

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e Informação
em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

**Comunicação popular e meios alternativos:
a opção contra-hegemônica para transformar a sociedade**

JIMENA NATALIA DIAMINT

FACULDADE ESCOLA DE SOCIOLOGIA E POLÍTICA DE SÃO PAULO

RESUMO

Buscando uma alternativa ao monopólio informativo dos meios de comunicação de massa e partindo do pressuposto que a democracia não se viabiliza quando um pequeno grupo controla a informação, o presente artigo procura um olhar teórico e prático para expandir os horizontes dos meios de comunicação e transformar a sociedade. Assim, nos debruçamos sobre a Comunicação Popular, proposta emancipadora que muda o sentido da produção dos fluxos de informação e subverte as relações de poder vigentes. Observamos os meios alternativos como prática que contextualiza a Comunicação Popular, em especial dentro de uma perspectiva latino-americana analisando uma rádio alternativa argentina. Concluimos que não há dúvidas que um meio de comunicação alternativo altera as relações dentro da comunidade e fora dela, ao dar voz a quem antes não tinha, ao capacitar e suscitar reflexões antes não feitas, ao emancipar as comunidades transformando a sociedade.

Palavras-chave: comunicação popular, meios alternativos, transformação, participação popular.

Introdução

Não é novidade que os meios de comunicação são controlados por poucos atores onde as grandes empresas, conglomerados de comunicação, possuem o controle

quase hegemônico dos espectadores, das estruturas comunicativas, da informação e dos recursos financeiros alocados. O controle hegemônico dos meios de comunicação - jornalísticos, de entretenimento ou redes sociais - pelas camadas dominantes da sociedade, cria um ambiente onde as vozes ouvidas servem aos interesses desses mesmos grupos. Assim, o fluxo informativo propaga informações pré-definidas, que irão de encontro aos interesses de poucos atores, muito poderosos.

Partimos do pressuposto que a real democracia não é possível se só um pequeno grupo controla a informação. Para Hardt e Negri (2001), a real democracia deve advir de uma força comunitária, da multidão. A construção em conjunto de uma sociedade auto-governada, em contrapartida a um poder soberano, é o que compõe a democracia. Esta se faz possível por meio da criação do comum, pela produção de relações sociais horizontais mediadas pela cooperação. Então, se faz necessário encontrar maneiras de retornar à uma construção democrática da sociedade onde o controle da informação e comunicação não está nas mãos de uma classe dominante, mas onde redes de comunicação são construídas e dão vazão à pluralidade de interesses de diferentes classes sociais. Procuraremos então, no campo da comunicação, um olhar teórico e prático que expanda os horizontes tradicionais dos meios de comunicação para atingir uma transformação da sociedade.

Uma possível resposta, centrada na experiência da sociedade latino americana é o conceito de Comunicação Popular de Mario Kaplún, uma comunicação alternativa, popular e comunitária que entrega às comunidades a criação de seus próprios canais de comunicação para que o fluxo de informação mude de sentido e atenda aos interesses da população.

Ainda veremos que oferecer as ferramentas técnicas à uma comunidade ou construir um meio alternativo de forma comunitária, não é suficiente para garantir que ocorra verdadeira comunicação popular. O que caracteriza e deve acontecer no seio de um meio alternativo de comunicação é a pretensão de mudança de paradigma, subversão das relações de poder vigentes; em resumo, é o propósito tomado por

esse meio de comunicação. Este deve ter, imperativamente, um caráter participativo, comunitário, transformador, educativo e político.

Por último descreveremos rapidamente um meio alternativo real para demonstrar que na prática estas configurações teóricas se concretizam. E para demonstrar que um meio contra-hegemônico, muito mais do que criar novos canais de informação e de configurar uma alternativa aos grandes conglomerados midiáticos, têm a sua importância nos seus projetos transformadores da sociedade, ajudando a firmar movimentos sociais e a atingir objetivos concretos que muitas vezes são marginalizados frente aos interesses das camadas dominantes da sociedade.

Comunicação popular, transformadora e participativa

Definimos a comunicação popular como uma atividade popular, comunitária e participativa, posicionada contra os meios hegemônicos de comunicação que, por meio da criação de meios de comunicação alternativos, participam na emancipação, transformação e reflexão crítica da comunidade na qual se inserem. A importância de uma comunicação popular se encontra na sua prática, ou seja, ao prover as ferramentas necessárias para lutar contra a comunicação autoritária e os efeitos negativos que ela perpetua. Suas ferramentas serão meios de comunicação acessíveis à realidade social da comunidade, podem ser jornais populares, programas de rádio, produtos audiovisuais, teatro, etc.

As experiências mostram que a comunicação popular participativa dá seu aporte à edificação de uma cultura e uma educação democrática. Como explica Peruzzo (2004, p.302): “[..] socializa o direito de expressão e os conhecimentos técnicos. Desmistifica os meios. Promove a criação coletiva. Difunde conteúdos diretamente relacionados à vida local. Dá voz, pela própria voz, a quem era considerado ‘sem voz’.

Estes benefícios aparecem quando a capacidade de exercer a comunicação é devolvido à comunidade. Surge a criatividade, questionamento e mobilização dos indivíduos que, graças ao poder reflexivo conseguido por meio da comunicação

popular, conseguem se enxergar criticamente na realidade na qual vivem e encontram os meios para mudá-la.

A comunicação popular quer oferecer uma nova forma de organização, diferente dos meios de comunicação tradicionais e das estruturas de poder vigentes, que demonstre possibilidades alternativas de se relacionar, produzir e pensar. O trabalho em grupo, a abertura ao diálogo, o fomento à participação comunitária, a horizontalidade das relações e o incentivo à valorização da própria cultura estão ligados à atividade comunicacional que funciona como âncora para essas operações no mundo real. Partindo da visão da comunicação interessada no desenvolvimento da sociedade, Mario Kaplún (1985), nos levará a entender os processos necessários que devem ocorrer para atingir uma comunicação mais próxima da prática democrática, anti-hegemônica. Praticar a comunicação popular parte de um pensamento crítico, político e transformador:

[...] quando se aspira a uma sociedade global humanizante, não avassalada pelo mercado, pela competitividade e pela homogeneização cultural e sim edificada sobre o diálogo, a cooperação solidária e a reafirmação das identidades culturais, o desenvolvimento da competência comunicativa dos sujeitos atuantes aparece como um fator altamente necessário, e em torno do qual gravitam os outros aspectos; como acontece, aliás, com a participação política e social. (KAPLÚN, 1999, p.74)

Este desenvolvimento da competência comunicativa se dá na construção de uma comunicação transformadora e libertadora, que compreenda as complexidades da sua própria atividade e se prepare para lidar com as singularidades das comunidades e sujeitos. Ou seja, é a percepção crítica da comunicação, por meio de um trabalho educativo, político e social, que não se centre só em mudar como a comunicação é feita, mas em mudar como ela é produzida com o intuito de promover mudanças reais e transformar a sociedade na qual se origina. Para Kaplún (1999, p.1), “Isso implica considerar a Comunicação não como um mero instrumento midiático e tecnológico, e sim, antes de tudo, como um componente pedagógico.”

Para entender o que é a comunicação popular no seu componente pedagógico, é necessário observar que sua função deve ser reflexiva e emancipadora, atuando no

âmbito social e político como forma de reagir aos problemas da sociedade. No âmbito social reflete as complexidades do mundo e pede um tratamento afetivo entre os sujeitos. Entende que o homem está sempre em processo de descoberta, elaboração, reflexão e aprendizagem e que é ele mesmo quem toma as rédeas do seu processo educativo. Em outras palavras, é perceber que as subjetividades dos indivíduos configuram caminhos diferentes pelos quais cada um pode se abrir ao conhecimento. No âmbito político, é um tipo de comunicação crítica e contestadora, que problematiza, procura complexificar e questionar a realidade para formar sujeitos que consigam se posicionar criticamente face à mesma. É uma comunicação emancipadora que oferece as ferramentas para um despertar consciente de articulação popular para causas comunitárias relevantes. Assim, a comunicação popular é a valorização de uma racionalidade crítica, emancipadora, construída comunitariamente. Em outras palavras:

Lo que importa aquí, más que enseñar cosas y transmitir contenidos, es que el sujeto aprenda a aprender; que se haga capaz de razonar por sí mismo, de superar las constataciones meramente empíricas e inmediatas de los hechos que lo rodean (conciencia ingenua) y desarrollar su propia capacidad de deducir, de relacionar, de elaborar síntesis (conciencia crítica). (KAPLUN, 1985, p.52)

O trabalho de comunicação popular é importante para que a população tenha capacidade de manejar as tecnologias da informação, percebendo que a técnica é parte integrante do processo de desenvolvimento cognitivo e libertador na sociedade atual. Perceber que existe uma alternativa de organização produtiva é se dar conta da situação em que cada um - e a comunidade como um todo - está inserido, e como os valores, crenças e pensamentos estão ligados à maneira como a comunicação tradicional funciona. O intuito de trabalhar com comunicação popular é a de transformar o pensamento, emancipando comunidades ao ter uma estratégia ideológica para respaldar o trabalho desenvolvido.

Outra parte integrante e indissociável da comunicação popular é o seu caráter participativo e por consequência, político. Com participativo, nos referimos a trabalhar em comunidade, a fazer parte da produção com as próprias ideias, dúvidas e experiência. A participação popular garante real representatividade, a

comunicação não será feita para a comunidade, mas pela comunidade. A intenção é terminar com a passividade na qualidade de receptores da informação na qual os meios de comunicação tradicionais colocam o seu público. O indivíduo participativo de uma comunicação popular terá a capacidade de notar que suas próprias ideias obtêm espaço e voz, este é para Peruzzo (199, p.217), “[...] o exercício da participação direta. Ali se torna possível que os receptores das mensagens dos meios de comunicação se tornem também produtores das mesmas, se tornem emissores do processo de comunicação”. Transladar o foco do indivíduo, de receptor para emissor, significa lhe oferecer um caminho para que sua voz seja ouvida e para que ele obtenha controle da forma como será escutado. É dar mais poder de expressão para as comunidades que não a tinham, configurando uma clara atuação política, reivindicadora.

Assim entendemos o cunho político da comunicação popular, quando a comunidade atua ativamente em prol de sua emancipação está assumindo uma participação política. A participação da comunidade em atividades educativas é também uma participação de cunho político pois, para que ocorra um processo educativo deve haver uma tomada de consciência política, uma percepção do poder da voz da própria comunidade, da percepção de que sua realidade pode ser transformada e dos caminhos existentes para fazê-lo.

Só a comunicação democrática consegue fomentar a sua própria importância no seio da comunidade. Ao falar de comunicação popular, Citelli (2000, p.143) diz que: “[...] trata-se de fixar uma referência teórica, aqui com seus evidentes nexos sociais, culturais e políticos, que permita reconhecer as possibilidades de ampliar fluxos democratizadores na circulação das mensagens.” Vemos que para uma comunicação ser democrática, ela deve ter relação com os aspectos sociais, culturais e políticos do grupo para o qual ela se direciona. Isto é se distanciar dos meios de comunicação de massa, que fazem o caminho inverso - vendem uma forma padronizada de cultura - e aceitar as diferentes formas de comunicar que podem vir por parte da comunidade e não só do lado do comunicador.

O que significa na prática?

Para aprofundar a análise da comunicação popular devemos entender a sua aplicação e consequências na prática. Pois é imprescindível entender que ela não existe fora da realidade das comunidades nas quais se insere. Ou seja, sua teoria não existe dissociada do empírico, já que a comunicação popular é dinâmica e se configura por um contraponto às mídias de massa hegemônicas, além de ser permeada pelas novidades tecnológicas de comunicação e as expressões culturais vigentes. Para entender a realidade da comunicação popular se faz necessário, então, entender as fronteiras do que é esta outra comunicação:

no sólo como ejercicio epistemológico sino fundamentalmente como necesidad política práctica para un sector de las actuales experiencias radiofónicas y televisivas que, compartiendo la categoría “sin fines de lucro”, se ven en situación de desigualdad frente a otras de mayor dimensión y capacidad financiera” (VINELLI, 2014, p.37)

A autora Natalia Vinelli (2014) dentro da perspectiva de uma comunicação popular, utiliza o termo comunicação alternativa para situar sua análise nas iniciativas reais e concretas, de televisão ou rádios alternativas. No marco de uma análise factual das práticas de comunicação popular é necessário delimitar o campo de atuação das mesmas para não confundir qualquer ação que difere dos meios hegemônicos com as propostas de comunicação alternativa. Assim, delimitar um campo epistemológico preciso se faz necessário para conseguir analisar e entender as práticas reais de comunicação popular. O objetivo é evitar confundir um meio de comunicação alternativa com iniciativas que possam fazer parte da categoria sem fins lucrativos, dos meios públicos e das micro e pequenas empresas que podem compartilhar o mesmo espaço territorial.

O olhar, para Vinelli (2014, p.39) deve se focar na, “fórmula ‘alternativo, popular, comunitario’ en abanico (...) para referirnos a un ámbito de producción cultural marcado por la articulación entre comunicación y lucha política”. Indo além, existem definições chaves, características imprescindíveis para identificar um meio de comunicação alternativo

su carácter teórico práctico, el surgimiento como necesidad de expresión de los grupos populares, los contenidos contrainformativos, las modalidades de

participación de acuerdo al contexto, sus objetivos de transformación social que aparecen como hilo conductor a lo largo de los años. (VINELLI, 2014, p.39)

Ou seja, para identificar um meio de comunicação alternativo não basta observar sua construção técnica, nem quem são os seus produtores de conteúdo ou a quem ele se destina. Para poder ter um meio de comunicação popular, como analisado anteriormente, o meio deve ser respaldado por uma ideologia específica, que procure dar voz às camadas populares da sociedade como contraponto à hegemonia informativa dos meios tradicionais; sua estrutura deve seguir uma horizontalidade participativa, onde a construção de sentidos permeie todos os atores que a compõem e, além de ser um meio produtor de informação alternativa, deve buscar na sua ação final a transformação política e social da comunidade na qual está inserida. Este complexo leque de formulações irá garantir o seu caráter alternativo, popular e comunitário.

Na América Latina a comunicação popular tem forte tradição, o que permite entender os seus processos históricos e práticos. Percebe-se que como todo fenômeno comunicacional, a comunicação popular, alternativa, é dinâmica e se encontra em constante mudança. Quando simplesmente falar de cultura popular era um ato revolucionário, os meios de comunicação que o faziam, exerciam uma forma de resistência política, contra-hegemônica. Por outro lado,

el fenómeno de las radios FM que estalló en la Argentina tras los años de la dictadura, que antecedió el surgimiento de las televisoras, puede leerse desde esta perspectiva, centrada en la conceptualización del medio como lugar de encuentro y participación comunitaria más que como herramienta de intervención política. (VINELLI, 2014, p.41)

Em um contexto pós-ditadura militar na Argentina, onde a repressão violentíssima cerceou a liberdade de expressão e de reunião, voltar a ter uma participação popular nas comunidades era um ato desafiador e de importância política. Com este exemplo, buscamos demonstrar que mais do que definir com quais temas se constrói ou se valida um meio alternativo, o que interessa é o seu propósito transformador político e social dentro das comunidades. Ou seja, a sua importância

se dá pelo seu caráter subversivo, que tensiona as estruturas vigentes com o intuito de alterar as relações de poder impostas pelas classes dominantes.

Tomando como exemplo um meio alternativo de tradição na Argentina, a rádio comunitária FM La Tribu, podemos observar as características descritas como essenciais para a apreciação do mesmo como um meio de comunicação popular. Segundo o seu posicionamento institucional, se coloca como um meio de comunicação alternativo e comunitário, que trata de temáticas como movimentos sociais, culturais e de comunidades, trabalhadores, povos originários, entre muitos outros. Propõe também, a valorização de artistas independentes na música, cinema, teatro, etc. Tem um centro de capacitação e produção que difunde as técnicas de produção de conteúdo de comunicação além de sua própria organização. E se constitui como uma rádio sem ouvintes pois não produz informação mas propõe conversas. Na descrição que este meio faz dele mesmo, vemos claramente as práticas destacadas de comunicação popular na prática. Encontramos neste exemplo a confirmação de que a teoria e prática dos meios de comunicação popular se fazem presentes em conjunto na sociedade atual e podem ter um papel importante na formação de narrativa contra-hegemônicas.

De este modo lo alternativo 'se levanta frente a otra concepción no sólo de la comunicación sino de las relaciones de poder, y de la transmisión de signos e imposición de códigos que esas relaciones permiten vehicular' (Graziano, 1980: 9), ubicando el fenómeno en el marco de la construcción de una alternativa comunicacional pero también política y social. En este sentido la inserción de la experiencia en un proyecto político transformador (que más que ser orgánica tiene que ver con una visión de conjunto y con una estrategia general) configura un marco para la pensar alternatividad con un significado y un referente claros. (VINELLI, 2014, p.49)

Reiteramos aqui o objetivo claro e essencial de um meio de comunicação alternativo sob a ótica da comunicação popular. É indissociável que a constituição de um meio alternativo esteja alinhado com as estruturas de organização previstas na comunicação popular. Porém, a força e a importância da comunicação popular na sociedade vão além da sua articulação como organização. Interessa essencialmente o tipo de transformação que consegue suscitar no marco político e social da

comunidade onde está inserida. Sendo essa a sua principal atribuição, o questionamento dessa eficácia transformadora permanece. Não há dúvidas que um meio de comunicação alternativo altera as relações dentro da comunidade ao dar voz a quem antes não tinha, ao capacitar e suscitar reflexões antes não feitas. Porém permanece o desafio de entender o trabalho e atuação dos meios de comunicação alternativos em um contexto mais amplo de luta política, de mudanças de relações de poder, de transformações concretas e tangíveis nas manifestações políticas, reivindicações sociais, de gênero, de demarcação de terras, etc. Se propõe aqui, um questionamento sobre a mensuração da transformação que os meios alternativos possam ter desempenhado dentro de lutas sociais em processos históricos e movimentos sociais contemporâneos.

BIBLIOGRAFIA

CITELLI, Adilson. **Comunicação e educação: a linguagem em movimento**. 3 ed. São Paulo: SENAC, 2004. p. 83-150.

KAPLÚN, Mario. **El comunicador popular**. 1 ed. Quito: Editorial Belen, 1985. 266p. Disponível em: <<http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/42036.pdf>> Acesso em: 12 de novembro de 2015.

KAPLÚN, Mario. **Processos educativos e canais de comunicação**. *Comunicação & Educação*, São Paulo, n. 14, p.68-75, jan./abr. 1999. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36846/39568>> Acesso em: 12 de novembro de 2015.

NEGRI, Antonio & HARDT, Michel. **Império**. Rio de Janeiro. Record, 2001. 503p.

PERUZZO, Cicilia M.K. **Comunicação comunitária e educação para a cidadania**. *Comunicação & Informação*, Goiânia, v. 2, n. 2, p. 205-228, jul./dez. 1999. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/ci/article/view/22855/13596>> Acesso em: 12 de novembro de 2015.

PERUZZO, Cíclia M.K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 3 ed. São Paulo: Vozes, 2004. 342 p.

RADIO FM LA TRIBU. <<http://fmlatribu.com/radio/>> Último acesso em: 15 julho de 2018 às 23h35.

VINELLI, Natalia. **La televisión desde abajo: história, alternatividad y periodismo de contrainformación**. Cooperativa el Rio Suena, 2014. Capítulo 2.