A disputa da hegemonia no campo da Comunicação: crítica à sociedade midiatizada e os pressupostos contra-hegemônicos da Comunicação Popular e Comunitária [1]

Nayara Carvalho COUTINHO [2]
Jean Estevão de Souza [3]
Rozinaldo Antonio Miani [4]
Universidade Estadual de Londrina, Londrina, Paraná

RESUMO

Este artigo traz as principais reflexões de um Trabalho de Conclusão de Curso, desenvolvido na Universidade Estadual de Londrina no ano de 2007, que teve como objetivo elaborar - ainda que preliminarmente - uma crítica à comunicação midiatizada e suas novas tecnologias da informação e da comunicação que tem colaborado de maneira definitiva para perpetuar e irradiar o discurso capitalista calcado no individualismo, na manutenção e na alienação. Como contraponto necessário a está comunicação hegemônica apresentamos alguns dos pressupostos da Comunicação Popular e Comunitária - como o dialogismo, a participação e a consciência de classe – que podem dar à comunicação o papel transformador e emancipador que lhe cabe.

Palavras-Chave: Sociedade Midiatizada; Novas tecnologias da informação e da comunicação; Comunicação Popular e Comunitária; Disputa pela hegemonia.

ABSTRACT:

This article brings the major reflexions of a graduation monography, which was developed at the State University of Londrina in 2007, and had as an objective to elaborate – even that preliminary – a critic over the mediatic communication and its new information and communication technologies that have collaborated in a definitive way to perpetuate and irradiate the capitalism speech incrusted in individualism, maintenance and alienation. As a necessary counterpoint to this hegemonic communication, we present some of the concepts of Communitarian and Popular Communication – such as the dialogism, participation and class consciousness – that can give to communication the transforming and emancipating role it falls to it.

Key-words: Mediatic Society; new information and communication technologies; Communitarian and Popular Comunication; Dispute hegemony

---

[1] Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Maio de 2008

[2] Nayara Carvalho Coutinho - Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo -, pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Atualmente é aluna do curso de especialização *lato sensu* em Comunicação Popular e Comunitária, também na UEL. E-mail: nayaracoutinho@yahoo.com.br

[3] Jean Estevão de Souza - Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo -, pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). E-mail: jeantrib@gmail.com;

[4] Rozinaldo Antonio Miani - Doutor em História pela Unesp/Campus Assis. Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Graduado em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo e História. Professor do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina. Coordenador do Curso de Especialização em Comunicação Popular e Comunitária da UEL e do Núcleo de Pesquisa em Comunicação Popular (CNPq). E-mail: rmiani@uel.br

RESUMEN:

Este artículo trae las principais reflexiones de un Trabajo de Término de Curso, desarrollado en la Universidade Estadual de Londrina en año de 2007, que tuvo como objetivo elaborar – aún que preliminarmente – una crítica a la comunicación producida en la mídia y sus nuevas tecnologías de información y de comunicación que tiene colaborado de manera definitiva para perpetuar y propagar lo discurso capitalista fundado en lo individualismo, en la manutención y en la alienación. Como contrapunto necesario a esta comunicación hegemónica presentamos algunas de las ideas de la Comunicación Popular y Comunitaria – como lo dialogismo, la participación y la conciencia de clase – que pueden dar a la comunicación lo papel transformador y emancipador que le cabe.

Palabras-clave: sociedad midiatizada; Nuevas tecnologías de información y de comunicación; Comunicación Popular y Comunitaria; disputa por la hegemonia.

1 - Introdução

Para a elaboração de alguns apontamentos críticos ao atual estágio da comunicação é preciso, antes de qualquer coisa, expor e compreender os processos que caracterizam e definem a comunicação na sociedade contemporânea. Desde o início dos estudos das teorias da comunicação muitas já foram as abordagens e os objetos de estudos que construíram modelos variados e correspondentes a cada época. Neste trabalho procuramos apresentar e problematizar o que para nós se apresenta como a principal demarcadora dos processos comunicativos atuais: as novas tecnologias da informação e da comunicação.

Muniz Sodré, estudioso e crítico da mídia, econseguiu de maneira ímpar diagnosticar e definir o fenômeno que tem determinado os novos processos comunicativos. Para o autor, a autonomia e o *status* conferidos às tecnologias da informação e da comunicação – apoiado nos discursos da eficiência, da velocidade, da interconexão, da "democratização", entre outros - tem alterado radicalmente o entendimento da comunicação.

Ultrapassando sua finalidade de instrumento e técnica, as novas tecnologias da informação e da comunicação assumiram, nesta nova etapa, o papel de produtoras de discursos e tem, cada vez mais, se apresentado como protagonistas das relações comunicativas, na mesma proporção em que os sujeitos estão sendo deslocados e

preteridos de sua capacidade de gerir e produzir estes mesmos processos. Sodré denomina este novo estágio comunicativo de "midiatização[5]" e assim o define:

> [...] é uma ordem de mediações socialmente realizadas – um tipo particular de interação, portanto, a que poderíamos chamar de tecnomediações – caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada médium. Trata-se de dispositivo cultural historicamente emergente no momento em que o processo da comunicação é técnica e mercadologicamente redefinido pela informação, isto é, por um produto a serviço da lei estrutural do valor, também conhecida como capital (SODRÉ, 2006, p.20-21)

Para Sodré, o discurso atual aponta para a hegemonia e a universalização da comunicação. Os efeitos diagnosticados pelo fenômeno da midiatização não ficam restritos somente aos processos comunicativos, mas, ao contrário, irradiam-se por todas as esferas sociais podendo, com isso, estender o conceito de midiatização também para a sociedade.

O que se observa como conseqüência direta deste fenômeno é o deslocamento do sujeito como protagonista da comunicação e, também, a sua desvalorização como sujeito dos processos históricos. Essa inversão de papéis vem garantindo que a comunicação produzida na sociedade midiatizada se configure como instrumento de manutenção do processo hegemônico do capitalismo em sua fase mundializada.

Diante disso, não encontramos na comunicação midiatizada os elementos que a caracterizem como um processo humanizante e de transformação social, como defendemos neste trabalho. Entendemos que comunicação é todo processo produzido e desenvolvido pelo *homem* capaz de "por em comum tudo aquilo que social, política ou existencialmente, não deve permanecer isolado" (SODRÉ, 1996, p.11) e que só é possível através do reconhecimento da alteridade dos indivíduos e da participação destes como sujeitos conscientes de sua realidade.

Como proposta contra-hegemônica à comunicação midiatizada apresentamos alguns dos pressupostos que vem sendo desenvolvidos no curso de especialização em Comunicação Popular e Comunitária da Universidade Estadual de Londrina. O programa de pós-graduação *lato sensu* está em atividade desde 2002 e tem como base os ideais da Comunicação Popular formulados a partir da década de 1970 e, mais recentemente, da Comunicação Comunitária.

Os fundamentos da Comunicação Popular e Comunitária fazem imergir, ainda

[5] As principais reflexões de Muniz Sodré a respeito da "midiatização" estão presentes no livro "Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede". Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

que timidamente, a possibilidade de disputa da hegemonia no campo da comunicação. Seus ideais se apresentam em oposição à passividade, desarticulação, despolitização e manutenção que os processos midiáticos impõem. Seus pressupostos aparecem como instrumento de "conscientização, mobilização, educação política, informação e manifestação cultural do povo" (PERUZZO, 2004 p.125), como canal de expressão das necessidades de classes subalternas e organização de movimentos de negação e luta por uma sociedade justa.

Por isso, identificamos na Comunicação Popular e Comunitária o contraponto necessário a comunicação midiatizada, visto que ela defende que o processo de democratização da informação não passa necessariamente pela propagação de aparatos técnicos. Estes, quando usados, não são tomados como protagonistas do processo, mas como instrumentos para um determinado fim. Está na raiz do pensamento da Comunicação Popular e Comunitária a conscientização e a emancipação do sujeito combinada com a luta por seus interesses de classe.

Estes dois campos da comunicação, que nos levam a diferentes interpretações da realidade e, portanto, a diferentes entendimentos sobre o papel da comunicação nos relacionamentos sociais, por si só não podem ser contrastados, pois partem de premissas distintas e se inserem em dinâmicas desiguais. O que nos interessa, portanto, para a construção de uma crítica à sociedade midiatizada a partir dos pressupostos da Comunicação Popular e Comunitária é o contraponto entre as práticas implicadas no interior destes sistemas.

2 - As novas tecnologias da informação e da comunicação

Muitos estudiosos já apregoam, equivocadamente, que o século XXI será o século da redenção da humanidade pela comunicação. Boa parte dessa entusiástica adjetivação se deve à propagação das novas tecnologias da informação e da comunicação que, supostamente, trazem em seu bojo o discurso da democratização do acesso à informação, da horizontalização das relações comunicacionais e do desenvolvimento tecnológico de dispositivos eletrônicos que ultrapassam as barreiras geográficas e culturais para aproximar as pessoas.

Todos esses processos, entretanto, estão relacionados a um novo paradigma da ordem político-econômica vigente que encontrou um novo suporte. A comunicação midiatizada - e suas tecnologias de propagação que conectam todo o globo - se

configuram como a força motriz determinante do capitalismo, que parece ter atingido seu estágio mais utópico. Neste novo estágio, está sendo constituída uma nova cultura cultura - movida pela velocidade da circulação e fluxo de capitais, mercadorias, pessoas, idéias e informações - que tem redimensionado formas de comportamento e percepção.

As principais responsáveis por estas transformações são as novas tecnologias da informação e da comunicação que mascaradas pelo discurso da eficiência e da velocidade estão, facilmente, conquistando todos os espaços. Para que seja possível entender e retratar o campo destas novas tecnologias da informação e da comunicação é preciso mais que uma indicação de objetos a serem estudados ou uma lista fechada de aparatos tecnológicos que sirvam à comunicação - uma vez que é da natureza destes aparatos uma constante evolução e conseqüente defasagem tecnológica. É preciso, também, entender e escancarar a ideologia que se esconde por de trás da técnica.

Uma divisão proposta pelo norte-americano Wilson Dizard Jr, em seu livro "A nova mídia" (2000), nos aponta para um possível caminho a seguir no que tange à demarcação sobre as novas tecnologias. O autor divide as transformações tecnológicas em três níveis: político, técnico e econômico.

No nível político, o desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação abriu, por meio de novas regulamentações e desregulamentações jurídico-institucionais, novas possibilidades de atuação para as empresas de mídia[6] - facilitando, com isso, a entrada dessas tecnologias em outras áreas e a um público maior. No nível técnico, as novas mídias indicam uma evolução constante do desenvolvimento tecnológico que apresenta, em períodos cada vez mais curtos, uma maturação dos aparatos técnicos nos mais variados domínios.

No âmbito da informação e da comunicação as tecnologias apresentam como principais características a superação dos limites espácio-temporais de transmissão, recepção e armazenamento de mensagens – graças às possibilidades abertas pela "revolução digital" - e o advento de uma nova ordem de admissão do conhecimento, agora apoiada nos modelos virtuais e na simulação.

Muniz Sodré nos faz uma importante ressalva em relação às mutações

[6] O próprio perfil dos conglomerados midiáticos se transforma diante desta nova realidade. Antes produtores de conteúdo para meios específicos, eles passam a se fundir em empresas que controlam desde a produção dos conteúdos até a distribuição, para diversas plataformas. O caso emblemático mais citado na literatura da comunicação é a fusão da empresa *Time Warner* com o provedor de Internet *América Online*, que formou, à época (2000), a maior empresa de comunicação do globo. Podemos atualizar esse debate com o exemplo do empresário Ruport Murdoch, dono de um conglomerado que compreende mais de 782 empresas, presente em mais de 52 países. Seus negócios incluem jornais impressos, redes de TV a cabo, satélites, estúdios de cinema e negócios on-line. Suas últimas aquisições foram o grupo multimídia *Wall Street Journal*, por 5 bilhões de dólares, e, no ano passado, o site de relacionamentos *MySpace*, por 500 milhões de dólares.

tecnológicas. Segundo ele, embora esta nova realidade, construída principalmente por meio dos aparelhos de informatização e digitalização, apresente novas circunstâncias às mídias, não há como falar em revolução, mas sim em "mutação tecnológica", já que as transformações apenas

> Resulta(m) em hibridização e rotinização de processos de trabalhos e recursos técnicos já existentes sob outras formas (telefonia, televisão, computador) há algum tempo. Hibridizam-se igualmente as velhas formações discursivas (texto, som, imagem) dando margem ao aparecimento do que se tem chamado de hipertexto ou hipermídia. (SODRÉ, 2002, p.13)

Ou seja, embora essas mutações tecnológicas possam promover, de alguma maneira, possibilidades de se expandir o acesso a estes meios, eles ainda mantêm as antigas estruturas de poder conservadoras e desiguais desempenhando, assim, um papel estratégico de manutenção ideológica do capitalismo.

Essa manutenção das forças hegemônicas se deve, em grande parte, ao terceiro nível descrito por Dizard Jr.: o nível econômico das novas tecnologias da informação e da comunicação. Neste nível o autor identifica a construção de um novo canal de (tele)distribuição, de mobilidade e circulação das coisas por todo mundo e, com isso, se consolidam como a principal ferramenta do capitalismo em sua etapa pós-industrial. O fato de que foi somente depois do desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação, movidas pela velocidade dos processos de distribuição, que se foi possível promover a circulação instantânea dos capitais e acelerar as informações, reforça esta idéia. Sodré assim retrata esta questão:

> As novas tecnologias apóiam e coincidem, em termos econômicos, com a extraordinária aceleração da expansão do capitalismo (o "turbocapitalismo") esse processo tendencial de transnacionalização do sistema produtivo e de atualização do velho liberalismo de Adam Smith a que se vem chamando de "globalização" e cuja autopropaganda, atravessada pela ideologia do pensamento único, lhe atribui poderes universais de uniformização. (SODRÉ, 2002, p.11)

Para isso, consolidou-se uma grande indústria transnacional que articula o modo de produção capitalista aos sistemas de telecomunicações, informática e comunicação – caracterizando o que Dênis de Moraes (2004) denominou de "infotelecomunicacionais". Mais do que nunca as produções comunicativas e a legitimação do sistema hegemônico-capitalista encontraram seu ponto "ótimo" e caminham juntas, sem possibilidades de desligamento.

Assim, a mídia, através de sua tecnologia especializada, extrapola sua função de organizar e sincronizar os discursos da vida e da produção, para também criar novos discursos e linguagens de autovalidação (MORAES, 2004) interferindo, por exemplo, nas relações sociais experimentadas agora, segundo Sodré, "pela tendência à virtualização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias de comunicação". (SODRÉ, 2006, p.20).

Para entendermos como todas essas idéias convergem para uma mesma realidade de atuação, devemos nos atentar para a hibridização das diversas formas de conteúdo midiáticos (som, imagem, texto, dados, etc) através de um novo paradigma, o paradigma digital.

É a partir da digitalização que todas as formas midiáticas podem se hibridizar e transitar através dos fluxos em rede. Essa proliferação de aparatos tecnomediadores não está livre da crítica, principalmente quando passam a conter em sua significação todo o processo de comunicação. É o que faz Paul Virilio, por exemplo, na citada obra "Bomba Informática", que reúne ensaios bastante ácidos sobre a presença cada vez maior das tecnologias – como a informática, por exemplo – como modeladoras das ações do homem. Lucien Sfez, por sua vez, em sua "Crítica à comunicação", levanta a questão sobre a forma de apresentação dos produtos tecnológicos, o "imperativo tecnológico", que não se limitam a se apresentar como uma técnica de comunicação, meros instrumentos, mas como tecnologia – termo que já traz em si uma áurea de refinamento:

> Claro, há um pressuposto: os políticos, os homens de mídia, os industriais não falam das técnicas, mas das tecnologias, na verdade da tecnologia, que não é a simples soma de técnicas particulares, mas de fato de um discurso superior, que pretende dominar a sociedade e avaliar por seu parâmetro técnico a eficácia de todas as atividades do mundo terrestre, e até de outros universos habitados ou inabitados. Essa mudança de "técnica" para tecnologia é fundamental. Ela traduz uma mudança de estatuto. A técnica, simples instrumento, torna-se rei e, como todos os reis, serve-se de escribas que cantam seus louvores, seu poder, suas benéficas influências. Uma palavra técnica faz-se então ouvir, e essa palavra tem o peso dos objetos que sustenta e cujo desenvolvimento permite. (SFEZ, 1994, p.22)

Mais do que realizar uma crítica voltada a esses aparatos, Sfez vê a necessidade de realizar uma crítica que se direcione para o discurso que se esconde atrás destes. O que se perde nesse discurso, para o autor, é o sentido da comunicação, que passa a ser entendida meramente como um processo vinculado à tecnologia. Para ele, o uso do termo comunicação é, cada vez mais, utilizado de maneira indiscriminada, perdendo

suas demarcações e tornando-se, assim, um termo de referência que abarca uma ampla gama de interpretações e, por isso mesmo, torna-se vazio de significados.

A recorrência ao termo "comunicação" para ligar diversos aspectos de nossa teia social é, para Lucien Sfez, conseqüência do desligamento dos pontos que nos ligavam; sintoma de uma sociedade que não sabe mais se comunicar e que, devido à sua fragmentação, produz símbolos que não unificam, simbolizadores de valores gastos sem coesão.

Toma-se então, a comunicação, um termo aglutinador, como remédio para tentar interligar realidades fracionadas, numa tentativa de fazer caber dentro de uma só idéia uma variedade de discursos que não se encontram na realidade social – apenas giram em torno de si mesmos. Fazer com que se comuniquem, ainda que a partir da artificialidade dos sentidos empregados, é a atitude tomada diante das condições de sobrevivência legada por esse abandono de valores essenciais à vida em sociedade. Os meios para tal são as tecnologias da informação e da comunicação, ponto de partida para uma crítica à comunicação nos dias de hoje. (SFEZ, 1994, p.20).

3 - Sociedade da Informação em excesso

O excesso de informações produzido atualmente, graças à expansão e glamourização da informática e suas tecnologias, está provocando mudanças de comportamento e percepção da realidade, uma vez que foi redimensionada a partir dos meios de comunicação, bancos de dados e aparatos tecnológicos a serviço dos fluxos da informação como satélites, infovias e tecnologias multimídias.

É fácil perceber que as tecnologias, cada vez mais, resolvem com eficiência o problema da distribuição da informação, mas é preciso também identificar que, nesta relação, os processos de organização e compreensão do amontoado de mensagens está sendo negligenciado. Caracteriza-se um quadro de superinformação em que se prioriza a troca exacerbada de informações preterindo, nesse processo vicioso, a qualidade do conteúdo das informações.

Segundo Patrícia Burrowes, nesse processo nossa percepção fica fragmentária já que nos foi roubado o tempo necessário que o pensamento precisa para organziar as informações e transformá-las em linguagem compreensível. Segundo Burrowes criou-se uma defasagem entre velocidade da informação e pensamento:

> A reflexão é a pausa (esse silencioso trabalho) que organiza: para a fala, para a

> escrita ou outro modo de expressão. Navegando pela rede, ou zapeando de um a outro canal de TV, a percepção segue o fluxo em sua anarquia, sem se deter, como numa hipnose. Cada tela tem uma significação instantânea a ser reconhecida, que logo será apagada em função de outra (BURROWES, 2007, p.6).

No livro "A pele da Cultura", lançado em 1997, Derrick de Kerkhove já havia percebido a interferência das tecnologias da informação e da comunicação na relações dos sujeitos entre si e em sociedade e afirmou que todas as nossas sensações e informações passam pelo processo digital e estão, portanto, "homogeneizadas em cadeias sequenciais de 0 e 1" (KERKHOVE, 1997, p.122). Com isso, o processamento das informações agora se dá em "ecrãs à frente dos nossos olhos, em vez de por detrás" (KERKHOVE, 1997, p.35) e, portanto, compartilhamos o mesmo *corpus* de conhecimentos triviais, perpetuando a superficialidade.

Na análise de Malena Segura Contrera, é preciso descobrir como andam o significado e a significância da informação, pois "a quantidade de informação parece aumentar na mesma medida da incomunicabilidade e da solidão, e a complexidade parece se reduzir, às vezes, a uma complicação sem precedentes" (CONTRERA, 2002, p.74). A esse respeito, Patrícia Burrowes faz a seguinte observação: "A informação, não o pensamento, é o que importa e se vende e isso é signo decodificável. O leitor moderno busca um sentido. O leitor pós-moderno busca uma fórmula de fácil aplicação (BURROWES, 2007, p. 10).

Cai por terra a ilusão dos iluministas que a distribuição e o acesso às informações traria conhecimento e salvação. Na lógica dos informatas, o potencial de mercadoria da informação, garantida pela velocidade de circulação destas, sucumbe qualquer outra preocupação. Confundir o avanço das tecnologias que disseminam informação com comunicação ou conhecimento faz parte do que Dominique Wolton chama de ideologia técnica. Para os defensores desta ideologia, cabe acreditar e convencer de que são as barreiras e os avanços da técnica que balizam as mudanças sociais e políticas.

Para Wolton, "reduzir a comunicação à performance técnica ou negar sua importância humana e democrática é a mesma coisa" (WOLTON, 2006, p. 83). Segundo o autor, na base desta indistinção está a identificação entre os fluxos de informação e do processo de comunicação em si. Assim, segundo ele, "confunde-se o progresso técnico, considerável neste caso, que permite uma integração técnica das informações, dos sons, das imagens etc, bem como uma miniaturização dos aparelhos, com uma revolução da comunicação" (WOLTON, 2006, p.85).

Nesse contexto de superinformação em que a sociedade se encontra, fica cada vez mais difícil saber qual a comunicação necessária para se viver, ou ainda, qual a informação que pode contribuir para que a comunicação, nos moldes demarcados anteriormente, se efetue. É um desafio desmistificar a magia e a crença que envolvem a produção de informações falsas e simuladas que legitimam o poder.

4 - O contraponto da Comunicação Popular e Comunitária

É neste sentido, de propor uma outra comunicação que resgate o sujeito em sua alteridade e insira-o no processo de produção e interpretação das informações veiculadas visando a conscientização e a emancipação, que a Comunicação Popular e Comunitária se apresenta como alternativa necessária e, eu acrescentaria, indispensável. Antes de tudo, é preciso considerar que as discussões e os temas abordados nesta parte do trabalho apresentam muitas das reflexões que estão sendo desenvolvidas no curso de especialização em Comunicação Popular e Comunitária da Universidade Estadual de Londrina, em atividade desde 2002.

A expressão "Comunicação Popular e Comunitária", nessa ordem, por exemplo, é uma construção que teve origem na dinâmica desta especialização e que vem se consolidando numa perspectiva de constituição de um campo de conhecimento que implica uma práxis interdisciplinar. Não há propriamente uma novidade nos termos, mas certamente há uma reelaboração lingüística, combinada com uma construção semântico-ideológica de novo teor, que procura recuperar aspectos significativos da concepção e práticas de comunicação popular e de comunicação comunitária, entendidos como realidades diferentes, e estabelecendo uma interação propositiva e dialética entre elas.

Um dos principais inspiradores da concepção e prática da Comunicação Popular e Comunitária é o educador Paulo Freire que elaborou ao longo de sua obra o conceito de dialogismo como processo de interação entre os sujeitos, ou seja, comunicação. Na comunicação dialógica de Freire não estão previstos meios específicos ou configurações adequadas ao processo comunicativo, mas sim a construção de uma nova realidade social onde a relação entre os indivíduos seria baseada no bem comum.

A comunicação, para Freire, é um dos processos que, materializados na relação dialógica, conduzem à uma Educação Popular e libertadora na qual o indivíduo é sujeito partícipe e indispensável. Valoriza-se a relação humana que necessita efetivamente do

outro para estabelecer vínculos afetivos, diretos e horizontais e acredita-se na interação entre sujeitos iguais e criativos fundada, necessariamente, no diálogo. Segundo Paulo Freire,

> Não há, realmente, pensamento isolado, na medida em que não há homem isolado. [...] Deste modo, além do sujeito pensante, do objeto pensado, haveria, como exigência (tão necessária como a do primeiro sujeito e a do objeto), a presença de outro sujeito pensante [...] É o "pensamos" que estabelece o "penso" e não o contrário. Esta co-participação dos sujeitos no ato de pensar se dá na comunicação. (FREIRE, 1982, p.66)

Um conceito importante de Freire é que o homem é comunicativo por natureza e, na comunicação não há sujeitos passivos e que, portanto, comunicar é promover homens conscientes capazes de transformar, refletir, produzir. Impedir que os homens se comuniquem é o mesmo que reduzi-los à "coisa" – e este é o paradoxo da comunicação midiatizada contemporânea, quando deixamos para trás o sistema da representação simbólica para entrarmos na "Era do Acesso" (SANTOS, 2003).

A recuperação do humano através da comunicação, como imbuído na proposta freireana, é, neste sentido, resistência e contra-hegemonia que, atualizada, pode subsidiar a transformação da lógica midiatizada instalada – cujas conseqüências ultrapassam as delineações do sistema tecnológico, chegando através de seu posicionamento ideológico ao sistema de ordenamento social.

Neste processo dialógico, duas questões são fundamentais para a efetividade da proposta de emancipação do sujeito: o seu reconhecimento da condição de oprimido, lançando-o assim à tarefa de busca de uma ação que lhe faça sujeito ativo de sua história; e a participação, base de desenvolvimento para esta tarefa, na qual o sujeito passa a compreender os mecanismos de opressão e construir seus próprios meios de expressão e reivindicação.

A Comunicação Popular e Comunitária se coloca no terreno da luta pela transformação social e, portanto, da ação política e se apresenta como instrumento efetivo no contexto da luta de classes, servindo aos interesses das classes subalternas numa perspectiva contra-hegemônica de atuação política e ideológica. Cicília Peruzzo, ao fazer referência à comunicação popular, afirma que "ela é um espaço de comunicação democrática, vinculada aos interesses dos segmentos subalternos da população, tanto em sua metodologia quanto em sua forma e em seu conteúdo" (1998, p.126).

Colocando-se como espaço questionador dos conteúdos reproduzidos no sistema

de comunicação hegemônico, a Comunicação Popular e Comunitária também se faz ferramenta de resistência e conflito cultural, como nos coloca Christa Berger:

> Agora, falar de comunicação popular implica falar de cultura, de relação. E necessita, para tanto, da interdisciplinaridade em seu sentido mais profundo. Trazer a comunicação popular para o espaço da cultura fez introduzir a dimensão do conflito [...] histórico do qual o popular se define enquanto movimento de resistência [...]. E, conseqüentemente, a idéia de ação, de práxis. A comunicação popular é uma prática em conflito [...], interclasses, mas também intraclasses". (BERGER apud PERUZZO, 1998, p.113-114).

No âmbito da Comunicação Popular e Comunitária, a importância do entendimento sobre o pertencimento a uma classe desprovida de direitos fundamentais de vivência é fundamental para a construção dos processos de comunicação, uma vez que é no interior destes que se abre uma possibilidade do reconhecimento da condição subalterna e da ação participativa para sua superação; são os elementos cotidianos de opressão, efetivamente percebidas como tal, que funcionam como combustível para a transformação da realidade.

Um dos aspectos mais interessantes desse processo é justamente o conflito estabelecido que, restrito ao universo da comunicação, a enriquece sobremaneira superando a passividade do discurso apolítico da dominação, entendido por Peruzzo, a partir do conceito de Maria Esther Dias sobre a dialética do cotidiano, como uma práxis autoritária que ganha espaço a partir da dominação política do cotidiano do sujeito, e acaba por tornar "o autoritarismo apolítico expressão máxima de um processo de ideologização que visa configurar a dominação como algo natural, não imposto pela força, à medida em que a integra à personalidade individual e à prática social cotidiana". (PERUZZO, 1998, 74).

O desafio é, portanto, criar as condições para a efetivação destas práticas – o que não ocorre sem conflito, pois. Participação social, segundo Pedro Demo, "não é dada, é criada. Não é dádiva, é reivindicação. Não é concessão, é sobrevivência. A participação precisa ser construída, forçada, refeita e recriada" (DEMO apud PERUZZO, 1998, p.75). O mesmo argumento vale para os processos de desenvolvimento da comunicação no âmbito popular. O objetivo desta participação é não somente aproximar o conteúdo comunicativo da realidade do sujeito, mas também capacitá-lo a gerir este processo levando-o a um processo de emancipação voltado para a mudança social.

Assim, não basta dar voz ao povo para garantir processos participativos desalienantes. Reservar espaços de depoimentos, entrevistas ou enquetes populares é muito pouco e pode se dar também na comunicação hegemônica. A esse respeito Pedro

Gomes afirma que "a comunicação popular não tem valor em si mesma, mas enquanto se integre num processo de luta com uma perspectiva de uma nova sociedade" (GOMES apud PERUZZO, 1998, p.288).

A participação deve se realizar em todos os níveis possíveis de produção e gestão da experiência comunicativa, compartilhando-se as decisões e, com isso, o exercício do poder. Todos os esforços para a construção de uma comunicação em uma perspectiva de transformação social a partir das classes subalternas devem estar ligados à democratização da comunicação, seja no aspecto aqui já visto da participação sobre o fazer comunicativo, seja em relação à abertura de canais de comunicação para que todos possam ter o direito à expressão e denúncia de sua realidade.

A simples democratização dos meios não garante que haja a democratização da comunicação, pois a participação dos processos pode se manter desigual reproduzindo os padrões de dominação, mantendo a comunicação, como alerta Peruzzo, como "atividade-fim, perdendo sua potencialidade de atividade-meio com função político-educativa para o conjunto das pessoas" (PERUZZO, 1998, p.154). Assim, o importante para democratização e disputa da hegemonia no campo da comunicação é promover ações participativas de produção, gestão e administração dos meios e mensagens, visando com isso compreender as questões da luta de classes e desalienação com vistas à Educação Popular. Como conclui Peruzzo:

> A participação popular pode facilitar o devir de uma nova práxis da comunicação. A participação e a comunicação representam uma necessidade no processo de constituição de uma cultura democrática de ampliação dos direitos de cidadania e da conquista da hegemonia, na construção de uma sociedade que veja o ser humano como força motivadora, propulsora e receptora dos benefícios do desenvolvimento histórico. (PERUZZO, 1998, p. 296)

Entendemos, portanto, que os pressupostos da Comunicação Popular e Comunitária se apresentam como uma alternativa contra-hegemônica possível e necessária ao modelo ideológico que configura a Sociedade Midiatizada. Para tanto, esses pressupostos devem ultrapassar o nível teórico para se efetivar em experiências práticas, com vistas à libertação e emancipação, assim como, para construção de uma comunicação humanizadora.

Referências

BURROWES, Patrícia. **O Corpo-Linguagem:** Aventuras e desventuras do ser humano cindido na sociedade da informação. Disponível em http://www.comunica.unisinos.br/tics/textos/2004/2004_et.pdf . Acesso em: 27/09/2007. 2007.

DIZARD JR., Wilson. **A Nova Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FREIRE, Paulo. **A educação como prática da liberdade.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia** - saberes necessários à prática educativa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

KERKHOVE, Derrick de. **A pele da cultura.** Lisboa: Relógio D'água, 1997.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência:** o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1993.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O espelho e a máscara:** o enigma da comunicação no caminho do meio. São Paulo: Discurso Editorial; Unijuí: Editora Unijuí, 2002.

MARCONDES FILHO. Ciro. **Quem manipula quem?** : poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 1992.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Globalização comunicacacional e transformação cultural. In: MORAES, Denis. **Por uma outra comunicação**. 2.ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 57-86

MARTíN-BARBERO, Jesus. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidade da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis (org). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 51-79.

MIANI, Rozinaldo Antonio. **Comunicação comunitária: uma alternativa política ao monopólio midiático**. In: I Encontro da União Latinoamericana de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura – Ulepicc-Brasil, Niterói, 2006. Anais do I Encontro da União Latinoamericana de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura – Ulepicc-Brasil, 2006.

MORAES, Dênis de. O capital da mídia na lógica da globalização. In: _____ (org) **Por uma outra comunicação**. 2.ed, Rio de Janeiro: Record, 2004. p.187-216.

PAIVA, Raquel. Para reinterpretar a Comunicação Comunitária. In: _____ (org) . **O retorno da comunidade:** os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad, 2007. p. 133-148.

PERUZZO, Cicília M. K. **Comunicação nos movimentos populares:** a participação na construção da cidadania. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicilia M. K. (org). **Vozes Cidadãs:** Aspectos Teóricos e Análises de Comunicação Popular e Sindical da América Latina. São Paulo: Angelarra Editora, 2004.

SANTOS, Laymert Garcia. **Politizar as novas tecnologias:** o impacto sócio-técnico da informação digital e genética. São Paulo: Editora 34, 2003.

SFEZ, Lucien. **Crítica à comunicação.** São Paulo: Loyola, 1994.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. O globalismo como neobarbárie. In: MORAES, Denis (org). **Por uma outra comunicação**. 2.ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 21-40

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, Denis. **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 19-31.

VIRILIO, Paul. **A bomba informática.** São Paulo: Estação Liberdade, 1999

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação.** São Paulo: Paulus, 2006.