar profundamente as possíveis incoerências internas decorrentes de outros interesses intrínsecos.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BORDENAVE, Juan E. Dias. **O que é Participação?** Coleção Primeiros Passos. 8ª ed. São Paulo, Brasiliense, 1994.

DECLARAÇÃO Universal dos Direitos Humanos. Disponível em <http://www.mj.gov.br Acesso em 15 de abril de 2008.

DE LIMA, Venício Artur. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

DOWNING, John D.H. **Mídia radical: Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais.** São Paulo: Senac, 2002.

FREIRE, Paulo. **Ação Cultural para a Liberdade.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

GOHN, Maria da Glória. **Teorias dos Movimentos Sociais: Paradigmas Clássicos e Contemporâneos.** São Paulo: Loyola, 1997.

HAMBURGER, Esther (2007). **Violência e pobreza no cinema brasileiro recente.** In: Novos Estudos Cebrap, n.78, julho de 2007, pp. 113 a 128.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: Moraes, Denis de (org.) **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

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

_____. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. **In: PCLA - Volume 4 - número 1:outubro / novembro / dezembro 2002.** Disponível em http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13. Acessado em 15 de março de 2010.

_____. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, Maria José da costa. **Comunicação pública.** Campinas, São Paulo: Editora Alínea, 2004.

ROMANO, Maria Carmem Jacob de Souza (1990). **O que pinta de novo pinta na tela do povo: o uso do vídeo na educação popular**. F. BBE v. 35, n. 1. Niterói, RJ. 1990.

Site oficial da Cufa. Disponível em www.cufa.org.br Acesso em 2 de fevereiro de 2010.

THOMPSON, John. **Mídia e modernidade.** Petrópolis: Vozes, 2001.