



Comunicação Popular como Prática de Formação Identitária e de Cidadania¹

Isa Paula Rodrigues MORAIS²

Luana Ellen INOCENCIO³

Carlos Magno Pereira FERNANDES⁴

Universidade Federal da Paraíba – UFPB, João Pessoa, PB

RESUMO

Este texto se apresenta como uma reflexão acerca da Comunicação como informadora e, portanto, formadora do indivíduo e da coletividade. Busca analisar fundamentos teóricos a fim de rever e traçar os processos de produção e recepção de informações por parte de um povo. Acredita-se que a Comunicação garante, não em sua totalidade, um passo relevante para a participação e intervenção no contexto. Percebe-se que os meios de comunicação possivelmente configurados como acessórios de entretenimento representam realidades e, portanto, identidades distantes daqueles que se apresentam como espectadores. Garantindo uma produção de conteúdo que traga a representatividade da comunidade, há a possibilidade de se construir o respeito às especificidades de cada grupo e a convivência com a diversidade.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Povo; Cidadania; Identidade.

1 O indivíduo enquanto base de um povo e povo enquanto base do indivíduo

Para que a Comunicação Popular se configure como um instrumento de transformação social, como explicita Calado (2010), faz-se necessária, primeiramente, uma análise da pessoa enquanto parte de um conjunto com interesses e visões de mundo comuns. No entanto, não partimos do princípio do desvencilhamento do indivíduo de seu contexto, visto que estes podem se apresentar como unidade de interferência mútua, ou seja, tais classificações exercem influências sobre a outra, no sentido de que os atuantes e as atuantes agem enquanto mobilizadores de seu contexto e por isto, são, diariamente, transformadores de sua realidade social.

¹ Trabalho apresentado no DT II 7- Comunicação, Espaço e Cidadania do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Estudante de graduação do 7º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. E-mail: isapaulamorais@gmail.com.

³ Estudante de graduação do 6º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, do Instituto de Educação Superior da Paraíba - IESP. E-mail: luanahinocencio@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social, da Universidade Federal da Paraíba.



Construindo e reconstruindo as percepções de mundo juntamente com a voz de Paulo Freire (2003, p.18), podemos perceber “ser o ser humano, enquanto histórico, um ser finito, limitado, inconcluso, mas consciente de sua inconclusão. Por isto, um ser ininterruptamente em busca, naturalmente em processo”. Ao absorver este pensamento e refletir que somos seres curiosos e ávidos por respostas que, naturalmente não se configuram como permanentes, nota-se que o humano se encontra “inserido no processo de refazer o mundo, de conhecer, de ensinar o aprendido e aprender o ensinado, refazendo o aprendido, melhorando o ensinar” como complementa Freire (2003, p. 19). Assim sendo, podemos perceber a possibilidade, muitas vezes esquecida, da intervenção direta no meio vivido como fator impulsionado e impulsionador pelo agrupamento de pessoas. Esta intervenção advém, ainda, da sensação de ser construtor de sua história e, mesmo, pelo sentimento de pertencimento que caracteriza uma identidade. Há que se perceber que a voz falada, escrita ou interpretada através de gestos se propõe como educação na medida em que se alastram costumes e que se garante aprendizagem, visto que há uma bagagem própria em cada fala.

Como ato culminado do impulso que processa a (re)feitura do mundo e, mais especificamente, do contexto sentido através da vivência diária, existe a formação de aglomerações associativas alicerçadas na construção e agregação de identidades. Utilizando conceitos de Silva (2002), a identidade pode ser entendida como referência e, ainda, como “aquilo que somos como sendo a norma pela qual descrevemos ou avaliamos aquilo que não somos”. Para que tal identidade seja passível de construção, há, como comenta Pollack (1992) a existência da memória que atua na construção da mentalidade. Visão de mundo esta, povoada por experiências próprias ou por aquelas vivenciadas pela comunidade e transmitidas através da comunicação. Há, então, uma referenciação de costumes e maneiras de ser através de experimentos particulares e aqueles influenciados por outrem. Desta forma, ao manter contato com o contexto modificado por pessoas carregadas das mais diversas culturalidades, percebe-se a identidade como processo que se renova e inova a cada dia. Podemos agregar a este pensamento a ideia do olhar ou, mesmo, dos demais sentidos que estabelecem focos e compreensões que se constroem através situações que têm a novidade como ponto chave de impulsão disto que é viver, e, portanto, descobrir.



O conceito de comunidade pode se encontrar, pois, intimamente ligado às ações e percepções de mobilização popular. Utilizando como referência Cicilia Peruzzo, tenta-se caracterizar comunidade como um “modo de relacionamento baseado na coesão, convergência de objetivos e de visão de mundo, interação, sentimento de pertença, participação ativa, compartilhamento de identidades culturais, co-responsabilidade e caráter cooperativo” (2006, p.18). Destacamos a influência da comunidade como forma de influenciar e ser influenciada pelas identidades que costumam traçar linhas e contornos culminantes em molduras em constante processo de alargamento e estreitamento pela qual descrevemos os acontecimentos que os sentidos conseguem captar. É neste estabelecimento de laços e compartilhamentos comuns que a comunidade é construída e formada. E é, através deste processo de descobrimento e compartilhamento, que há segurança e maior solidez no modo de expressar-se. Reconhecer-se enquanto parte e engenheiro de sua comunidade e, portanto, do entorno.

A formação atuante no processo de reconhecimento de pessoas como uma comunidade provavelmente poderá contribuir na expressividade que se apresenta de forma colaborativa e associativa. Com a ciência da identidade e de seus aspectos comuns haverá a possibilidade de trabalhar para a construção de uma representatividade identitária nos meios comunicativos que englobam veículos alternativos aos meios de massa, nos quais “a ideologia da classe no poder converte-se na ideologia dominante do conjunto social” MADRID (1982, p. 41). Dominação esta baseada no conceito de hegemonia, tido como “manutenção da coesão e da direção da sociedade através da ação ideológico-cultural” (SILVA, 1982, p. 18).

2 Comunicação e Cidadania

A necessidade de construção e de alastramento da prática comunicativa que propõe novos sujeitos e novas sujeitas de produção e recepção de conteúdo se sugere relevante por não se comportar apenas como “uma questão de ideologia, mas, sim, está-se levando ao fundo o problema da organização social e econômica” como explica Silva (1982, p. 22). Desta forma, a comunicação não se caracteriza como fim em si mesma. A expressão e, em decorrência dela, a informação, tem certo poder de influência na organização do meio societário. Meio este que envolve fatores de ordem socioeconômica, visto que a informação tem relação direta com o conhecimento.



Tendo em vista que a comunicação se apresenta como “expressão, produto e elemento interveniente na reconfiguração das relações sociais”, (CALADO, 2010) e que, desta forma, possibilita uma “participação popular ativa com poder de controle e de decisão nos processos sociais (políticas públicas relacionadas à educação, saúde, Comunicação, transporte, questões de gênero, geração de renda)” (PERUZZO, 2006, p. 57), percebemos que a possibilidade de ter uma voz ouvida e quando de livre arbítrio, silenciada, estreita relações com o exercício da cidadania. Cidadania exercida através da segurança que a identidade e, conseqüentemente, da comunidade que proporciona ao indivíduo meios para expressar-se ao oferecer amparo de ideias.

Diante disto, busca-se fazer um paralelo entre os conteúdos dos veículos de comunicação produzidos na atualidade e de como estes poderiam comportar-se de forma a garantir a possibilidade de participação e intervenção no espaço em que a comunidade habita. Atualmente, este quadro se apresenta de forma em que “os sistemas produtores de informação estão cada vez mais regidos pelo concentracionismo e a grande maioria do público relegada ao papel de consumidor de mensagens”, segundo PEREIRA et al. (2008). Desta forma, há a “naturalidade com que se encare a concentração da produção informacional”, como afirmam os autores. Partindo disto, pensamos que, se existe um controle no que será ouvido, sentido e pensado, não há uma representatividade significativa característica da formação humana, naturalmente diversa. A expressão será, apenas, privilégio daqueles com acesso a determinados meios. No entanto, tal acesso não permite uma livre circulação de ideias, visto que há determinada linha editorial a ser reproduzida ou seguida. Existe uma reprodução, no entanto, adaptada a determinada especificidade de personalidade humana.

Como alternativa a tal panorama, elenca-se a comunicação popular como uma das formas de fazer-se notar uma maior participação nas decisões e construções do povo em seus contextos e, especificamente, de suas comunidades. Procura-se, através dela, fazer refletir o meio acerca do próprio meio, o detalhe acerca do próprio detalhe. São os seres em movimento de vivência e aprendizagem os donos do jardim, da televisão, do rádio. O que diferencia um ser mais economicamente favorecido daquele limitado do ponto de vista material – ou, mesmo, não – é o alcance que tal voz e pensamento alcança. E alcance tem a ver com atração, adição, abstração. A auto-estima e a conseqüentemente



fortificação da identidade que constrói a ética, convida o ser vivente à vivência, que possibilita a cidadania pela possibilidade e, principalmente, vontade de atuar o meio e nas mentes.

3 Comunicação Popular

De acordo com Peruzzo (2009), a Comunicação Popular se apresenta de maneira a “tratar-se de uma forma de expressão de segmentos empobrecidos da população, mas em processo de mobilização visando suprir suas necessidades de sobrevivência e de participação política com vistas a estabelecer a justiça social”. Tem-se justiça social como princípio de igualdade de oportunidades. No entanto, não se trata, apenas de uma forma de ouvir os mais empobrecidos. Não apenas. Muitas vezes, aqueles e aquelas economicamente favorecidos não possuem o interesse de intervir onde vivem, a não contar sua casa. Cremos que mesmo aqueles que concentram meios para representar-se não se encontram plenamente representados. Estão, plenamente, silenciados, em alguns casos.

A dicotomia entre ricos e pobres carrega consigo um mundo de segregações e falta de unidade nos limites geográficos e ideológicos, que carrega uma parte significativa da história das nações. Divide-se o mundo em países, estados, cidades, bairros, comunidades. Divide-se. A estrutura citadina encontra-se povoada de divisões e separações do todo. A inquietação sentida é a perda gradual e por isto, não sentida, do contato interpessoal. Cremos que uma comunicação que chama à construção de si própria cria e ratifica compartilhamento de ideias. Por vezes, necessitamos de ares ainda não sentidos para reavivar a memória e fazê-la memorizar aspectos indefinidos.

Assim sendo, esta comunicação prevê como agente produtor e receptor da informação o próprio povo, e não apenas agentes especializados na feitura dos produtos comunicativos em decorrência de um estabelecimento de vínculos com o meio acadêmico. Estes, por suas vezes, teriam a possibilidade de atuação na facilitação dos espaços que compartilhem das técnicas necessárias para a produção da informação, visto que “comunicação popular ou de base não significa colocar o homem simples diante do microfone”, de acordo com Marcondes Filho (1982). Ao contrário, significa “dar os instrumentos para que este homem simples [...] passe, [...] a dominar seu meio e exprimir-se como classe” (MARCONDES FILHO, 1982). Traça-se uma forma do e da



profissional de comunicação exercer e compartilhar daquilo apreendido em vivência de leituras e contato com as pessoas que leram ainda mais. Busca, neste sentido, a descentralização de conhecimentos, de vivências e ocupação de espaços com ares tranquilos ou não, que se estendem além dos estúdios, das redações e de ambientes que afastam o vida que corre brincante. Pretende-se o contato, a inserção e manutenção de laços com os lugares como quais se ocupa quando da hora de descanso. Busca-se intervir, fazer-se conhecer o todo, mas esquece-se de lembrar, muitas vezes, do ambiente que acolhe e das pessoas conviventes, que se deslocam, diariamente, para longe de seus lares. Há, então, a adaptação à profissão e não a adaptação da profissão ao ser.

Com a comunidade no processo de produção e recepção de informações e, assim rompendo parcialmente com esta diferenciação, acredita-se que haverá um olhar diferenciado acerca dos detalhes do espaço ocupado e, conseqüentemente das pessoas e suas ações desencadeadoras de julgamentos e proposições, construídas, muitas vezes por olhares não viventes de tal realidade retratada. Não existe familiaridade contextual por parte dos meios e pessoas que se dispõem a efetuar tal representação se estes não participam da vivência diária da comunidade. Disto decorrem a fragmentação e recorte da informação e, ainda, sua interpretação incompleta, visto que as particularidades são desconhecidas às pessoas que se apresentam em contextos que não aqueles. Com o desafio de “narrar a aventura humana para os humanos”, como fala Bucci (2004), há que se ver e perceber se não é construído um distanciamento em relação a quem recebe e interpreta a interpretação.

Neste sentido, a comunicação popular adquire, dentre seus tantos desdobramentos e características, especificidades como “não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania” como explicita Peruzzo (2006). No entanto, não se pretende lançar mão de regras absolutas. Há a adaptação desta comunicação a determinado contexto naturalmente com características (características). Busca-se, então, forma de agregar e fazer a comunidade representar e sentir-se representada.

Mais adiante, percebe-se que a comunicação concretizada através dos meios



veiculadores da informação – que garantem um maior alcance à voz tímida e de tom baixo – têm uma função pública, como menciona Bucci (2004). Segundo o jornalista-poeta assim intitulado, uma de tais funções pode ser a da contribuição da educação. Há que se perceber educação para além das delimitações do espaço físico do espaço acadêmico, visto que depois do período de aulas embasadas em experiências de outrem, há as calçadas a serem pisadas e que proporcionam (des)encontros. Os processos educativos intimidam, muitas vezes, aqueles com experiências que não aquelas apresentadas em salas de aula. Existe certa padronização.

Segundo Bucci (2004), as ferramentas comunicativas podem ser utilizadas para a produção de “informação e formação para a cidadania”. Tais princípios remetem ao conceito da educomunicação, que se trata das “inter-relações entre Comunicação e Educação nos processos de educação formal, não-formal e informal”, segundo Peruzzo (2006). Além disto, “parte-se do pressuposto de que se aprende não só nas escolas, colégios e nas universidades. Aprende-se também por intermédio dos meios de comunicação, na vivência cotidiana, nos relacionamentos sociais, nas reuniões das equipes”, como apresenta Peruzzo (2006).

Desta forma, tal expressão da comunidade “não precisa (nem deve) se concentrar nos meios sob o controle da burguesia. [...] Pelo contrário, é na recepção, através dos meios interpessoais ou meios de massa sob controle dos trabalhadores” (SILVA, 1982, p. 21) que esta voz pode ser ouvida e sentida. É na inventividade de aumentar o tom voz, mas não silenciando as demais, que a criatividade humana pode ser impulsionada. O intuito é descolar-se do sofá e colar os olhos em produções próprias e características.

Neste sentido, buscamos interpretar e revistar conceitos que suscitam uma reflexão acerca de alternativas aos meios comunicativos que não representam de forma a garantir uma auto-estima de determinada comunidade. Percebe-se que muitos estão voltados a estabelecer certa noção de homogeneidade de costumes e comportamentos característicos de uma parcela da sociedade que mantém em seu poder os veículos de maior alcance de informacional. Temos em mente que a presença no processo de construção de mensagem garante, ainda em nível não possível de ser calculado, uma participação maior no exercício de intervenção política e do que mais quiser e vier ser chamado de determinado contexto, através do reconhecimento e da sensação de



pertencimento a determinada comunidade. Dessa forma, busca-se o respeito às especificidades de cada comunidade e convivência com a diversidade.

REFERÊNCIAS

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. Videologias: Ensaio sobre a televisão. São Paulo: Boitempo. 2004.

CALADO, Alder Júlio Ferreira. Ensaio de Passos de Uma Utopia Libertadora: O Cotidiano como Oficina de Tecelagem. Disponível em:
<http://www.cefuria.org.br/doc/educpoputopialibertadora.pdf> . Acesso em 12 de maio de 2011.

MARCONDES FILHO, Ciro JR Contracomunicação oficial e espontânea. In: Lins da Silva, CE, Comunicação, hegemonia e contra-informação. S. Paulo: Cortez/ Intercom, 1982. p. 59-69.

FREIRE, Paulo. Política e educação. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2003 (Coleção: Questões da Nossa Época).

MADRID, Javier Esteinou. Meios de comunicação e construção da hegemonia. In: SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Comunicação, hegemonia e contra-informação. São Paulo: Cortez/Intercom. 1982.

PERUZZO, Cicilia Krohling. Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária. 2006. Disponível em:
<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/19806/1/Cicilia+Peruzzo+.pdf>. Acesso em 11 de maio de 2011.

POLLACK, Michael. Memória e Identidade Social. 1992. Disponível em:
<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/viewFile/1941/1080>
Acesso em 11 de maio de 2011.

SILVA, CEL Comunicação, hegemonia e contra-informação.
In: Comunicação, hegemonia e contra-informação, organizado por Carlos Eduardo Lins da Silva. São Paulo: Cortez Intercom, 1982. p. 17-23.

SILVA, Tomaz Tadeu. A Produção Social da Diferença. 2000. Disponível em
http://ead.uces.br/orientador/turmaA/Acervo/web_F/web_H/file.2007-09-10.5492799236.pdf .



Acesso em 11 de maio de 2011.