

Comunicação Comunitária e Cidadania – Resgate da cultura e construção da identidade

Margareth de Oliveira Michel
e Jerusa de Oliveira Michel

Índice

1 Comunicação, Comunicação Comunitária e Cidadania	1
2 Comunicação Comunitária, Cidadania, resgate da Cultura e Construção da Identidade	6
3 Apresentação dos projetos: jornais comunitários e ponto de cultura	8
4 Resultados	12
5 Bibliografia	13

Resumo

Este estudo baseia-se, por um lado, na pesquisa bibliográfica sobre o papel da comunicação comunitária e de sua relação com Cidadania, particularmente através do resgate da cultura e construção da identidade dos indivíduos; e por outro, em reflexões ocorridas a partir de observação participante. A experiência acadêmica ocorreu através da participação em projetos universitários de extensão envolvendo jornais comunitários e um ponto de cultura. Nesse contexto é necessário pensar um processo de comunicação novo, em que o ser humano apropriando-se das técnicas, e a partir de suas vivências, construa coletivamente, modelos próprios de comunicação, que se traduzem em instrumentos

importantes na construção de um sociedade mais justa. Constatase que na prática, através da participação ativa dos sujeitos integrados em seu contexto, a comunicação produzida pelos cidadãos organizados contribui para o crescimento dos grupos e de suas comunidades e contribuem para ampliar o exercício da cidadania

1 Comunicação, Comunicação Comunitária e Cidadania

Para se entender a comunicação humana e suas origens, seu processo evolutivo, torna-se necessário fazer uma análise sucinta da própria evolução humana a partir dos elementos da comunicação presentes no processo, suas diferentes abordagens e consequentes mudanças.

A existência humana se explica através da história, estreitamente vinculada ao desenvolvimento do processo comunicativo, em diferentes etapas, cada uma delas influenciando de forma decisiva para os indivíduos, a coletividade e para os grupos sociais.

As primeiras referências a conceituação explicitam sua origem e significado, assim, diz-se que Comunicação, origina-se do latim "communicativo", de "communis": co-

mum, informação, transmissão, participação, aviso; ato ou efeito de comunicar, é o estabelecimento de uma corrente de pensamento ou mensagem, dirigida de um indivíduo a outro, transmitir e receber mensagens por meio de métodos e/ou processos convenionados, bem como as mensagens recebida por esses meios com a finalidade de informar, persuadir, divertir, enfim, comunicar.

Mais tarde surge o conceito sociológico de comunicação, quando o autor afirma que existe interação e interdependência entre a comunicação e o homem no processo de mudança social e cultural pois os homens sentiram necessidade de agrupar-se, de relacionar-se, de colocar mutuamente os seus objetivos, de mediante o trabalho, satisfazerem suas necessidades básicas e interagirem no grupo social. Gomes (1997:13), define a comunicação como: "o instrumento que possibilita e determina a interação social; é o fato marcante através do qual os seres vivos se encontram em união com o mundo".

O enfoque psicológico de comunicação, trabalhado por Vian (1973) afirma que a comunicação torna possível a vida psíquica e social, pois por seu intermédio nos vinculamos a um universo de significados e valores, à existência física das coisas, e o comportamento humano adquire sentido "para nós e para os outros", e através dela o homem acrescenta o seu universo próprio, atribuindo-lhe significação.

Para Ávila (1975) o desenvolvimento dos meios de comunicação acompanham a marcha do progresso humano: desde os sinais puramente sonoros e visuais, como a linguagem oral, a mímica, a linguagem escrita, o desenho, até os grandes veículos modernos:

o telégrafo, o telefone, o rádio, a televisão, a internet.

Thompson (1999) partilha de similar posição referindo que até o final do século XV, os participantes do processo de comunicação estavam presentes no mesmo referencial de tempo e espaço e a comunicação humana era desenvolvida "face-a-face". Muito importante para ele era esta característica dialógica, em que a proximidade dos agentes comunicativos diminuía a possibilidade de ruídos ou distorções na mensagem.

Pelos conceitos expostos pode-se ver que o conceito de comunicação é muito amplo, pois envolve todas as instâncias nas quais a conduta de qualquer ser humano, consciente ou não, quer atue como estímulo intencional ou não, da conduta de um para com o outro reciprocamente. A comunicação humana é um objeto multifacetado e sua conceituação depende da ótica da qual seja considerada"

De algum modo, a comunicação inclui todo o intercâmbio de mensagens e de significações entre pessoas ou grupos, implicando na presença de elementos como: um emissor ou comunicador (pessoa que inicia o processo) e um receptor (pessoa que recebe a comunicação); uma mensagem (aquilo que se quer comunicar); canais ou meios (que podem ser de diferentes tipos); o efeito de interação através da conduta do receptor e o feedback ou efeito de retroalimentação que transforma esta interação no processo de comunicação.

O processo de comunicação, segundo Béltan (1981), revela o mecanismo por meio do qual existem e se desenvolvem as relações humanas, ou o processo de interação social e democrático, baseado no intercâmbio de signos pelos quais os seres humanos trocam ex-

periências livremente e em igualdade de condições, através do diálogo e da participação.

Com o desenvolvimento, especialmente com o surgimento do capitalismo, ocorre uma mudança significativa no processo comunicativo, interferindo nas relações humanas, diferenciando a comunicação que passa a ser mediada por novos meios de comunicação, instituindo novas redes de transmissão de informação entre os indivíduos, que embora tenham suas relações sociais básicas preservadas (aos poucos perdem sua característica dialógica), estas passam a ser mediadas pelos meios de comunicação de massas.

Para Wey (1986) a comunicação consiste nos processos pelos quais os grupos humanos se influenciam reciprocamente, aprofundando suas relações necessárias e significativas, através de diferentes elementos e da interação entre os vários grupos de interesse. Wey postula que os homens se completam socialmente e os grupos humanos devem ser orientados para a "Competência Social". Dá ênfase ao fato de que, na sociedade contemporânea, se faz presente essa necessidade como nunca foi sentida antes; isto porque, no contexto da sociedade industrial, o uso dos canais de divulgação torna-se indispensável pois nos encaminha ao reconhecimento da necessidade de relacionamento com os vários tipos de públicos de uma organização social, pois representa o intercâmbio de pensamento e de informações para proporcionar compreensão mútua e confiança, além de boas relações humanas.

A comunicação envolve troca de fatos, idéias, opiniões ou emoções entre duas ou mais pessoas e é também definida como inter-relações por meio de palavras, letras, símbolos ou mensagens e como meio para

aquele que comunica partilhar significado e compreensão com outros.

Com a criação de novos padrões de comunicação no mundo capitalista acontece uma complexa reorganização humana que se dissocia do ambiente físico, e as pessoas passam a interagir através dos veículos de comunicação que disponibilizam para a sociedade novas oportunidades de linguagem diária, aumentando o ritmo do comportamento comunicativo. Paralelo a isto, os meios de comunicação de massa impõe um tipo de comunicação em que inexistente o processo circular de comunicação e o público passa a ser um mero "receptor de mensagens".

Conforme Santos (2003, p. 16),

"Mesmo com todas as transformações históricas, a comunicação humana continua presente no cotidiano das pessoas. Os meios de comunicação são fatores indispensáveis, tanto na criação, transmissão e mudanças sociais, quanto na reprodução de determinada cultura. Eles se tornam o meio e o espaço privilegiado em que a cultura é criada, fortificada, reproduzida e retransmitida. Há uma forte influência psicológica que esses meios exercem sobre a sociedade, transformando a todos em meros consumidores, ou quem sabe, até um produto desses meios."

Os meios de comunicação de massa passam a ser capazes de moldar a opinião pública e levar as massas para qualquer ponto de vista, construindo um objeto de acordo com as categorias de percepção do receptor, em geral mediando essas categorias numa escala baixa, banalizando o indivíduo, banalizando a sociedade moderna, onde a indústria cultural (algo determinado pela multiplicação de

uma característica cultural, massificada e reproduzida inúmeras vezes) manipula o ser humano que passa a ser espectador de tudo o que acontece e onde a comunicação distribui produtos, bens e serviços em forma de mensagens, padronizadas e em série.

Neste contexto, a imprensa era um elemento que provocava fascinação e repulsa: as grandes emissoras de rádio e televisão eram criticadas e ao mesmo tempo tornavam-se motivo de disputas, num tempo em que pessoas e grupos que incorporavam a comunicação em suas atividades transformavam-se em ativistas da área empunhando uma bandeira de lutas para mudança do quadro pois reconheciam neste sistema de comunicação "uma força inibidora da plena expressão do povo brasileiro", de acordo com Santoro, citado por Cabral (2006).

Cabral (2006) refere-se a uma questão complexa que tomava corpo: ele diz que "Nesse contexto, o discurso pela democratização da comunicação tomava força, confundindo-se com a democratização dos meios de comunicação. Uma sutil diferença, mas muito representativa, já que implica numa atitude diferenciada por parte das comunidades e demais ativistas." E complementa afirmando que a princípio havia um entendimento de que, "para democratizar a comunicação, era necessária a existência de meios de comunicação democráticos."

Na década de 80 ocorreu a criação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação - FNDC, quando houve o entendimento de que era preciso "democratizar a comunicação para democratizar a sociedade", que caracterizou um período em que o movimento de comunicação no Brasil concentrou os esforços para que fossem aprovadas leis mais democráticas "para o desen-

volvimento de ações de incentivo à produção por parte da sociedade civil - especialmente as rádios comunitárias e os canais comunitários de TV a Cabo - a partir de um amparo institucional (não mais as rádios e tvs livres e/ou piratas!)" cuja conquista ocorreu após "sucessivas gestões junto ao governo e aos empresários." (CABRAL, 2006) É importante registrar que o FNDC 'se desmantelou', mais tarde, em razão de vários fatores, mas especialmente pela enorme distância existente entre o interesse e o conhecimento acumulado pelos seus ideólogos e as necessidades dos grupos e movimentos sociais.

Nesse contexto do final da década de 80, o grande desafio para a sociedade civil, passou a ser a democratização da posse, acesso e produção da comunicação tendo em vista os espaços conquistados, onde grupos buscaram soluções específicas com base nas Leis existentes (Radiodifusão de Baixa Potência e de Cabodifusão). Cabral (2006) reporta ainda que:

"Os grupos originários deste período e os que continuam sobrevivendo apesar das condições limitadas de sustentação dos veículos existentes em todo o país, atualmente se articulam em torno da comunicação como atividade-fim são basicamente produtores e/ou usuários das rádios comunitárias e canais comunitários de TV a Cabo. "

Peruzzo (2003, p. 245) afirma que para alguns dos ideólogos do movimento pela democratização dos meios de comunicação, participantes do universo acadêmico, diante da situação encontrada e da crise ocorrida diante do vigor do processo de globalização

"não fazia mais sentido falar de comunicação popular e comunitária", posição da qual discorda.

Contraopondo-se a esta posição Peruzzo (2003) coloca em seu artigo que a comunicação comunitária se "revela revigorada e em múltiplas feições", tendo em vista os complexos processos das relações sociais, que perpassam os interesses globais de pessoas e instituições, dirigindo-se àquilo que lhe está próximo: a vida da vila, do bairro, da cidade onde moram ou estão situadas. A autora coloca que ocorre porém que:

"A comunicação comunitária acaba por se revelar um fenômeno complexo, pois não tem a visibilidade amplificada como é a da grande mídia, além de poder ser compreendida de diferentes maneiras. Em suma, diferentes manifestações de comunicação que ocorrem em nível local são colocadas indiscriminadamente sob o rótulo de comunitárias, o que acaba por gerar distorções na compreensão do fenômeno."

Tendo como base Peruzzo e os demais autores consultados, entendemos que é importante esclarecer o que é comunidade, ou seja o pressuposto de que ela se constitui de um grupo cujos membros tenham uma proximidade, que pode ser geográfica ou não, marcada pelo sentimento de pertença, identidade e interesses comuns. A partir desta colocação Peruzzo (2003, pag.246) conceitua: "comunicação comunitária diz respeito a um processo comunicativo que requer o envolvimento das pessoas de uma 'comunidade', não apenas como receptoras de mensagens, mas como protagonistas dos conteúdos e da gestão dos meios de comunicação."

A própria autora ressalta que este não é o único conceito e nem a única forma de fazer comunicação comunitária. Tendo em vista as mudanças sociais e a ocorrência de uma comunicação diferenciada em nível da sociedade civil, especialmente nos movimentos gerados a partir do envolvimento no seio das camadas subalternas da população ou a ela ligados de modo orgânico, vem ocorrendo uma prática cotidiana voltada para os interesses e as necessidades dos próprios grupos de pertencimento ou de participação de movimentos sociais mais amplos que contribuem para a elaboração das culturas populares e a formação para a cidadania.

Segundo Abranches (1985, p. 9), "A cidadania refletia a integração do indivíduo à coletividade política". Historicamente, dependendo do período e do lugar, só uma parcela da população pode exercer plenamente a cidadania."

Marshall (1967, p. 63-64), afirma que "a cidadania incorpora três tipos de direitos: os civis (direitos necessários à liberdade individual: liberdade de ir e vir, liberdade de expressão, pensamento e fé, o direito à propriedade e o direito à justiça.), os políticos (o direito dos indivíduos de participar do exercício do poder, como membros de um organismo investido de autoridade política ou como eleitores de tais membros) e os sociais (refere a tudo o que vai do direito a um mínimo de bem-estar econômico e segurança ao direito de participar na herança social e levar a vida de um ser civilizado de acordo com os padrões que prevalecem na sociedade)."

Do exposto entendemos que o cidadão tem direitos e deveres, a cidadania é histórica (varia no tempo, no espaço e no contexto vivido), é uma conquista do povo e as for-

mas de participação são decorrentes do tipo de sociedade política em que se vive e não encerra suas dimensões nas questões da liberdade individual e da participação política, incluindo também os direitos sociais e coletivos.

2 Comunicação Comunitária, Cidadania, resgate da Cultura e Construção da Identidade

A comunicação popular e comunitária vão se vincular em geral aos movimentos e manifestações reivindicatórios, sindicais e libertários, em prol da justiça social. Tal conhecimento encontra reforço em teóricos como Peruzzo (1999., pag. 64), que diz que "nas democracias mais avançadas, o cidadão depois de ter conquistado o direito de participação política, percebeu que esta se insere num âmbito mais amplo, o da sociedade em seu conjunto", e Bergher (1989, pag. 19), que afirma:

"O estudo da comunicação popular redefiniu os marcos da problemática da comunicação: durante muito tempo, falar de comunicação significou falar de meios, canais, mensagens. Agora falar de comunicação popular implica falar de cultura, de relação. E necessita para tanto, da interdisciplinaridade em seu sentido mais profundo [...] A redefinição do popular permitiu pensar a diversidade e a pluralidade e revalorizar a relação entre comunicação de massa e comunicação popular."

Aqui, no entanto, aparece em função dos meios de comunicação de massa, a padronização de bens, serviços e da própria cul-

tura, em forma de mensagens padronizadas e em série. Esses meios de comunicação de massa, segundo Caparelli (1947) tornam-se intermediações pedagógicas do poder, que buscam criar uma 'consciência feliz' de que este sistema é um grande 'padrasto protetor'.

Bordenave, citando Ramos (2001, pag.31) afirma que a personalidade dos indivíduos é um produto social, gerado pela interação com as demais pessoas, onde ocorre a utilização de símbolos significativos presentes em sua cultura, que permitem apropriações mútuas das atitudes, que ocorre por meio da comunicação e na comunicação. Essa afirmação encontra reforço em Barros (1997, pag.30), que coloca:

"Torna-se cada vez mais aceita a noção de que a formação cultural dos seres humanos nas sociedades contemporâneas passa muito pelas intermediações do cotidiano marcadas por um contexto de complexidade. Intermediações que ocorrem através da comunicação interpessoal, grupal e massiva e que se ampliam com a incrementação de novas tecnologias"

Para que se possa entender a importância desse processo, de intermediações é importante entender a relação existente entre cultura, personalidade e identidade, assim é importante explicitar o entendimento de cada um desses elementos e sua importância no processo de socialização.

Com base em Eliot (1997) e Geertz (1997), entende-se que a cultura é própria dos homens e assume diferentes abordagens e perspectivas, "o modo de vida global de um povo", "uma forma de pensar, sentir e acreditar", "uma abstração do comportamento", "comportamento aprendido", "um

mecanismo para a regulamentação normativa do comportamento". É aprendida - acontece num processo de transmissão dos mais velhos aos mais novos, à medida que estes estão tomando lugar na sociedade, ou da interação de indivíduos de um mesmo grupo social, podendo ser entendida como manifestações espontâneas de um determinado grupo social que, uma vez incorporadas caracteriza os demais.

A cultura, para os cientistas sociais refere-se ao modo de vida de um povo, em toda a sua extensão e complexidade. Um conceito que procura designar uma estrutura social no campo das idéias, das crenças, costumes, artes, linguagem, moral, direito, leis, etc., e que se traduz nas formas de agir, sentir e pensar de uma coletividade que aprende, inova e renova o seu próprio modo de criar as coisas, numa dinâmica de constantes transformações.

Cultura Popular é a que origina-se do cotidiano, da vida das pessoas, fortalecendo-se quando possibilita a identificação dos elementos que a compõe como constituintes do grupamento, para tanto, os valores, as crenças e o modo de vida são fundamentais. Muitas das manifestações geralmente associadas à cultura popular são comuns a todos os povos: histórias transmitidas de forma oral (contos, lendas, mitos), danças, músicas, cozinha e festas. A cultura é um processo de construção e transformação e se reflete diretamente no imaginário popular.

Bock (1995, pag. 114) diz que personalidade é um termo controvertido, pois é muito utilizado pelo senso comum, com diferentes enfoques. Para a autora, "personalidade refere-se ao modo relativamente constante e peculiar de perceber, pensar, sentir e agir do indivíduo. A definição tende a ser

ampla e acaba por incluir habilidades, atitudes, crenças, emoções, desejos, o modo de comportar-se e, inclusive, os aspectos físicos do indivíduo".

A definição de personalidade engloba também o modo como todos esses aspectos se integram, se organizam, conferindo identidade e singularidade ao indivíduo. Para Bock, personalidade e identidade estão intimamente relacionadas e ela coloca que:

"Identidade é a denominação dada às representações e sentimentos que o indivíduo desenvolve a respeito de si próprio, a partir do conjunto de suas vivências. A identidade é a síntese pessoal sobre o si-mesmo, incluindo dados pessoais (cor, sexo, idade), biografia (trajetória pessoal), atributos que os outros lhe conferem, permitindo uma representação a respeito de si. Este conceito supera a compreensão do homem enquanto conjunto de papéis, de valores, de habilidades, atitudes, etc., pois compreende todos estes aspectos integrados - o homem como totalidade - e busca captar a singularidade do indivíduo, produzida no confronto com o outro. A mudança nas situações sociais, a mudança na história de vida e nas relações sociais, determinam um processar contínuo na definição de si mesmo, fazendo com que sua identidade deixe de ser algo pronto, acabado, para ser um processo de representação de seu "estar sendo" no mundo. (BOCK: 1995, pag. 136)

A partir da identidade, ocorre o processo que a Psicologia Social denominou de socialização, que é o processo de internalização (apropriação) do mundo social, com suas

normas, valores, modos de representar os objetos e situações que compõem a realidade objetiva; é o processo de constituição de uma realidade subjetiva, que se forma a partir das primeiras relações do indivíduo com o meio social, quando o indivíduo torna-se membro de um determinado conjunto social, aprendendo seus códigos, suas normas e regras básicas de relacionamento, apropriando-se do conjunto de conhecimentos já sistematizados e acumulados pelo grupo que o compõe. Recebe seu legado histórico que vai da compreensão das relações sociais, aos mecanismos da estrutura do poder: entender o contexto político, os assuntos públicos do contexto geográfico do grupo (município, estado, país), conhecer os direitos da pessoa humana e as questões relativas à cidadania e ser capaz de discutir os problemas locais, que estão próximos, no seu entorno.

Clarificando então as questões relativas a que é comunicação, estendendo esse entendimento para a comunicação comunitária e percebendo sua influência na cultura e na construção da identidade dos seres humanos, podemos falar de sua importância e de seu valor social. Fica clara a necessidade da educação voltada para a inserção das pessoas num processo de comunicação como fator preponderante de integração ética e social e, sobretudo, como processo de transformação da própria sociedade, como possibilidade de exercício, na sua plenitude, das potencialidades de cada indivíduo em que a cultura é a possibilidade de poder trabalhar com as igualdades e com diferenças; respeitar e cultivar as diversidades, em uma constante troca de aprendizado e experiências, valorizando as pessoas e estimulando o exercício da cidadania.

Esta posição é reforçada por Neumann (1991, pag. 12) quando aborda a perspectiva de atuação de nas comunidades, pensando a comunicação comunitária e o desenvolvimento de instrumentos de comunicação alternativos que se opõe aos meios de comunicação de massa e ao modelo vertical de comunicação e diz que "são veículos feitos pela comunidade e para a comunidade, com função de informar e resgatar o verdadeiro espírito comunitário de solidariedade, ajuda mútua, organização, participação e luta por objetivos comuns."

3 Apresentação dos projetos: jornais comunitários e ponto de cultura

Este trabalho nasceu da necessidade de, em primeiro lugar entender a comunicação comunitária, sua abrangência e sua importância e de experimentar ainda na universidade esta realidade. Envolve a pesquisa bibliográfica e relatos de estudos de casos de experiências de comunicação popular/comunitária participativa (jornais Folha da Princesa e O Pescador) e em observação participante junto a movimentos populares (ponto de cultura Chibarro - Mix Cultural) na cidade de Pelotas, no Rio Grande do Sul.

A idéia de praticar o jornalismo comunitário, segundo Santos (2003) partiu da necessidade de os alunos trabalharem com fatos reais, colocando em prática o conteúdo estudado em sala de aula, oportunidade em que o professor da disciplina de Redação em Jornalismo inovou, fugindo das atividades tradicionais e propondo uma experiência inovadora. Santos, cita Sanguiné (2003, pag. 36):

"Decidiu-se então criar um jornal em um

bairro periférico de Pelotas, um veículo voltado para os interesses dos moradores, que teriam participação direta, ou seja, sugerindo pautas, ou criticando, e até mesmo escrevendo textos. Enfim, seriam os próprios moradores determinando os rumos do novo veículo."

O projeto dos jornais comunitários passou a ser trabalhado em agosto de 2000, com o jornal Folha da Princesa e nascia, segundo Santos (2003) com dois objetivos básicos: o de levar a uma comunidade periférica um veículo de comunicação próprio, elaborado a partir das idéias apresentadas pela comunidade e no qual as pessoas participassem ativamente de um processo comunicativo, e o de aspecto pedagógico - criar um espaço onde os alunos envolvidos no projeto, praticassem a futura profissão, conhecendo de perto a realidade social que os aguarda na vida profissional.

Santos (2003, pag. 37), coloca: "Então passou-se a estudar sobre jornalismo comunitário, em que o caráter local e a proposta de inclusão social estivessem presentes em todas as etapas do processo comunicativo."

O passo seguinte foi a escolha da localidade em que se desenvolveria o projeto, onde inúmeras sugestões foram dadas, mas a escolha recaiu sobre a Vila Princesa, por se constituir em um "foco visível da exclusão social, como reflexo de um sistema injusto e concentrador preente em boa parte das cidades brasileiras".

A Vila Princesa localiza-se próxima à BR 116, a 16 km do centro urbano de Pelotas e tem características marcantes por apresentar aspectos urbanos e rurais, e por isso tem identidade própria, tem lideranças comunitárias fortes, os moradores são unidos e exis-

tem grupos que desenvolvem trabalhos sociais em prol da comunidade. Sua população é bastante grande: cerca de seis mil moradores, distribuídos em suas mais de 20 ruas. A maioria dos habitantes é formada por ex-pequenos agricultores, oriundo em sua maior parte da colônia que se mudaram para lá com o sonho de uma vida melhor.

Neste caso, segundo Santos (2003, pag. 38) "a criação de um veículo de comunicação próprio para a Vila, buscava atender a necessidade básica do ser humano, que é a informação e a possibilidade de comunicação. [...] a comunidade passaria a ter um veículo de comunicação voltado para seus interesses, elaborado a partir de critérios definidos com a participação dos próprios moradores".

Foram realizadas visitas às lideranças da Vila Princesa e foi realizada uma pesquisa informal no local para verificar a aceitação da comunidade que se mostrou muito positiva.

Surge então um jornal tablóide, de oito páginas, com uma tiragem de dois exemplares, de distribuição gratuita, custeado por um projeto de extensão ligado à Coordenadoria de Comunidade e Extensão da Universidade Católica de Pelotas. De início poucos acreditavam na continuidade do trabalho, porém houve um engajamento muito grande estudantes de jornalismo, aos quais foram acrescentados os de relações públicas, e dos próprios moradores. Assim em 2001, no seu primeiro aniversário a atividades de comunicação comunitária se consolidava na Vila Princesa.

Em seguida outros grupos de estudantes motivados pelos resultados encontrados passaram a buscar um outro local onde pudesse ser desenvolvido novo projeto na área. Depois de muitas pesquisas foi escolhida a

Colônia Z3 de Pescadores, região com características similares a Vila Princesa, apenas com a diferença de que seus moradores dedicam-se maciçamente a atividade da pesca.

É a vez do jornal "O Pescador", que traz com proposta similar à da Folha da Princesa e também ocorre a adesão da comunidade, especialmente através de suas lideranças.

Com o desenvolvimento contínuo das atividades vão sendo firmadas parcerias e convênios com entidades locais que não só participam dos projetos, mas vão beneficiar a comunidade como um todo. Entre os parceiros se encontram muitos outros cursos da Universidade Católica de Pelotas (Educação, Psicologia, Medicina, Direito e Serviço Social, entre outros), o Lions Clube, SENAC e a Universidade Federal - esta através dos cursos de Educação Física, Instituto de Letras e Artes e Arquitetura. Estes projetos vão sendo desenvolvidos a partir das necessidades reais da comunidade e vão ganhando corpo, credibilidade e se tornando permanentes.

Muitos acadêmicos participaram e participam do projeto, que se mantém até o momento, e por isso começa a se legitimar no tempo. É certo que se o projeto influenciou na vida das comunidades, muito mais na vida dos acadêmicos, permitindo uma maior consciência social e seu engajamento na luta pela cidadania.

Os jornais fazem parte da vida das comunidades e da sua cultura, buscando interagir e ao mesmo preservar, as mudanças que ocorrem, ocorrem a partir das vivências dos sujeitos envolvidos.

O ponto de cultura estudado foi escolhido por estar sendo desenvolvido também em Pelotas e por trabalhar a cultura como fator de

resgate de identidades, interação social de comunidades e cidadania, e a partir daí trabalhar com a comunicação comunitária.

A Universidade Federal de Pelotas (UF-Pel), há oito anos, vem agregando projetos de intervenção sociocultural voltados às populações mais carentes da sociedade, através das atividades de uma incubadora.. É um projeto diferente dos jornais comunitários, mas está envolvido com a identidade cultural da população, com sua identidade e em consequência, com diferentes formas de comunicação comunitária.

Em 2004, com recursos do Ministério da Cultura, através do Programa Cultura Viva (Edital Número 01, de 16 de julho de 2004, Secretaria de Programa e Projetos Culturais), a marca Chibarro Mix Cultural ganha impulso, consolida-se e torna-se uma verdadeira rede solidária, um Ponto de Cultura, integrado por profissionais de diferentes áreas do conhecimento, professores e estudantes universitários, lideranças comunitárias, jovens agentes do programa Cultura Viva e artistas de rua. Todos atuam unidos pelo interesse comum da preservação, do fomento e da democratização de manifestações artísticas populares. A incubadora Chibarro articula extensão universitária, produção cultural solidária, formação e capacitação, criação cênica, música, jornalismo comunitário, geração de trabalho e renda, memória e comunicação social.

Sua política cultural legitima-se por ações voltadas essencialmente à inclusão social. Um de seus princípios é o diálogo permanente com movimentos sociais organizados, órgãos públicos e iniciativa privada. Chibarro significa mestiço. Significa respeito às diferenças étnicas, de gênero, religiosas, de opção sexual.

O Ponto de Cultura tem como objetivo promover ações de caráter social que potencializem o exercício da cultura popular brasileira como cidadania e protagonismo social. Entre suas principais atividades destacam-se as aulas e oficinas para comunidades da periferia (empreendedorismo cultural, dança, música, cultura digital, percussão, futebol, graffiti e produção audiovisual), promoção e organização de eventos científicos, artísticos e culturais, ensaios sistemáticos dos grupos, participação em congressos e seminários acadêmicos, concursos artísticos, festividades comemorativas.

A sede do Chibarro está situada no calçadão de Pelotas (Prédio histórico da UFPel), onde está localizada a Sala Multiusos (Utilizada para ensaios, oficinas, exposições, reuniões e atividades administrativas) e a Sala Mix (Bazar Mix e Sala de Cinema, integrados). Na Escola Superior de Educação Física – ESEF (UFPel) está instalado o Laboratório Multimídia – Projeto Inclusão Digital, o Centro de Memória e a Sede Administrativa. Mas as atividades cotidianas desenvolvidas pelos agentes culturais também acontecem no Museu Etnográfico da Colônia Maciel, instituições assistenciais e escolas públicas. Concebida como uma política inclusiva, a incubadora reúne iniciativas a partir de dois critérios — reconhecido mérito artístico e de intervenção social — disponibilizando espaços, estruturas, laboratórios, o trabalho intelectual de pesquisadores, bolsistas de iniciação científica, organizando a memória dessas práticas, disputando financiamentos públicos e privados, socializando o conhecimento construído em eventos locais, regionais, nacionais e internacionais de caráter científico e artístico.

Nesse sentido, a rede também se coloca

como uma espécie de produtora cultural de caráter solidário e envolve comunidades que pertencem às camadas populares da periferia urbana, da colônia de pesca Z-3 e da colônia italiana de Pelotas/RS. Atualmente atinge uma população, direta e indiretamente vinculada ao Ponto de Cultura, de trinta mil pessoas.

O projeto Chibarro tem o apoio da Universidade Federal de Pelotas (Escola Superior de Educação Física e Pró-Reitoria de Extensão e Cultura), Ministério da Cultura (Secretaria de Programa e Projetos Culturais), Ministério das Comunicações (Programa de Inclusão Digital) e Ministério do Trabalho e Emprego (Programa 1º Emprego).

Através do projeto são desenvolvidas diferentes atividades envolvendo comunidades carentes da periferia da cidade, criando algumas a partir de suas necessidades e apoiando outras já existentes, de maneira que possa continuar preservando a cultura e a identidade de seus componentes. São desenvolvidas oficinas permanentes de Hip-hop; oficinas de organização de arquivo e memória das práticas corporais esportivas da cidade; confecção de acervo; publicação, organização da memória oral, escrita e imagética dos parceiros da Rede Chibarro; Escolinha de iniciação ao futebol e espaço de sociabilidade para crianças e jovens de periferia; o Grupo Experimental Chibarro consiste num trabalho de experimentação cênica que integra as diversas experiências artísticas da rede, envolvendo teatro, dança de rua, música, Hip-Hop, dança afro, performance, ginástica olímpica, graffiti e dança contemporânea., oficinas de formação, pesquisa, ensaios, apresentações em escolas públicas, universidades e entidades assistenciais; Museu Etnográfico da Colônia Maciel.;

que consiste num trabalho de Extensão e Pesquisa em educação patrimonial e ambiental, organização de acervo;

O projeto inclui ainda Iniciativas Culturais da comunidade, que incluem a Banda União Democrata, que foi a primeira banda popular do Brasil em atividade, promovendo apresentações públicas, oficinas permanentes e cursos de curta duração em escolas e instituições assistenciais; além de seminários, amostras, exposições, pesquisa, memória; Grupo de Dança Piratas de Rua; a Banda Consciência Negra Rappers - promove apresentações de musicais de Rap, intervenções na comunidade do bairro Dunas, oficinas de formação na sede, em escolas, entidades assistenciais e na incubadora Dunas, além da organização de eventos populares e comunitários; a ONG Odara se constitui num Centro de Ação Social, Cultura e Educacional, onde o foco está na dança afro, com atividades similares as dos outros grupos.

Os parceiros Universidade Católica de Pelotas – Escola de Comunicação Social, promovem ações de Jornalismo Comunitário: “Cidadania é sempre manchete” e o Ponto de Cultura: “Inclusão Digital”, que é um trabalho de digitalização de acervo de memória do teatro Sete de Abril, Colônia de Pesca Z3, Museu da Baronesa além de promover oficinas de cultura digital; e a Prefeitura Municipal de Pelotas - Secretaria de Saúde, que desenvolve o RETRATE: Oficinas de Geração de Trabalho e Renda que consiste num trabalho terapêutico ocupacional em Saúde Mental desenvolvido com pacientes usuários do SUS, com oficinas de reciclagem; exposições; participação em feiras de artesanato locais.

A coordenadora do Projeto Chibarro é a Prof^a. Dr^a. Eliane Ribeiro Pardo e o Pro-

dutor Cultural envolvido é o Prof. Augusto Luis M. Amaral, os quais dirigem uma comissão executiva que compreende professores, alunos e componentes dos grupos do projeto e representantes das comunidades.

4 Resultados

Uma questão que se coloca, é que através dos projetos acadêmicos e comunitários estudados muitas coisas mudaram nas comunidades envolvidas, especialmente no sentido de valorizar e resgatar sua identidade e exercer sua cidadania, porque seus participantes e seus moradores se tornaram agentes vivos do processo. Esta é uma questão importante que acontece nos movimentos sociais, na inserção das pessoas num processo de comunicação comunitária, num processo de educação para a cidadania.

As comunidades e os grupos se apercebem de que podem tornar-se sujeitos do seu processo de conhecimento, e onde a educação acontece através do resgate de suas culturas e de sua identidade, de seu engajamento em atividades concretas, através das quais surgem novas relações de sociabilidade que o ambiente permite que sejam construídas. Este processo de organização popular traduz-se num elemento importante na construção de uma sociedade mais justa, em que as atividades desenvolvidas facilitam a valorização das identidades e raízes culturais, abrindo espaço para manifestações dos saberes e da cultura da população, numa perspectiva de comunicação horizontal e participativa, em que cada participante seja agente dos diferentes processos do resgate da cidadania

Peruzzo (2002) afirma que:

"Os meios de comunicação comunitários/populares – nem todos obviamente – têm assim o potencial de ser, ao mesmo tempo, parte de um processo de organização popular e canais carregados de conteúdos informacionais e culturais, além de possibilitarem a prática da participação direta nos mecanismos de planejamento, produção e gestão. Contribuem, portanto, duplamente para a construção da cidadania."

Como aprendizado de cunho pessoal o estudo realizado, além de clarear os conceitos, mostrou ser possível um processo comunicativo integrado, partindo de cada um de seus elementos, da participação direta de cada um, cumprindo com os objetivos propostos, tanto os pedagógicos quanto os sociais e se constitui cada vez mais um campo do fazer acadêmico e pessoal que permite aos estudantes o tornarem-se cidadãos e oportunizar que as comunidades, os diferentes grupos nelas presentes resgatem suas culturas e identidades e as universidades, através de seu fazer na educação e da extensão universitária, cumpram seu papel social..

5 Bibliografia

- ABRANCHES, Sérgio H. *Nem cidadãos sem seres livres: o dilema político do indivíduo na ordem liberal-democrática*. Dados - Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: IUPERJ, n. 28, p. 5, 25, 1985.
- BAIRON, Sérgio. *Hipermídia Psicanálise e História da Cultura*. São Paulo: Editora Mackenzie, 2000.
- BARROS, Laan Mendes de. *Comunicação e educação numa perspectiva plural e dialética*. Nexos – Revista de Estudos de Educação e Comunicação. São Paulo: Univ. Anhembi-Morumbi, p.19-38, 2o. sem. 1997.
- BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez, 1980.
- BELTRÁN, Luis R. *Adeus a Aristóteles: Comunicação Horizontal*. Rio de Janeiro: Vozes, 1986.
- BERGER, Christa. *A comunicação emergente: popular e / ou alternativa no Brasil*. São Paulo: Summus, 1989.
- BORDENAVE, Juan E Dias. *Além dos meios e mensagens*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- ELIOT, T. S. *Notas para uma definição de cultura*. São Paulo: Editora Perspectiva S.A., 1988.
- FAUDEZ, Antônio. *Educação, desenvolvimento e cultura*. São Paulo: Cortez, 1994.
- FEATHERSTONE, Mike. *O desmanche da cultura*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- GOHN, Maria da Glória. *Teoria dos Movimentos Sociais*. São Paulo: Editora Loyola, 1997.
- GOMES, Pedro. G. *Tópicos da Teoria da Comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 1997.

- KOVARICK, Adriana Coelho Borges. *Tendências na comunicação 3*. Porto Alegre: L&PM Editores S/A e RBS, 2000.
- MARSHALL, T.H. *Cidadania, classe social e status*. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- PERUZZO, Cecilia Krohling. *Comunicação nos Movimentos Populares*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1999.
- PERUZZO, Cecilia Krohling. *Comunicação para a Cidadania*. São Paulo: Intercom, 2003.
- PIMENTA, Marcelo. *Tendências na Comunicação 2*. Porto Alegre: L&PM Editores S/A e RBS, 1999.
- SANTOS, Marcela Martins. *Folha da Princesa: Cidadania é sempre manchete*. Trabalho de Conclusão de Curso - Escola de Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas, 2003.
- THOMPSON, J.B. *Ideologia e Cultura Moderna*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- WEY, Hebe. *O processo de Relações Públicas*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1986. (col. Novas busca em comunicação: v.1)
- <http://www.comunicacao.pro.br/artcon/comcom.htm> – acessado em março de 2006
- PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. *PCLA - Volume 4 - N° 1*: out/nov / dez 2002. <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos> – acesso em março de 2006.

Artigos

- CABRAL, Adilson. *Comunicação Comunitária no Século XXI*. Professor da Universidade Estácio de Sá- RJ. Mestre e Doutorando em Comunicação Social pela UMESP. Consultado em