

Ilka Goldschmidt
Mariângela Torrescasana
(Orgs.)

Mídia e cidadania

complexidade, impasses
e desafios

MÍDIA E CIDADANIA
complexidade, impasses
e desafios



Ilka Goldschmidt
Mariângela Torrescasana
(Orgs.)

MÍDIA E CIDADANIA
complexidade, impasses
e desafios


ARGOS
Editora da UnoChapecó
Chapecó, 2018



Reitoria

Reitor: Claudio Alcides Jacoski

Pró-Reitora de Graduação e Vice-Reitora: Silvana Muraro Wildner

Pró-Reitor de Pesquisa, Extensão, Inovação e Pós-Graduação: Leonel Piovezana

Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento: Márcio da Paixão Rodrigues

Pró-Reitor de Administração: José Alexandre de Toni

Diretor de Pesquisa e Pós-Graduação *Stricto Sensu*: Claudio Machado Maia

Este livro ou parte dele não podem ser reproduzidos por qualquer meio sem autorização escrita do Editor.

M627 Mídia e cidadania: complexidade, impasses e desafios
Ilka Goldschmidt, Mariângela Torrescasana (Orgs.). --
Chapecó, SC : Argos, 2018.
SC : Argos, 2018.
294 p. : PDF [e-Book]. -- (Perspectivas, n. 23)

Inclui bibliografias
ISBN 978-85-7897-298-1

1. Meios de Comunicação. 2. Tecnologia e cidadania.
3. Inclusão cibernética. 4. Transformação tecnocultural.
I. Goldschmidt, Ilka. II. Torrescasana, Mariângela Alves
Storniolo. III. Título

CDD: Ed. 23 -- 302.230981

Catálogo elaborado por Roseli A. Teixeira CRB 14/631
Biblioteca Central da UnoChapecó



Todos os direitos reservados à Argos Editora da UnoChapecó

Servidão Anjo da Guarda, 295-D – Bairro Efapi – Chapecó (SC) – 89809-900 – Caixa Postal 1141
(49) 3321 8218 – argos@unochapeco.edu.br – www.unochapeco.edu.br/argos

Coordenadora: Rosane Natalina Meneghetti Silveira

Conselho Editorial

Titulares: Rodrigo Barichello (presidente), Arlene Anélia Renk (vice-presidente),
Rosane Natalina Meneghetti Silveira, Cesar da Silva Camargo, Giana Vargas Mores,
Clodoaldo Antônio de Sá, Ivo Dickmann, Gustavo Lopes Colpani, Claudio Machado Maia,
Hilario Junior dos Santos, Leonel Piovezana.

Suplentes: Maria Assunta Busato, Rodrigo Oliveira de Oliveira, Rosana Maria Badalotti,
Josiane Maria Muneron de Mello, Reginaldo Pereira, Idir Canzi.

SUMÁRIO

| clique no título para acessar o artigo |

Apresentação

Ilka Goldschmidt

Mariângela Torrescasana

Prefácio

Raquel Paiva

PARTE I

Movimentos sociais e mídias comunitárias

A implantação de uma rádio escolar na rede pública de Chapecó: contribuições e limites

Danilo Alves Balen

Mariângela Torrescasana

Aline Dilkin

Expressões da democratização dos meios de comunicação e da sociedade na experiência da Rádio Comunitária de Quilombo

Vinicius Scalcon

Ilka Goldschmidt

O contrato de leitura do Jornal *Folha do Bairro*

Cássio Dal’Ponte

Mariângela Torrescasana

SUMÁRIO

| clique no título para acessar o artigo |

O desenho do Movimento das Mulheres Camponesas esboçado no campo midiático

Angélica Dezem

Mariângela Torrescasana

Mulher cidadã: um estudo sobre o consumo midiático entre integrantes do MMC/SC

Ana Carolina de Assis Marinho da Silva

Valéria Marcondes

PARTE II

Tecnologia e cidadania

A recepção do documentário “Carne e Osso” – trabalhadores se veem personagens

Mirian Cruz

Ilka Goldschmidt

O olhar além das telas: o adolescente como receptor audiovisual

Daniel Mendes Moreira

Ilka Goldschmidt

SUMÁRIO

| [clique no título para acessar o artigo](#) |

Apontamentos sobre a experiência de uma oficina de produção audiovisual organizada pelo projeto Cine Uno Itinerante

Carolina Boufleuer Florêncio

Daniela da Silva

Dafne Reis Pedroso da Silva

A fotografia e sua interface com a comunicação alternativa: uma reflexão sobre a produção do “Imagens do Povo”

Angélica Lüersen

Kaehryan Fauth

Suellen Santin

Inclusão cibernocial: a relação dos idosos chapecoenses com a internet

Ana Paula Bourscheid

Mariângela Torrescasana

PARTE III

Reflexão teórico-metodológica

A comunidade do afeto: novas formas de comunitarismo e de comunicação alternativa

Raquel Paiva

Marcello Gabbay

SUMÁRIO

| [clique no título para acessar o artigo](#) |

Transmetodologia, cidadania comunicativa e transformação tecnocultural

A. Efendy Maldonado G.

Reflexões sobre a formação de iniciação científica em perspectiva cidadã

Jiani Adriana Bonin

Sobre os autores

Créditos

Apresentação

Esta coletânea de artigos e relatos sobre experiências de Mídia Cidadã é fruto de projetos de pesquisa e de extensão, desenvolvidos na Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), entre os anos de 2010 e 2015. Um sonho que começou há mais de uma década e que foi, aos poucos, reunindo professores e estudantes em torno do estudo da mídia cidadã, um conceito ainda pouco utilizado e muitas vezes ignorado por profissionais da comunicação e até mesmo por pesquisadores. A ideia aqui é contribuir para a compreensão de uma mídia mais inclusiva e da sua aplicabilidade.

Em 2010 foi formalizada a criação do Núcleo de Extensão em Comunicação na Unochapecó, com o propósito de desenvolver ações entre comunicação, cultura, educação e cidadania, facilitando o acesso e a compreensão da informação, a apropriação e o uso das ferramentas de comunicação pelos movimentos populares, comunitários e educacionais, considerando suas repercussões em espaços da comunicação grupal e dos meios massivos e não massivos de comunicação. Embora esse núcleo não tenha existido por muito tempo, ele referendou ações de extensão desenvolvidas pelos projetos “Documentário e Comunidade – uma história que vai virar filme” e “Rádio Escolar e Cidadã”.

Determinadas a trabalhar efetivamente com a tão desejada tríplice – ensino, pesquisa e extensão –, no mesmo ano desenvolvemos um projeto de pesquisa de longa duração para aprofundar o conceito de Mídia Cidadã e compreender as experiências que ocorriam de maneira isolada ou não. A aprovação do projeto “Mídia e Cidadania: complexidade e desafios” reuniu outros professores e estudantes de Comunicação com a intenção de avançar nos estudos e reflexões a respeito da relação comunicação e cidadania, historicamente discutida, mas pouco analisada, a partir de práticas concretas. Durante cinco anos, foram investigadas as distorções e aproximações em torno do conceito de mídia cidadã, partindo de experiências regionais. Experiências que contribuem para a construção de

alternativas de comunicação e outras que devem ser compreendidas no âmbito de suas atuações e propósitos a fim de perceber o quanto desvirtuam o conceito de mídia cidadã.

A aprovação do Núcleo de Pesquisa, no mesmo momento da constituição do Núcleo de Extensão, foi extremamente importante para o desenvolvimento das investigações e para a implementação dos projetos extensionistas. Os dois núcleos caminharam na perspectiva da ação e da reflexão, sintonizando ensino, pesquisa e extensão.

Passados oito anos, parte deste trabalho está compilada neste *e-book*. Os artigos aqui reunidos, resultados de pesquisas efetuadas por estudantes de graduação, sob a orientação de professores assinados pelo Núcleo de Iniciação Científica “Mídia e Cidadania”, foram apresentados e socializados em congressos da Intercom, nas conferências de Mídia Cidadã, em outros seminários nacionais e internacionais. Por esse motivo não são inéditos, o que creditamos como algo positivo já que atesta sua circulação para além dos espaços de discussão da comunidade científica e das bibliotecas setoriais. Ao publicá-los, possibilitamos a sistematização de análises e práticas valiosas, desenvolvidas por professores, alunos e beneficiários dos programas, que fizeram parte de um momento, de uma história. Também nos orgulha muito a participação de pesquisadores convidados para este *e-book*. Seus textos aprofundam a reflexão acerca do tema e elevam o valor científico desta publicação.

Para facilitar o acesso e interesse aos temas, dividimos esta publicação em partes. A primeira traz um conjunto de reflexões sobre os movimentos sociais e as mídias comunitárias. A segunda trabalha a tecnologia como instrumento e a serviço da cidadania, analisando o comportamento de diferentes públicos. E para fechar essa coletânea, renomados pesquisadores nacionais apresentam discussões propositivas que contribuem para o aprofundamento dos estudos em torno da mídia cidadã.

As primeiras páginas deste *e-book* abrem-se para análises de experiências de mídia comunitária: “A implantação de rádio escolar na rede pública de Chapecó: contribuições e limites”, um trabalho desenvolvido por Danilo Balen, Mariângela Torrescasana e Aline Dilkin; “Expressões da

democratização dos meios de comunicação e da sociedade na experiência da Rádio Comunitária de Quilombo”, texto de Vinicius Scalcon e Ilka Goldschmidt, que desvenda a história dessa implantação através do relato dos sujeitos que protagonizaram o fato; “O contrato de leitura do Jornal Folha do Bairro”, pesquisa desenvolvida por Cássio Dal’Ponte e Mariângela Torrescasana, sobre a primeira experiência de jornal de bairro em Chapecó. Na sequência, dois artigos problematizam questões ligadas aos movimentos sociais, com foco no Movimento das Mulheres Camponesas e sua relação com a mídia: “O desenho do Movimento das Mulheres Camponesas esboçado no campo midiático”, de autoria de Angélica Dezem e Mariângela Torrescasana; e “Mulheres camponesas e cidadania: um aporte teórico sobre o consumo midiático entre integrantes do MMC/SC”, de Ana Carolina de Assis Marinho da Silva e Valéria Marcondes.

Dois estudos sobre recepção de cinema mostram como a combinação da tecnologia a serviço da cidadania pode ajudar a entender e mudar percepções. Um deles, “A recepção do documentário Carne e Osso”, foi realizado pelas pesquisadoras Mirian Cruz e Ilka Goldschmidt. Aqui os trabalhadores das indústrias se veem personagens. O outro estudo, realizado com estudantes do ensino fundamental na recepção de filmes da Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis, resultou no texto “O Olhar além das telas: o adolescente como receptor audiovisual”, de Daniel Moreira e Ilka Goldschmidt.

Colaboram também, para as discussões nesse campo, mais três textos. O primeiro explora o projeto de extensão Cine Uno Itinerante no texto “Apontamentos sobre a experiência de uma oficina de produção audiovisual organizada pelo projeto Cine Uno Itinerante”, de Carolina Florêncio, Daniela da Silva e Dafne Reis Pedroso da Silva. O segundo, “A fotografia e sua interface com a comunicação alternativa: uma reflexão sobre a produção de Imagens do Povo”, de Angélica Lüersen, Kaehryan Fauth e Suellen Santin, analisa uma prática de comunicação alternativa carioca. E o terceiro trata da relação dos idosos chapecoenses e a internet, com o título “Inclusão Cibersocial”, de Ana Paula Bourscheid e Mariângela Torrescasana.

Na terceira parte desta coletânea encontram-se as contribuições dos convidados ilustres. Os pesquisadores propõem uma reflexão teórico-metodológica sobre os temas centrais deste livro. Raquel Paiva e Marcello Gabbay apresentam “A comunidade do afeto: novas formas de comunitarismo e de comunicação alternativa”; Efendy Maldonado, a “Transmetodologia, cidadania comunicativa e transformação tecnocultural”; e para encerrar, Jiani Bonin propõe “Reflexões sobre a formação de iniciação científica em perspectiva cidadã”.

Os resultados de estudos, pesquisas, análises, reflexões envolvendo a mídia cidadã, aqui revelados, demonstram o nosso compromisso com uma prática comunicacional mais horizontal, que tem a comunidade como grande protagonista. Isso remete para o caminho da democratização da comunicação, um ideal perseguido e defendido por todo o jornalista comprometido com o interesse público e com o fortalecimento da cidadania.

Boa leitura!

Ilka Goldschmidt
Mariângela Torrescasana
(Org.)

Prefácio

O mundo tem mudado de maneira vertiginosa, é o que indica o senso comum sobre os dias que estamos vivendo em qualquer lugar do mundo. E aparentemente as pessoas surpreendem-se com os fatos do dia a dia e ficam impressionadas com as notícias que a grande mídia reproduz incessantemente durante as 24 horas dos sete dias da semana, nos trinta dias do mês, nos 12 meses do ano. Com certeza muito esforço e recursos são despendidos para demonstrar o quanto estamos a cada dia piores como civilização e como seres humanos. É isso o que vemos diariamente, não é mesmo? Uma supermáquina existente no mundo inteiro a nos demonstrar o quanto somos incompetentes e incapazes de fazer com que o mundo possa dar certo e melhorar.

Mas será que isso é verdade mesmo? Será que o nosso dia a dia é algo perto do fim como nos demonstra a mídia? Será que não temos mais qualquer valor e que somos mesmo piores que os nossos ancestrais e não conseguimos fazer com que o nosso lugar seja melhor?

Quando vejo esforços como o do pessoal que está publicando este livro, com trabalhos práticos, exercícios quotidianos de partilha, alegro-me completamente. Essas pessoas, pesquisadores, ativistas, professores da área da comunicação nos demonstram com suas atuações justamente o contrário. Trazem-nos realidades e experiências em que a solidariedade é a marca e nos reforçam a crença de que sim, o trabalho coletivo diário pode mudar tudo.

Ler sobre a atuação de emissoras de rádio que estão para além desse cenário catastrofista e que produzem, como outros veículos aqui analisados, novas concepções de produção de notícia é um alento. Esses trabalhos são tão valiosos que ousa dizer que não deveriam ficar circunscritos ao círculo restritíssimo dos pesquisadores e professores de comunicação. Encontrar pessoas que estão preocupadas em apontar novas formas de registro da nossa história quotidiana e conseqüentemente formas ativas de atuação diária nos faz acreditar que certamente o mundo não tem ape-

nas essa versão sinistra de todos os nossos piores e mais negativos lados. Não! Lendo estes textos constatamos que a pesquisa na área da comunicação comunitária, comunicação vinculativa, comunicação alternativa, comunicação contra-hegemônica, outra comunicação, é possível. E mais, que só ela pode dar conta desse lado proativo e reativo do ser humano e das coletividades.

Por essa e outras tantas razões – pessoais, devo admitir, já que nesta edição reencontro com muita felicidade pesquisadores queridos que não abandonaram esse lado –, esta coletânea deve ser comemorada e lida com bastante atenção e afeto.

Parabéns a todos nós que temos nas mãos essas pesquisas nos apontando possibilidades de reversão.

Raquel Paiva
Setembro, 2018.

PARTE I

**Movimentos sociais
e mídias comunitárias**

A implantação de uma rádio escolar na rede pública de Chapecó: contribuições e limites

Danilo Alves Balen

Mariângela Torrescasana

Aline Dilkin

Introdução

O rádio consolidou-se como um rápido instrumento de comunicação, com destaque no meio informativo. Ao utilizar uma linguagem coloquial, simples, com frases curtas e diretas, que garantem a compreensão das mensagens transmitidas, como defende Ademar Almeida (2001), constitui-se em instrumento importante para o processo educacional. Ele assume a função de despertar nos alunos diferentes percepções (auditiva e visual), relacionando-as com as vivências de cada um em seu contexto social.

A pesquisa propôs analisar quais os impactos que a implantação de uma rádio escolar pode ter. Além disso, o estudo se apresenta como uma forma de complemento ao projeto de extensão Rádio Comunitária e Cidadã, que envolve acadêmicos do curso de Jornalismo da Unochapecó, e tem como objetivo ensinar a alunos de escolas públicas noções sobre a criação de uma rádio no ambiente escolar, promovendo a discussão sobre a democratização dos meios de comunicação, refletindo sobre os discursos mediados por esses meios e os benefícios que uma rádio escolar pode trazer ao ensino e à comunidade em geral.

Os resultados deste trabalho partem das respostas obtidas através de questionários mistos, aplicados a alunos e professores que passaram pelo processo de capacitação do projeto de extensão já citado. A partir de suas respostas, compreendemos as percepções dos sujeitos envolvidos e, posteriormente, procuramos, com base no referencial teórico que estudou a mídia e sua conexão com a educação – sobretudo as dificuldades dessa conexão, que ainda é um dos grandes desafios metodológicos da rede de ensino –, entender como o jovem relaciona-se com a mídia, enfatizando a era digital e a função do rádio na educação.

A mídia e sua conexão com a educação - a perspectiva da educomunicação

A mídia é vista como um meio que dissemina informações e que dá base para o conhecimento. Considerando isso, sua conexão com a educação é clara: enquanto uma prima pela informação, a outra oferece a base para que essa informação seja compreendida e relacionada a outros processos. É nesse sentido que José Manuel Moran (1993) afirma que a educação escolar necessita abrir espaço a temas relacionados aos meios de comunicação, como suas pautas e o debate crítico sobre elas.

A escola não deve viver em um mundo paralelo à sociedade e aos acontecimentos globais. Ela precisa manter uma estreita relação entre o que é assunto na mídia e o que é levado aos alunos em sala de aula. Assim, para Moran (1993), a escola deve educar para os meios, incorporando-os como um complemento do seu projeto pedagógico.

Assumpção (1999) também segue essa linha ao afirmar que os meios de comunicação não podem ser tratados de maneira separada de outro contexto. A inserção das mídias no universo dos educandos possibilita uma nova linguagem, a qual os professores também precisam incorporar e dominar. Além disso, agrega aos alunos o conhecimento de linguagens específicas, seja de rádio, televisão etc.

Os meios de comunicação social constituem uma segunda escola, uma escola paralela à convencional. Com sua linguagem subliminar e encanto, atraem e prendem a atenção, produzem e reproduzem linguagem e cultura [...]. A interconexão com as mídias pode conduzir o educando à aquisição do conhecimento, à reflexão e às intervenções no seu meio ambiente, conjugando a reflexão das linguagens e a produção midiáticas em sala de aula. Os meios de comunicação podem possibilitar ao aluno compartilhar democraticamente com outros colegas o saber elaborado e novos conhecimentos. (Assumpção, 1999, p. 3).

Nesse sentido, é importante incentivar a reflexão sobre os meios de comunicação por parte dos educandos. Uma análise acerca do que se veicula, de seus recortes e discursos, como sugere a autora. Seguindo essa ideia, é necessário abrir espaço ao conteúdo midiático, tais como vídeos, áudios, materiais impressos etc.

Monteiro (2010) afirma que a educação não pode voltar-se apenas para a literatura que prioriza livros didáticos como um recurso exclusivo, esquecendo-se das produções midiáticas e também da inclusão das mídias em sua metodologia de ensino. Além disso, deve considerar também o “conhecimento de mundo” de cada aluno, ou seja, aquilo que ele aprende em seu contexto. Para a autora, a escola não pode ser considerada o único espaço de aprendizagem.

“No processo educacional, as tecnologias mais remotas unem-se às mais atuais contribuindo com informações e no processo ensino aprendizagem de forma democrática.” (Monteiro, 2010, p. 2).

Entretanto, a inserção de produtos midiáticos nas aulas, apenas, não é suficiente, tendo em vista a figura do educador como fundamental para o funcionamento dessa nova metodologia. O professor continua sendo o interlocutor entre o conhecimento e os alunos.

Esse educador que deve atuar na interface entre mídia e Educação e ser capaz de compreender o valor da Comunicação para o processo educacional entendendo toda a importância dos meios de comunicação de massa como instâncias socializadoras é aquele que pauta sua atuação pedagógica pelos preceitos do Paradigma Educacional Emergente que, ao contrário da educação tradicional ora centrada no professor, ora nos métodos, transfere esse protagonismo para o aluno, construtor do seu conhecimento, privilegiando a totalidade, a visão holística, valorizando a corporeidade, mostrando a necessidade de considerar o ser humano também nessa visão integrada que junta corpo, mente e emoção ou, em outras palavras, cognição, afetividade e motricidade. (Souza; Silva, 2012, p. 102).

Assumpção (1999) trata que, com a abertura das portas para o conhecimento, que passa a ser adquirido também fora da escola, o autoritarismo de professores (considerando professores aqueles que estão na escola para ensinar para os alunos) se tonifica.

O fortalecimento desse autoritarismo, segundo a autora, ocorre principalmente para que não haja uma perda da autoridade do educador. É um modo encontrado para “unir a classe” e evitar o seu enfraquecimento. “Na escola, a comunicação é vertical e autoritária, por considerar-se como instituição exclusiva da produção e trans-

missão do saber elaborado e do conhecimento científico.” (Assumpção, 1999, p. 2).

Dessa forma, podemos entender que a escola se torna um meio de padronização dos indivíduos, de suas visões e saberes, através do conteúdo, das didáticas, não constituindo uma horizontalidade, que pode admitir uma forma menos “dura” de ensino, passando a ser uma transmissão de conhecimento, com subsídios para a criação de um pensamento próprio, que reflete na personalidade de cada um.

Desafios e contribuições da educomunicação

A educomunicação enfrenta alguns desafios na hora de ser tomada como metodologia. Existe resistência e até falta de informação sobre as contribuições dessa fusão de áreas do conhecimento. A escola encontra desafios na hora de inovar e, de forma criativa, introduzir ferramentas comunicacionais na transmissão de conhecimento, o que atrapalha um ensino horizontalizado, onde todos possam contribuir e serem protagonistas daquilo que aprendem.

Assim como Assumpção (1999), que defende a ideia de a escola trabalhar outras linguagens, Ongaro (2011) também acredita que a comunicação pode servir como instrumento para uma formação crítica em um contexto de sala de aula, mas identifica que um dos maiores desafios da escola, nos dias atuais, é exatamente a inserção dos meios de comunicação de massa em sua metodologia.

“A escola não pode se furtar a discutir a mídia no seu exercício de fundamentar uma sociedade mais justa. Já não é mais possível se isolar da Sociedade da Informação.” (Ongaro, 2011, p. 33).

A inserção da comunicação, por meio da mídia, no espaço escolar pode vir a acrescentar uma nova forma crítica de pensar a sociedade e entender como ela pode receber influências e interferir

nos meios de comunicação, principalmente nos que estabelecem um maior vínculo com sua comunidade. Também, agrega conhecimento cultural e ajuda a compreender a realidade a partir de um olhar analítico daquilo que é transmitido pela mídia.

Paulo Freire (1987) assegura que o educador também passa por um processo de aprendizagem ao dialogar com o educando, e os dois são educados em suas relações e contato com o mundo e com a midiaticização do mundo. “Ambos, assim, se tornam sujeitos do processo em que crescem juntos e em que os ‘argumentos de autoridade’ já não valem.” (Freire, 1987, p. 39).

Considerando essa discussão, pode-se afirmar que, hoje em dia, a mídia e a educação podem aliar-se na busca por uma formação de conhecimento mais humanizada e contemporânea. A mídia – composta pelos meios de comunicação – representa essa nova era comunicacional e dinâmica, e deve ser considerada como imprescindível, principalmente para as gerações que estão chegando, pois já nascem em um mundo tecnológico e devem ser preparadas para ele.

O redesenho desses modelos educacionais deve ser entendido como decorrência das novas formas de perceber e sentir o mundo. Tanto professores quanto alunos vivem num espaço social mediaticizado. A sociedade de hoje é um emaranhado de teias de comunicação. (Ongaro, 2011, p. 34).

Para Soares (2011), existe uma valorização da informação e do mundo da comunicação, já que representam as novas condições para a sociedade pensar e se organizar. O autor destaca que, dessa maneira, existe uma negação à educação tradicional, que estaria em crise por conta do período chamado de pós-modernidade, caracterizado por um mundo veloz e mutável, enquanto ela ainda se mostra com um discurso enquadrador e autoritário. “A comunicação de

massa faz as pessoas sentirem-se, de alguma forma, cidadãos de um mundo em mutação.” (Soares, 2011, p. 17).

A conexão da educação e da comunicação trouxe hoje uma nova perspectiva e um novo espaço de pesquisa, a chamada educomunicação. O que incentivou essa inter-relação da educação com a comunicação foi o grande impacto que ambas têm na construção do conhecimento dos indivíduos. A educação por ser vista como a base da constituição de uma sociedade estruturada, e a comunicação por ser considerada uma das principais ferramentas transmissora de mensagens, que se expandiu ainda mais com o processo de globalização.

Soares (2011) associa processos educacionais a processos comunicacionais, ou seja, não desmembrando um do outro, ambos em sintonia, mas não um para o outro, e sim um pelo outro.

Não se trata, pois, de educar usando o instrumento da comunicação, mas de que a própria comunicação se converta em vértebra dos processos educativos: educar pela comunicação e não para a comunicação. Dentro desta perspectiva, da comunicação educativa como relação e não como objeto, os meios são ressitoados a partir de um projeto pedagógico mais amplo. (Soares, 2011, p. 23).

O autor também integra esse novo campo – a educomunicação – a novos atores sociais, através de áreas concretas de intervenção social, na qual se cria uma interdiscursividade, um diálogo com outros discursos, que será a garantia de sobrevivência da educomunicação e suas áreas de intervenção. As áreas citadas por Soares (2011) são: área da educação para a comunicação, área da mediação tecnológica na educação, área da gestão da comunicação no espaço educativo e a área da reflexão epistemológica sobre a inter-relação comunicação/educação como fenômeno cultural emergente.

A inclusão da educomunicação na escola poderá contribuir na formação intelectual dos educandos, auxiliando, ainda, na democratização do ambiente escolar. Para Andrade (2009), a inclusão poderá significar mudanças nas práticas pedagógicas, a partir do uso de estratégias da comunicação. A formação pode oferecer bons subsídios quando associada aos processos da globalização.

As escolas que optarem por ignorar que as mudanças da sociedade, bem como os novos anseios e expectativas em relação aos processos de ensino, correm o risco de ficar à margem e provavelmente terão dificuldades em cumprir o papel de formar indivíduos críticos para atuar no mundo que muda constantemente. (Andrade, 2009, p. 60).

Por meio da educomunicação é possível promover uma educação emancipatória, que Metzker (2008, p. 8) define como “[...] aquela que prepara o sujeito para pensar, desenvolver sua consciência, seu senso crítico.” A autora Maria Aparecida Baccega compartilha dessa ideia, porém, traz alguns desafios para a atuação exitosa no campo da comunicação/educação. Para a autora, enfrentar a complexidade da construção da educomunicação como um novo espaço teórico é o primeiro desafio. “Para isso há que reconhecer os meios de comunicação como outro lugar do saber, atuando juntamente com a escola e outras agências de socialização.” (Baccega, 2009, p. 241).

A educomunicação vem para contribuir na hora de interpretar o mundo em que se vive, no qual os meios de comunicação desempenham um papel de importância, pois são eles quem selecionam o que se deve conhecer, eles são o “filtro” que estabelece o que será midiaticizado, mostrado ou não ao mundo. No jornalismo, a teoria do *gatekeeper* trata disso, caracterizando o jornalista como o “porteiro” da informação, aquele que seleciona o que é e o que não é publicado a partir dos valores-notícia, segundo uma das teorias da comunicação.

Outro desafio elencado por Baccega (2011) é entender as “edições” que o mundo sofre quando nos é apresentado por algum meio de comunicação.

Na seleção que nos é apresentada teremos sempre a possibilidade de *reconhecer* nossa cultura. Sem isso, não seria possível a comunicação. [...] o mundo é editado e assim ele chega a todos nós. (Baccega, 2009, p. 246-247).

Essas “edições” são dadas pelos veículos e seus repórteres, editores etc. e obedecem a interesses de vários tipos, entretanto, a autora destaca o econômico.

A mídia e os jovens

Assim como Ongaro (2011) escreve que a nova maneira de sentir e perceber o mundo começa a readequar formas de viver, Silva (2009) afirma que a educação não tem acompanhado as tecnologias e que essa deficiência pode ser tratada como uma forma de desmotivação às pessoas pela busca da instrução escolar, ou seja, o atraso do ensino em estabelecer ligações com os meios de comunicação as deixa cada vez mais deslocadas, pois, para Silva (2009), letras e números não são mais suficientes para as crianças deste novo século. “Vivemos numa idade em que a maior parte da informação recebida pelas pessoas vem cada vez menos de fontes impressas, que vão sendo substituídas por imagens visuais altamente desenvolvidas, por complexos arranjos sonoros e múltiplos formatos media.” (Silva, 2009, p. 16).

Ao considerar a ideia de que a *web* é uma mídia multiplataforma, já que oferece imagem, áudio e texto em um só espaço, ela

ganha preferência por ser versátil e, por conta dessa versatilidade, ela vem sendo denominada *web 3.0* ou *web-semântica*, a qual permite que as pessoas trabalhem em conjunto na exploração do conhecimento.

Ao servir como forma de democratização da informação, a mídia internet possibilita que jovens sejam os próprios produtores de conteúdo, encontrando na *web* rádios e TVs *on-line*, além de muito espaço para escrever e postar imagens, ou seja, tudo o que precisam, com a facilidade de também serem encontrados por outros usuários de localidades distantes, disseminando seu contexto.

Em razão de suas características, serviços e potencialidades, a rede Internet pode ser considerada como um importante recurso à disposição da educação, não somente pela sua capacidade de disseminação de informação, mas, também, pela possibilidade de construção do conhecimento através de experiências em que predominem a comunicação e a colaboração. (Teixeira; Brandão, 2003, p. 1).

Conforme Silva (2009), espaços como universidades e empresas, principalmente aquelas do setor de comunicação, devem estar atentas e acompanhar as mudanças ocasionadas pelas tecnologias digitais, pois é um processo crescente e irreversível. As autoras Parnaíba e Gobbi (2010, p. 5) trazem o termo “Geração Net”, ou “N-Gen”, para denominar aqueles que já nascem rodeados pelas tecnologias, “verdadeiros nativos digitais”. Esse contexto reflete no modo como eles se comunicam, em suas relações, na personalidade e também nos anseios. “A Geração Net não se conforma em ser apenas espectadora dos acontecimentos. Ela cria, modifica, personaliza, expressa sua opinião, critica, analisa, simula, constrói, desconstrói o mundo ao seu redor e em tempo real.” (Parnaíba; Gobbi, 2010, p. 6).

Ainda, segundo Parnaíba e Gobbi (2010, p. 8), os jovens da N-Gen acreditam que o aprendizado se dá na prática, diferente dos métodos que ainda são usadas em sala de aula. Conforme as autoras, o professor continua sendo uma figura importante na educação, mesmo na era digital, contudo, não é o único transmissor do conhecimento “[...] e passa a ser o facilitador de descobertas, tudo isso em um novo processo de ensino e aprendizagem.” Assim, o professor precisa tornar o jovem sujeito dos processos, ou seja, não apenas ser ouvinte, espectador. Ele deve sentir-se parte, interagir.

Panorama da rede pública de ensino de Chapecó

De acordo com as informações estatísticas publicadas em 2012 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Chapecó possui 101 escolas municipais, das quais 28 estão na zona urbana. O número de educandos na rede municipal de ensino totaliza 14.020, 51% matriculados no ensino fundamental e 49% no ensino pré-escolar (IBGE, 2012). Entre essas escolas estão as duas que foram utilizadas para a análise deste trabalho: Escola Básica Municipal Rui Barbosa e Escola Básica Municipal Sereno Soprana.

A primeira está localizada no Jardim Itália, bairro que possui o segundo maior rendimento médio mensal de pessoas responsáveis pelo domicílio da cidade, correspondente a R\$ 1.573,60. A Escola Municipal Rui Barbosa, fundada em 1982, participou do projeto de extensão “Rádio Comunitária e Cidadã” com 16 alunos e dois professores. Conta com uma estrutura física que inclui oito salas, um laboratório de informática e uma biblioteca. Seu corpo docente é formado por 45 professores que dão aula para cerca de quinhentos alunos, em três turnos. No período noturno são atendidos alunos do progra-

ma de Educação de Jovens e Adultos (EJA). A escola destaca-se por projetos pedagógicos que contribuem para o desenvolvimento da população do bairro. Utiliza, como ferramenta de divulgação de seus projetos, um *blog*, atualizado constantemente, que pode ser acessado pelo endereço <<http://eb-barbosa.blogspot.com>>.

A Escola Básica Municipal Sereno Soprana está localizada no bairro Efapi – o mais populoso da cidade de Chapecó (SC), com mais de 26 mil habitantes, cujo rendimento médio mensal de R\$ 421,68 (IBGE, 2012). Com vinte anos de existência, atende cerca de 450 alunos do ensino fundamental, da primeira à nona série, e funciona nos turnos matutino, vespertino e noturno. A estrutura física inclui, além de salas de aula, refeitório, laboratório de informática e ginásio de esportes. Possui um *blog* <<http://www.amigosdoserenoblogspot.com>>, mas não é atualizado com frequência.

Já a rede estadual de ensino de Chapecó conta com 47 escolas básicas, totalizando 18.925 alunos matriculados. Desse total, 87% dos educandos fazem parte do ensino fundamental e médio. As instituições estaduais analisadas neste trabalho foram Escola Estadual Básica Professora Zélia Scharf e Escola Estadual Básica Tancredo de Almeida Neves.

A primeira está localizada no bairro Presidente Médici, que possui uma população de aproximadamente 11 mil habitantes e um rendimento médio mensal de R\$ 1.103,83. A Escola de Educação Básica Zélia Scharf é reconhecida como uma das mais antigas da região e abriga um número considerável de alunos. Aproximadamente dois mil alunos frequentam a escola, o que faz dessa instituição a segunda maior do município, atrás apenas da Escola de Educação Básica Bom Pastor, localizada no centro da cidade. O bairro Presidente Médici, assim como a escola Zélia Scharf, é um dos mais antigos da cidade, bastante lembrado pela proximidade do centro

da cidade. O nível econômico da região é um dos melhores do município. O funcionamento da escola se dá em três períodos, englobando todo o ensino fundamental e médio, desde o pré-escolar até o “terceirão” – último ano do ensino médio.

A Escola Estadual Tancredo de Almeida Neves também se localiza no bairro Efapi. Conta com aproximadamente 1,1 mil alunos, 35 professores efetivos, todos habilitados, e três professoras com mestrado, além de dez professores ACTs, também habilitados (IBGE, 2012). A escola atende alunos de 6^a a 8^a série do ensino fundamental e ensino médio. Por ser a única escola de ensino médio do bairro, é frequentada pela maioria dos adolescentes dos loteamentos do bairro.

O projeto de extensão Rádio Comunitária e Cidadã

O projeto “Rádio Comunitária e Cidadã” faz parte do conjunto de ações que compõem o Núcleo de Extensão em Comunicação da Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó). Criado em 2010, esse projeto tem como objetivo capacitar para a implantação de rádio escolar e para a produção de uma comunicação radiofônica comunitária em Chapecó e região. O projeto trabalha na perspectiva da Mídia Cidadã e busca enfatizar a democratização da comunicação e possibilitar aos cidadãos apurar o senso crítico em relação às informações e ao conteúdo veiculado pela mídia convencional. A intenção é “mostrar o caminho”, por isso são apresentadas as possibilidades de se usar a tecnologia, a mídia em situações que o cidadão vivencia no seu cotidiano, com o intuito de debater a realidade em que vive.

Para desenvolver as atividades previstas no projeto, um professor e dois bolsistas dos cursos de Comunicação atuam na capacitação para implantação de rádio escolar e destinam tempo aos estudos sobre os conceitos de extensão, mídia cidadã, rádio, documentário, fotografia e *blog*, para ter bem claro o objetivo do projeto e pensar novas metodologias de trabalho com os grupos de adolescentes e professores. O grande propósito desse projeto é o de que ele se constitua na base para a implementação de um projeto de formação continuada para futuros comunicadores comunitários e a aplicação, na prática, do conceito de bairro educador/cidade educadora.

Na visão da coordenadora do “Rádio Comunitária e Cidadã”, professora Mariângela Torrescasana, explicitada no relatório final do projeto, elaborado em dezembro de 2010 para a Diretoria de Pesquisa e Extensão da Unochapecó, a criação de uma rádio escolar é extremamente eficaz, com impacto direto na formação e fortalecimento da cidadania. Ela destaca o fato de uma rádio escolar vir a constituir-se em um importante instrumento pedagógico, auxiliando no processo de aprendizagem de alunos, independentemente da idade ou escolaridade dos sujeitos, e contribuindo para a formação de receptores mais críticos, que buscam uma interação com as mídias.

Análise dos dados coletados

Os dados obtidos com a aplicação de dois questionários, um para professores e outro para alunos, contendo perguntas abertas e fechadas, permitiram analisar os limites e as possibilidades de implantação de uma rádio nas dependências das escolas da rede pública. Para compor o universo da pesquisa foram selecionados alunos e professores das quatro escolas – Escola Estadual Básica Profes-

sora Zélia Scharf, Escola Estadual Básica Tancredo de Almeida Neves, Escola Básica Municipal Rui Barbosa e Escola Básica Municipal Sereno Soprana – que já participaram das capacitações do projeto de extensão “Rádio Comunitária e Cidadã”, independentemente de terem tido ou não contato com a rádio escolar. Ao todo foram trinta alunos, destes, 28 responderam o questionário; e 27 professores, dos quais 22 responderam os questionamentos da pesquisa.

Os dados de identificação, contidos na abertura do questionário, revelam o perfil dos estudantes que participaram da pesquisa. A maioria tem idade entre dez e 15 anos (93% dos alunos), e 7% estão na faixa etária de 15 a vinte anos. Em relação ao sexo, 57% são meninas e 43% são meninos. A maioria dos entrevistados está no 8º ano do ensino fundamental (67%), 13% cursam o 9º ano do ensino fundamental e 20% encontram-se no 1º ano do ensino médio.

A primeira pergunta sobre a mídia rádio questionava os estudantes sobre a sua forma de escuta. Enquanto 33% responderam que ouviam todos os dias, 13% disseram ouvir de três a seis vezes por semana, 27% menos de três vezes por semana e 27% afirmaram não ouvir rádio. Entre as explicações para isso, alguns citaram que preferiam a televisão, enquanto outros, a internet. Dos que ouviam rádio, 27% escutavam menos de uma hora por dia, 46% dedicavam de uma a três horas diárias e 27% ouviam por mais de três horas por dia.

Na pergunta sobre quais emissoras ouviam com mais frequência, observou-se que grande parte dos alunos (67%) ouvia a rádio Atlântida FM, do grupo RBS, que tem o jovem como foco de sua programação, sobretudo o programa Pretinho Básico. Logo a seguir são citadas por 26% dos alunos duas emissoras locais: a rádio comunitária Efapi FM (13%) e Super Condá AM (13%). E, por último, com 7% das respostas aparece a rádio Vanguarda FM, de Xaxim (SC).

Quando indagados se conheciam a rádio escola, os alunos revelaram que sim, porém somente a metade disse ter participado das atividades da rádio. As respostas mostraram ainda que eles gostaram ou gostariam de participar da produção radiofônica escolar. Essa vontade se justifica pela opinião dos estudantes, das quais se destacam: “ajuda a pessoa a se comunicar melhor”, “mostra o que está acontecendo na escola”, “é importante para o aprendizado porque auxilia na aquisição de novos conhecimentos”, “informações gerais” e “é importante para o aprendizado”.

1. Ao longo do questionário aberto, outras questões permitiram compreender melhor o interesse dos alunos. A primeira delas buscava saber o que o aluno mais gostava na rádio escolar. Entre as respostas mais citadas estavam “fazer programas de música”, “lidar com os aparelhos”, “falar na rádio”, e “as informações transmitidas pela rádio”. De outro lado, os alunos também apontaram o que não julgaram interessante em relação à rádio escolar. A maioria manifestou descontentamento com o repertório musical proposto e de certa forma “imposto” pelos professores orientadores do projeto da rádio escolar. Eles afirmaram haver uma predileção pelos gêneros rock e MPB, os quais nem todos apreciam. Gostariam que a rádio fosse mais plural nesse sentido.
2. Outro tema analisado refere-se à questão do aprendizado. A maioria dos alunos respondeu afirmativamente à pergunta “Você acha que fica mais fácil aprender utilizando a rádio escolar?” e justificaram dizendo que com a rádio eles podiam se distrair um pouco em sala, que o aprendizado se tornava mais descontraído, aprendiam coisas novas para além do conteúdo didático.

Quanto aos temas de seu interesse, as respostas foram bem variadas, mas ainda assim demonstraram a preferência pelo esporte, meio ambiente, saúde e cultura em geral. Já na questão que tratava das dificuldades para a implantação de uma rádio na escola, os alunos não pouparam críticas aos equipamentos, à infraestrutura e à falta de envolvimento dos professores e de outros colegas. O desenvolvimento dos trabalhos na rádio escolar exigia a participação de alunos e professores, mas, segundo as respostas obtidas, isso nem sempre acontecia. Os relatos explicam que as equipes somente se encontraram com regularidade nos períodos das capacitações, o que foi apontado como uma das fragilidades para a implantação da rádio escolar.

Contudo, eles citaram diferentes aprendizados. Grande parte concorda que o principal foi aprender a manusear os equipamentos. Também pontuaram a gravação de vinhetas e o conhecimento sobre a organização de um programa de rádio, a criação e redação de *script* e de pautas. Nesse mesmo questionário, os alunos destacaram o fato de a rádio escolar ajudar a melhorar a oratória e a dicção, facilitando o modo como hoje se expressam frente às pessoas e nas apresentações de trabalhos, por exemplo.

Outra resposta acerca das contribuições da rádio escolar dada pelos alunos foi a descoberta de novas músicas, novos gêneros, a partir do som que tocava no intervalo das aulas, deixando o intervalo “mais divertido e legal”.

Já no questionário respondido pelos 22 professores – oito da Escola Tancredo Neves, cinco da Escola Rui Barbosa, seis da Escola Zélia Scharf e três da Escola Sereno Soprana –, observou-se que a faixa etária variou de 25 a cinquenta anos, que 73% dos respondentes são mulheres e 27% são homens, que a maioria possui renda de quatro a seis salários mínimos e grau de instrução variando de su-

perior incompleto a pós-graduação, além do fato de todos estarem exercendo a profissão há mais de cinco anos, dedicando, atualmente, até quatro horas diárias à escola.

Quando perguntado se ouviam rádio, 75% responderam que sim, sendo 25% todos os dias e 50% de três a seis vezes por dia. Do percentual que afirmou ouvir rádio, todos dedicavam menos de uma hora por dia ao veículo. Sobre o uso dos meios de comunicação em sala de aula, a maioria afirmou fazer uso de jornais, revistas e internet para pesquisa sobre o conteúdo, acredita estar preparada para lidar com essas ferramentas, disse conhecer o projeto rádio escolar desenvolvido em sua unidade de ensino e reconheceu sua contribuição no processo de aprendizagem e formação cidadã. No entanto, pelas respostas, percebe-se que 57% desses professores não participaram do projeto e nem sinalizaram essa possibilidade em outro momento. Os principais argumentos foram: “tenho pouco tempo na escola”, “o projeto parou de funcionar aqui”, “não sei como participar e inserir minha disciplina”, “necessidade de capacitação periódica para ter resultados mais efetivos”.

Os 43% dos professores que afirmaram ter participado da rádio em sua escola revelaram dados importantes no que se refere a sua implantação, como o fato de ela ser usada preferencialmente para atividades extraclasse e, na maioria das vezes, para divertir os alunos durante o intervalo, e não como instrumento pedagógico de sua disciplina. Com raras exceções, a maioria descreveu como precária a infraestrutura colocada à disposição para o desenvolvimento do trabalho. Os equipamentos, os espaços e os recursos financeiros são poucos e insuficientes para as necessidades. Além disso, lamentaram a pouca participação e incentivo de boa parte das direções das escolas e de seu corpo docente. Eles considera-

ram essas questões, juntamente com o interesse dos alunos, fundamental para o sucesso ou fracasso do projeto.

Considerações finais

A comunicação possui um importante papel na atualidade. É um instrumento de produção de conhecimento e, principalmente, pensamento crítico, seja em relação aos fatos cotidianos, seja em relação a seu próprio conteúdo, àquilo que os grandes conglomerados estabelecem como interesse do público.

Após a análise das respostas dos questionários, notou-se que os professores, mesmo mostrando-se aptos ao uso das mídias em sala de aula, ainda resistem em buscá-las. Percebeu-se a necessidade de incentivo externo, como por exemplo, a mediação, a capacitação e o apoio de um projeto de extensão. A maioria das respostas dos pesquisados ratifica a afirmação de que, se não existir essa influência externa, o projeto da rádio escolar e a inserção das mídias na sala de aula acabam ficando de lado, havendo predomínio do modo de ensino tradicional.

Além disso, observaram-se outras questões limitadoras, dessa vez com um ponto de vista diferente daquele do público entrevistado nesta pesquisa, apresentadas pelos acadêmicos envolvidos nas capacitações, que contribuem para se entender as dificuldades encontradas.

Uma das maiores dificuldades encontradas foi a pouca participação dos professores das escolas onde as capacitações ocorriam. Apenas a escola Rui Barbosa manteve seus professores até o final e continuaram a experiência depois da conclusão da capacitação. A presença deles era um incentivo aos alunos e a certeza de que realmente co-

locariam em prática o aprendizado, criando condições para a implantação, mesmo que de forma precária, de uma rádio dentro das dependências da escola. (Relatório Anual do Projeto de Extensão Rádio Comunitária e Cidadã, dez. 2011).

[...] a falta de espaço para a realização dos encontros, das tarefas e discussões dificultou muito, principalmente porque na maioria das escolas não haviam equipamentos para os alunos praticarem. As turmas eram grandes, e nem todos conseguiram fazer a parte prática no laboratório de rádio da Unochapecó. As laudas dos programas dos alunos foram eles mesmos que produziram em casa, pois não haviam computadores suficientes nas escolas. Também tivemos que lidar com o fato de alguns alunos usarem a rádio somente para matar aula, não comparecendo aos encontros realizados nos turnos diferentes. (Depoimento de bolsistas do Projeto de Extensão Rádio Comunitária e Cidadã, dez. 2012).

Outras questões identificadas como limitadoras e responsáveis pela interrupção do funcionamento da rádio escolar, por parte dos dirigentes da maioria das escolas, foram a falta de um professor para acompanhar os alunos capacitados no desenvolvimento das atividades da rádio, a inexistência de infraestrutura – embora reconheçam os benefícios que ela traz para o ambiente de ensino, usando como exemplo o fato de os alunos participantes passarem a demonstrar mais responsabilidade, realizando trabalhos extraclasse depois do projeto da rádio – e a falta de ofertas de oficinas técnicas e pedagógicas sobre o uso do rádio no ambiente escolar.

Como aspectos positivos, alunos e professores entendem que “uma rádio escolar contribui para o futuro, gerando conhecimento que eles levarão para a vida inteira”, “traz mais animação nos intervalos, deixando o ambiente escolar mais descontraído”, “são um aprendiza-

do a mais na vida dos adolescentes”, “ajuda na escolha profissional e protagoniza a autonomia juvenil”, “os alunos aprendem a trabalhar e a vencer a timidez”, “propicia maior integração entre os professores e alunos, resultando em maior interesse e permanência na escola”, “ajuda na redução da evasão escolar”, “dá voz à comunidade”, “democratiza o ambiente escolar” e “é um instrumento valioso para disseminar campanhas educativas de combate à droga e à violência”.

Nas escolas Rui Barbosa e Zélia Scharf, nas quais havia infraestrutura adequada e envolvimento do corpo docente, os professores que acompanharam todos os momentos da capacitação e que também participaram desta pesquisa, bem como a atual direção, afirmaram que a implantação de uma rádio em sua escola constituiu-se em uma importante ferramenta pedagógica e socioeducativa e muito contribuiu para a melhoria do desempenho dos alunos, tanto em sala de aula quanto em horários alternativos.

Em relação às contribuições, evidencia-se o conhecimento ofertado a partir do manuseio dessas mídias por alunos do ensino fundamental e médio, ou seja, assim como sugerem Parnaíba e Gobbi (2010), eles podem sentir-se parte daquele aprendizado, pois o constroem em equipe e isso os envolve. “Ele constrói seu próprio conhecimento.” (Parnaíba; Gobbi, 2010, p. 8). Portanto,

[...] de acordo com as mais modernas teorias da comunicação, é preciso deixar bem claro que o receptor/aluno não é passivo, o que, em certos casos, pode levá-lo inclusive a ensinar ao professor, principalmente quando se trata do domínio de novas tecnologias da comunicação, fazendo assim valer a clássica afirmação de Paulo Freire de que no ato de ensinar está implícita a possibilidade de aprender. (Souza; Silva, 2012, p. 101).

Entendemos ser fundamental que alunos e professores sejam orientados sobre os valores e usos das mídias, neste caso o rádio, não o utilizando simplesmente como entretenimento, mas compreendendo que seu papel e sua contribuição pedagógica e cidadã vão além disso. Para Almeida (2001, p. 6), “[...] a escola é o espaço oficial de formação e o rádio pode contribuir na formação da opinião, por isso é um casamento que pode dar certo.” Roquette Pinto, ao apresentar o rádio para sociedade brasileira, em 1922, já naquela época o via como um importante instrumento educativo.

A associação entre educação e comunicação torna possível um novo campo de estudo e conhecimento: a educomunicação. Esse novo campo tem diversos desafios para tornar-se presente no espaço educacional e escolar. Apesar de os meios de comunicação fazerem parte da vida de grande parte da população, eles ainda têm sua entrada limitada no ambiente escolar. É preciso romper definitivamente as resistências que ainda persistem na área educacional ao conhecimento, apropriação e usabilidades de ferramentas midiáticas como práticas pedagógicas.

Referências

ALMEIDA, Ademar Torres. **Rádio**: uma ferramenta no processo ensino-aprendizagem. 2001. Disponível em: <<http://www.ie.ufmt.br/semiedu2009/gts/gt18/ComunicacaoOral/ADEMAR%20TORRES%20DE%20ALMEIDA.pdf>>. Acesso em: 16 abr. 2013.

ANDRADE, Lílian Bhruna Pinho de. **Educomunicação e pedagogia de projetos**: abordagens e convergências. 2009. Monografia (Especialização em Gestão da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

ASSUMPCÃO, Zeneida Alves de. **Radioescola**: uma proposta para o ensino de primeiro grau. São Paulo: Annablume, 1999.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/educação: lugar de formação crítica, de disputa pela hegemonia dos significados e da práxis da comunicação. In: BARBOSA, Marialva; FERNANDES, Marcio; MORAIS, Osvando J. de (Org.). **Comunicação, educação e cultura na era digital**. São Paulo: Intercom, 2009.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

METZKER, Gabriela Felipe Rodrigues. Educomunicação: o novo campo e suas áreas de intervenção social. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 13., São Paulo, 2008. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2008. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/16370414/Educomunicacao-o-novo-campo-e-suas-areas-de-intervencao-social>>. Acesso em: 16 abr. 13.

MONTEIRO, Gasparina Cavalcante Tavares. **Rádio escola**: ferramenta pedagógica e exercício de cidadania. 2010. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/288339859/Radio-Escola-Ferramenta-Pedagogica-e-Exercicio-de-Cidadania>>. Acesso em: 16 abr. 2013.

MORAN, José Manuel. **Leituras dos meios de comunicação**. São Paulo: Pancast, 1993.

ONGARO, Viviane. **Rádio-escola como prática de uma educação libertadora**: estudo de caso no Centro de Socioeducação Curitiba. 2011. 161 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011. Disponível em: <http://www.ppge.ufpr.br/teses/M11_Viviane%20Ongaro.PDF>. Acesso em: 16 abr. 2013.

PARNAIBA, Cristiane dos Santos; GOBBI, Maria Cristina. Os jovens e as tecnologias da informação e da comunicação: aprendizado na prática. **Anagrama**, São Paulo, v. 3, n. 4, p. 40-55, 2010.

SILVA, Sónia Belchior da. **A relação dos jovens com os media**. 2009. 170 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Educação) – Universidade de Lisboa, Lisboa, 2009. Disponível em: <http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/2067/1/21645_ulfp034619_tm.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2013.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação**: o conceito, o profissional, a aplicação – contribuições para a reforma do Ensino Médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

SOUZA, Elisabeth Gonçalves de; SILVA, Josemir Medeiros da. A educação formando consumidores críticos da mídia, no ensino fundamental. **Revista de C. Humanas**, Viçosa, v. 12, n. 1, p. 95-107, jan./jun. 2012. Disponível em: <<http://www.cch.ufv.br/revista/pdfs/artigo9vol12-1.pdf>>. Acesso em: 16 abr. 2013.

TEIXEIRA, Adriano Canabarro; BRANDÃO, Edemilson Jorge Ramos. Internet e democratização do conhecimento: repensando o processo de exclusão social. **Novas Tecnologias na Educação**, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 1-7, fev. 2003. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/renote/article/viewFile/13635/7711>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

Expressões da democratização dos meios de comunicação e da sociedade na experiência da Rádio Comunitária de Quilombo

*Vinicius Scalcon
Ilka Goldschmidt*

Introdução

A liberdade de pensamento e expressão é um ideal que historicamente mobiliza setores da sociedade no enfrentamento de obstáculos que limitam os processos democráticos. Movimentos dessa ordem também são instituídos no campo da comunicação. É um direito de todo ser humano instigar a luta pela construção de meios de comunicação solidários e democráticos, ou como se costuma dizer, construir experiências de “comunicação alternativa”.

O termo “comunicação alternativa”, para Bordenave (2001, p. 63), refere-se à “[...] substituição dos meios de comunicação comercial e estatais de massa por meios de comunicação horizontal que permitem o acesso, a participação e até mesmo a auto-gestão pela população organizada.” Ao buscar uma relação com um conceito mais específico que traduza em parte o que disse Bordenave (2001), encontram-se os movimentos e utopias em torno do radialismo comunitário que, segundo Silva (2008, p. 18), é fruto e símbolo das “[...] velhas e novas lutas pela democratização da comunicação e da sociedade.”

A rádio comunitária “A Voz do Povo”, de Quilombo (SC), encontra-se inserida nessa luta pela democratização dos meios de comunicação e nasce de um processo de formação popular das lideranças da Paróquia Santa Inês de Quilombo, articulado com as diversas outras entidades organizadas e movimentos sociais da região oeste de Santa Catarina.

Resgatando o projeto de pesquisa de longa duração “Mídia e cidadania: complexidade, impasses e desafios”, do qual se originou o Núcleo de Iniciação Pesquisa em Mídia Cidadã (2010) da Unochapecó, entende-se que esse tipo de comunicação, denominada de alternativa, popular, comunitária, participativa, contra-hegemônica, horizontal e mais recentemente cidadã, está associado às lutas mais amplas de segmentos populacionais organizados, desde o início da década de 1970, com a finalidade de contribuir para solucionar problemas que afetam o dia a dia das pessoas e ampliar os direitos de cidadania. Segundo Peruzzo (2009), uma das principais referências em estudos de mídia cidadã da América Latina, os meios de comunicação não servem apenas para informar, transmitir conteúdos. Quando a mídia assume uma proposta comunitária e cidadã, os processos não são apenas de comunicação, também são educativos. Os cidadãos passam a fazer parte da produção, criando, emitindo mensagens, sendo efetivamente sujeitos do processo de comunicação.

O estudo do contexto histórico e das motivações que impulsionaram a luta pela rádio comunitária de Quilombo se insere nos objetivos específicos da pesquisa de longa duração proposta pelo Núcleo de Mídia Cidadã, que pretende entender “Mídia e Cidadania: complexidade, impasses e desafios” a partir da análise de relatos de experiências regionais. Esta pesquisa foi realizada a partir da análise de documentos e de entrevistas com os sujeitos envolvidos no

processo de discussão, elaboração e implantação da rádio “A Voz do Povo” no município de Quilombo (SC). Eles relatam como ocorreu o envolvimento da comunidade e das entidades no processo.

Rádios comunitárias na América Latina e no Brasil

Entre os anos 1950 e 1960, os veículos de comunicação social serviam, na sua maioria, para a manutenção da ordem social conservadora. Porém, naquela época, começavam a surgir meios de comunicação com práticas e objetivos diferentes. Nos anos 1970, de um lado, os meios de comunicação de massa atingiram seu auge e, de outro, as organizações e movimentos sociais populares começavam a pensar o processo de comunicação forjando uma nova forma de comunicar.

Uma das primeiras experiências que marcaram o processo de comunicação alternativa na América Latina aconteceu em 1947 na Colômbia, com o surgimento da rádio *Sutatenza*, uma das primeiras rádios livres a contribuir com o desenvolvimento agrícola. Segundo a pesquisadora Maria Inês do Amarante (2010), a rádio tinha o intuito de alfabetizar os camponeses e acabou servindo de inspiração para as demais rádios livres instaladas na Bolívia, no México e no Peru. Outras experiências importantes aconteceram na Bolívia nos anos 1950, protagonizadas pelos mineiros, também com o objetivo de alfabetizar e problematizar questões referentes ao seu cotidiano.

No Brasil, as primeiras experiências de comunicação nesse sentido foram associadas ao Movimento de Educação de Base

(MEB)¹, em 1955, que, baseado na experiência colombiana, tinha por objetivo alfabetizar e conscientizar a população do norte e nordeste brasileiros. Assim, o rádio, como veículo de informação, tornou-se um meio importante para discutir os problemas de sua realidade, uma vez que enfrentavam grandes dificuldades para acessar a informação e a escola (Silva, 2008).

O resgate histórico descrito por Silva (2008) mostra que a América Latina se constituiu como pioneira no rompimento com a comunicação tradicional. O principal marco desse processo foi a importante obra de Paulo Freire, *Pedagogia do Oprimido*, que ganhou destaque mundial, problematizando que a educação tradicional deveria ser substituída por uma educação que levasse em consideração a cultura e a realidade concreta dos educandos. Esse modo de educação freireano pressupõe o diálogo, e com isso um novo jeito de comunicar a informação, uma vez que ao receber a informação a pessoa precisa pensar sobre ela e construir a sua própria. Assim como a educação, a comunicação precisa romper com a concepção de que o receptor da informação é passivo, deve formar as pessoas para que de fato exercitem sua cidadania.

Peruzzo (1998) afirma que, nas condições do Brasil e de outros países latino-americanos, onde os povos não têm tradições participativas nos processos decisórios, as quais se aliam a questão da reprodução de valores autoritários, a carência de conscientização política, entre outros fatores, a participação em níveis mais avançados é de difícil concretização. Aos brasileiros, desde a época

1 “Criado pela Igreja Católica, com apoio do Governo Federal, propunha-se a desenvolver programa de alfabetização e educação de base, por meio de escolas radiofônicas, a partir de emissoras católicas. Após dois anos de atuação, reformulou radicalmente seus objetivos e seus métodos de ação, aliando-se a outros movimentos de cultura popular do período.” Disponível em: <<http://www.forumeja.org.br/meb>>. Acesso em: mar. 2012.

colonial, foi dificultada ou até usurpada a possibilidade de avançar na prática participativa.

No Brasil, o movimento pela “Comunicação Alternativa”, por meio das rádios comunitárias, seguiu na informalidade, “perseguido” pelos órgãos ligados às rádios comerciais e por órgãos do próprio governo brasileiro até 1998. Desse ano em diante, aprovou-se a Lei de Serviço de Radiodifusão Comunitária, n. 9.612/98, que define em seu Art. 1º que:

Serviço de Radiodifusão Comunitária a radiodifusão sonora, em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço. (Brasil, 1998).

A Lei traz que o Serviço de Radiodifusão Comunitária tem por finalidade oportunizar: a difusão de ideias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade; oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social; prestar serviços de utilidade pública; contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas; e permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.

De acordo com a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), atualmente o número de rádios no ar sem outorga, comunitárias ou não, chega a 12 mil. Segundo a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV (Abert), não há informação exata sobre o número de rádios operando sem autorização, mas a estimativa é que existam dez mil emissoras nessa situação. O número total de rádios legais no País é de 9,1 mil. Dessas, 3,9 mil são rádios comunitárias.

Quilombo – A Voz do Povo

Em dezembro de 2007, a Associação Cultural Rádio Comunitária FM de Quilombo recebeu outorga do Ministério das Comunicações para prestar o serviço de radiodifusão para a comunidade quilombense. Estava autorizado o funcionamento da rádio comunitária “A Voz do Povo”, mas essa história começou bem antes, no século passado, nos idos da primeira metade dos anos 1990.

Para contar essa história e compreender o processo de criação e de implantação da rádio comunitária no município de Quilombo, que fica a aproximadamente seiscentos quilômetros de distância da capital do estado, Florianópolis, foram ouvidas as principais lideranças que participaram do movimento, como Alzira Canan, liderança na Paróquia Santa Inês de Quilombo; Carmen Canton, na época liderança no Sindicato dos Trabalhadores na Agricultura Familiar de Quilombo e atual presidente da Rádio; Domingos Luiz Costa Curta, então padre da paróquia de Quilombo; Francisco Klein, agricultor familiar; Pedro Rocha, militante do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra; Zelito Cordazzo, na época liderança do Sindicato dos Trabalhadores na Agricultura Familiar, atualmente integra a rede de produtores agroecológicos; Valter Garbim, na época coordenador da Comissão Pastoral da Terra (CPT) na paróquia Santa Inês.

O processo teve início com a constatação, por parte desses representantes de segmentos da comunidade, de que não havia “espaço” para as notícias da cidade.

Iniciou principalmente vendo a importância dos meios de comunicação porque aqui naquela época não tinha rádio e a gente pensava assim que muito daqui ia pras rádios de outros municípios, rádios oficiais, Coronel Freitas, nesse sentido,

pensamos em ter uma rádio comunitária nossa. (Pedro Rocha em entrevista ao pesquisador, 22 mar. 2012).

Carmen Canton, que representava os agricultores familiares, lembra: “Além de não termos rádio, queríamos construir um espaço onde as comunidades, associações, as organizações pudessem expressar a sua forma de organização e sua forma de pensar.” Alzira Canan, liderança na Paróquia Santa Inês, conta que a Rádio Comunitária foi o resultado de encontros de formação na paróquia, grupos de reflexão, catequese, ministros, militantes, a partir de uma ideia do padre Domingos, que participou de um encontro em São Paulo e trouxe a proposta. Reunindo-se com as entidades da paróquia, ele formou uma equipe que deu início aos trabalhos.

As rádios comerciais não cobriam aquilo que a gente sonhava, aquilo que a gente queria em relação à sociedade, à comunidade mesmo. Então, teve um curso de formação popular, a partir daí começou a se pensar em uma rádio comunitária. Sabia que São Paulo tinha, e existiam outras experiências também. Em agosto de 95 esse grupo formado aqui em Quilombo fez uma viagem pra lá e foi conhecer entre outras experiências a rádio comunitária. A partir dali começaram a se encontrar várias entidades, vários movimentos representando a população do interior e da cidade, e a igreja. Assim foi se construindo essa proposta pra colocar uma rádio comunitária em Quilombo. (Francisco Klein em entrevista ao pesquisador, 26 mar. 2012).

Cicilia Peruzzo, em seu livro *Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento* (2007) afirma que a rádio comunitária é pouco custosa, fácil de manejar e tem a vantagem de alcançar a todos os membros da comunidade em sua própria língua. O que se

percebe na história da rádio comunitária de Quilombo é uma ligação muito forte com uma entidade religiosa, no caso a Igreja Católica, e com movimentos sociais e organizações de esquerda, e essa comunicação de forma simples faz com que os simpatizantes entendam os anseios de toda a comunidade conforme arquivos e falas de lideranças:

Achamos importante ter uma rádio comunitária porque o nosso pessoal estava no movimento pela reforma agrária para terra e era importante ter uma reforma agrária no ar porque as rádios oficiais que tinha na época só anunciavam para o grande capital e pensamos numa rádio comunitária que ia anunciar e denunciar as coisas do povo, porque pra falar nas rádios oficiais seria muito caro também e ainda cortavam e não deixavam falar o que queríamos. (Valter Garbim em entrevista ao pesquisador, 23 mar. 2012).

Esse relato faz lembrar a tese defendida pelos ativistas e estudiosos da comunicação comunitária e cidadã, entre eles a pesquisadora Raquel Paiva (1998), de que as emissoras comunitárias constituem-se para defender os interesses de camadas menos representativas da sociedade e, especialmente, para fugir do monopólio dos grandes conglomerados da comunicação.

Voltando ao processo de mobilização da comunidade, a atual presidente da Rádio, Carmen Canton, lembra a importante participação de outro padre que na época trabalhava na paróquia de Quilombo: o padre Nelson Nicolau.

Ele tinha uma linha mais de organização popular, tinha um sonho de libertação, era padre humilde com caráter indiscutível, trouxe a ideia e começou chamar as entidades organizadas. Padre Nelson convidou o sindicato várias vezes, a Cresol, o

Movimento Sem Terra, Movimento de Mulheres, enfim, todas as associações e começou a discutir e as pessoas que iam doando uma coisa iam buscando outro e até que foi colocada ao ar. (Carmen Canton em entrevista ao pesquisador, 22 mar. 2012).

Padre Domingos Costa Curta lembra os momentos dessa história:

Estive no princípio das discussões sobre a rádio, tudo começou na minha participação, de modo especial, junto com vários companheiros e companheiras do oeste, da Diocese de Chapecó, no curso de verão em São Paulo. Lá tive a oportunidade de participar de uma das oficinas, dentre várias de jornal popular, de rádio comunitária, teatro, música. Uma delas era rádio comunitária e aí despertou esse interesse e a importância da rádio comunitária pra organização social e também para a evangelização e foi nesse intuito que eu trouxe essa discussão, e começou a tomar corpo essa discussão, da importância de uma rádio comunitária em Quilombo visto que não se tinha. Começamos a provocar com a igreja local, com as entidades, movimentos sociais essa discussão e vimos a importância, e de fato foi ganhando corpo essa discussão, e formamos então uma associação, essa associação que ficou então responsável em criar estatuto e fomos dando passos nesse sentido. (Padre Domingos Costa Curta em entrevista ao pesquisador, 31 mar. 2012).

Para viabilizar a efetivação e implementação da Rádio Comunitária, as diversas entidades envolvidas nessa discussão em Quilombo criaram, na metade dos anos 1990, a Associação de Entidades Rádio do Povo (Aderp). Ao mesmo tempo que encaminhavam os documentos e aguardavam a outorga do Ministério das Comu-

nicações, ainda antes de ser aprovada a legislação específica das rádios comunitárias, entidades e lideranças decidem que a rádio deveria ir ao ar. Em abril de 1996, com estúdio organizado na sacristia da igreja, a Rádio do Povo FM foi ao ar, com o *slogan* “A Voz que chega até você”, na frequência 98.5. A programação era composta por falas de lideranças representando diversas entidades e movimentos sociais.

No município de Quilombo as disputas ideológicas e políticas influenciam diversos aspectos da vida social. Na discussão da Rádio Comunitária não era diferente, tanto que foram protocolados no Ministério das Comunicações dois pedidos para rádios comunitárias e um para rádio comercial. Um pedido foi da rádio “A Voz do Povo”. O outro foi enviado pelo então secretário da Saúde Silvano de Paris, que na época também colocou a “sua rádio comunitária” no ar, no alto do morro do bairro Santa Inês.

Diante da decisão de colocar a rádio “A Voz do Povo” no ar sem outorga do Ministério das Comunicações, a oposição encaminhou uma denúncia à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) conforme relato a seguir:

A rádio então ganhou vida em abril de 96 quando foi pro ar. Primeira rádio comunitária do oeste de Santa Catarina, foi a experiência rádio do povo na época, foi pro ar então essa experiência, infelizmente ela não durou muito tempo, porque os inimigos do povo, eu digo inimigos do povo porque são famílias, pessoas de Quilombo, que fizeram a denúncia para a polícia federal e a polícia federal chegou e lacrou a rádio comunitária, vieram com um aparato muito grande, parecia um cenário de guerra que vieram pra cá. (Padre Domingos Costa Curta em entrevista ao pesquisador, 31 mar. 2012).

Pedro Rocha não esquece esse episódio:

Lembro quando veio a polícia federal e que ‘to-que-mo’ de correr. Como estava instalado na igreja matriz aqui de Quilombo, as funcionárias, secretária, foram pressionadas pelos caras, vieram pesquisando com aparelhos, vieram, vieram... A polícia federal, por denúncia daqui, chegou de manhã e pelas três horas da tarde chegou na rádio. Eles pressionaram as meninas que estavam na secretaria e entregaram um papel que tinha o nome das seis entidades que faziam parte da rádio, inclusive tivemos que depor na polícia federal em Dionísio Cerqueira. Fomos processados dois anos, dois anos com a fichinha amarela de vez em quando comparecia no Fórum dessa comarca infelizmente, ficha amarela que devo ter guardado até hoje porque temos que guardar essas coisas. Fomos para Dionísio. Queriam levar tudo, lacraram e queriam levar tudo. Começamos às três horas e terminamos à meia noite. Conseguimos deixar depositado na casa de uma família de confiança aqui de Quilombo. Subimos no Walter tirar o transmissor, salvar, escondemos no mato. Arranquei tudo, tava correndo. O Walter e a companheira Delma estavam na roça e se assustaram, e a polícia veio com um mandado de prisão do Padre Domingos Costa Curta, queriam leva ele e nós não deixamos, ficamos ali buscando documento e foi chegando gente, cada vez mais para garantir. (Pedro Rocha em entrevista ao pesquisador, 22 mar. 2012).

Segundo Carmen Canton, além do poder político e econômico que se manifestou, porque era uma iniciativa popular, havia as rádios convencionais que fizeram grandes campanhas colocando para a sociedade, para a população, que a rádio era pirata, era ilegal, que iam prender as pessoas, e ela já iniciou com um monte de

contradições. Os meios de comunicação alternativos contribuem para a construção da autonomia e da liberdade das pessoas, por isso, em muitos momentos, são alvos de ataques, como destaca padre Domingos Costa Curta: “Quando começou a ser a experiência comunitária, o povo e as organizações começaram a se tornar sujeitos; evidentemente que os inimigos não gostaram disso.” Ao ser questionado do porquê que não gostaram, comenta:

Porque era um espaço de criar consciência, criar cidadania e liberdade para as pessoas se manifestarem, se expressar, também dizer os seus anseios, e nesse sentido perceberam como uma ameaça, que foi uma pena. Ressalto novamente, o envolvimento foi de inúmeras pessoas, não dá pra citar nomes porque foram muitas pessoas. (Padre Domingos Costa Curta em entrevista ao pesquisador, 31 mar. 2012).

Conforme informações da diretoria executiva da associação, a partir da intervenção da polícia federal, a comunidade e as entidades passaram a se envolver no processo de forma mais direta. Analisando os arquivos e documentos da rádio comunitária, encontram-se muitos abaixo-assinados, moções de apoio. No dia 14 de junho de 1996, as entidades organizaram uma mobilização de repúdio pela censura e fechamento da rádio comunitária, lançando a campanha “Em defesa da cidadania do povo e pela democratização do livre direito de comunicação”. Fundamentada no artigo 5º, inciso IX, da Constituição Federal, que diz: “[...] é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença.” (Brasil, 1988).

Uma vez fizemos uma mobilização, foi queimado um caixão em frente à prefeitura. O poder público, o poder político, o poder econômico junto

com as rádios oficiais queriam enterrar e matar o sonho da sociedade civil organizada. A partir disso ganhamos mais força pra ir em busca, buscar se organizar, ir para outros estados e municípios, buscar outras rádios para formar uma corrente de rádios, pra não ser só a rádio aqui de Quilombo. (Carmem Canton em entrevista ao pesquisador, 22 mar. 2012).

Nesse sentido, houve vários encontros de formação, de estudo, de intercâmbio. Um grupo formado por lideranças de diversas entidades e movimentos sociais organizou uma viagem para São Paulo para conhecer a experiência das rádios comunitárias nas favelas. Algumas pessoas de outros estados também estiveram em Quilombo para conhecer a forma de organização das entidades e para assessorar encontros de formação.

A preocupação maior era a formação, e nessa discussão toda surgiu a proposta de fazer um curso popular, que durou praticamente, se não me falha a memória, um ano e meio, todo final de mês a gente se reunia na sexta, sábado e domingo com palestrantes diferentes, de diferentes lugares do país, e aí a gente conseguiu ter uma formação bem ampla do que vinha acontecendo, as análises de conjuntura que a gente tinha que entender para poder trabalhar. E com isso cada vez vinha clareando na mente do povo a importância de avançar no processo não só na reforma agrária da terra, mas na reforma agrária pelo ar também. (Zelito Cordazzo em entrevista ao pesquisador, 26 mar. 2012).

No decorrer dos dias, a ansiedade, a vontade da comunidade em ter sua própria rádio foi encorajando as lideranças a mais uma vez enfrentar os “poderosos”.

A rádio comunitária de Quilombo foi colocada no ar de forma clandestina. A rádio funcionava de dentro das residências de lideranças, um mês em uma casa, outro mês em outra casa. Havia até um código. O dizer 'Jesus está entre nós' era um código entre as lideranças envolvidas para dizer que a rádio comunitária estava no ar. (Alzira Canan em entrevista ao pesquisador, 24 mar. 2012).

Em 1997 foi encerrado o funcionamento da Aderp, e em abril de 1998 aconteceu a assembleia geral de fundação da Associação Cultural Rádio Comunitária FM de Quilombo. A assembleia contou com um grande número de associações, movimentos sociais, igrejas, sindicatos e de grupos coletivos, pessoas físicas e lideranças políticas. As entidades que participaram desse momento foram: Paróquia Santa Inês, Sindicato dos Trabalhadores na Agricultura Familiar, Cooperativa de Crédito Rural, Associação Municipal de Pequenos Agricultores (Ampac), Associação Fornazier e Brancher, Associação de Pequenos Agricultores São Pedro da linha Salto Saudades, Associação dos Pequenos Agricultores Buscando Saídas da linha Fátima, Movimento de Mulheres Agricultoras, Movimento dos Sem Terra². Depois desse ato foi realizada uma campanha para envolver outras entidades, com destaque para clubes esportivos, grupo de tradição gaúcha e diversos grupos coletivos e familiares que estavam em processo de constituição na época.

Em assembleia geral, em março de 1999, aprovou-se o nome da rádio comunitária: "A Voz do Povo". A partir desse momento começaram a ser enviados novamente documentos para o Ministério das Comunicações, para se ter a outorga de funcionamento. Porém, com o passar do tempo e sem respostas do Ministério, em

2 Essas entidades são citadas a partir de consulta ao livro de atas da fundação da associação.

julho de 2003, se decidiu por mais uma tentativa de colocar a rádio comunitária em funcionamento. Mas, com novas denúncias, mais uma vez a rádio comunitária foi fechada e as lideranças que conduziam a associação sofreram represálias e foram processadas. Algum tempo depois, esse fato se repete e as lideranças são intimadas a depor e processadas novamente. No entanto, a comunidade se mobilizou com novos abaixo-assinados, moções e declarações de apoio de pessoas físicas, pessoas jurídicas e do comércio da cidade.

Naquela época, a Diocese de Chapecó teve um importante papel na mobilização e fortalecimento dos movimentos sociais, entidades e pastorais na região oeste. A atuação do bispo Dom José Gomes, que ficou conhecido como o Profeta da Esperança, o Pastor dos Oprimidos foi muito importante, como lembra Carmen Canton. Ela conta que Dom José contribuiu com a rádio comunitária colocando à disposição um advogado para defender a diretoria da associação nos processos judiciais ajuizados contra as lideranças.

Eu não acredito que só foi uma vez que a polícia esteve aí, foram enviados muitos documentos para Brasília, muitas moções de apoio feitas pelas lideranças, pelas famílias e pessoas físicas. A sociedade se reunia, se mobilizava para proteger, levando os equipamentos embora. O que a gente podia segurar e colocar no mato para salvar a gente salvava, mas logo depois a gente botava no ar de novo, fazia uma 'vaquinha' arrecadava um real aqui dois lá e botava no ar, foi uma luta que não desanimamos, se tivéssemos desanimado nós não tínhamos a rádio até hoje. (Carmem Canton em entrevista ao pesquisador, 22 mar. 2012).

Princípios e funcionamento

No que se refere à programação, a lei que regula o serviço de radiodifusão comunitária determina que ela precisa ter caráter democrático, educativo e cultural. Na concepção das lideranças entrevistadas, que participaram das primeiras diretorias da rádio, a rádio comunitária de Quilombo observou esses princípios. Para Zelito Cordazzo, o grupo sempre levou em conta que uma rádio tem de estar a serviço da cidadania. Ele conta que a programação foi pensada juntamente com entidades, igrejas, sindicatos, bairros. Todos participavam do debate para fazer a programação. “Estava sendo construída não por interesse pessoal, mas pelo o que o povo pedia”, lembra. Segundo Cordazzo, a rádio comunitária vem para contrapor esse processo que beneficia os grandes, manipulando a população, por isso busca o espírito coletivo, junto com as entidades, com as diferenças, e todos têm o direito de se expressar. “A rádio comunitária veio pra esse fim”, conclui.

A formação do ser humano precisa ser constante. Como diz Pedro Rocha,

[...] para ter uma programação com caráter comunitário, é importante ter clareza e firmeza e aí a gente não vacila e não é assim que com um grito assustam a gente. Vamos criando laços de fortalecimento para garantir uma coisa que é nossa.

Ainda sobre a participação popular, ele comenta:

Historicamente, quem garantiu a rádio foi a população, as pessoas vinham de longe a pé e se colocavam à disposição, diziam ‘conte comigo pra ficar de hoje pra amanhã, pra garantir’. Com certeza, foram muitas pessoas que contribuíram e ajudaram a garantir este espaço que ao mesmo

tempo é de formação, entretenimento e um lugar para o povo de Quilombo 'soltar a voz'. (Pedro Rocha em entrevista ao pesquisador, 22 mar. 2012).

Documentos revelam que, mesmo sem outorga, a rádio comunitária de Quilombo, dispunha de comunicadores voluntários, formados especialmente por jovens da Pastoral da Juventude e de outros movimentos sociais. Conforme trabalho de conclusão de curso de Serviço Social, da acadêmica Daiane Tressoldi (2011), cujo tema foi “Rádios Comunitárias e Juventude: elos na construção da cidadania”, o quadro de comunicadores das rádios comunitárias da região oeste de Santa Catarina, inclusive a de Quilombo, é composto em sua maioria por jovens que têm nas rádios comunitárias sua primeira experiência em comunicação. Para se ter uma ideia, hoje, 70% dos comunicadores das rádios comunitárias do oeste de Santa Catarina são jovens com idade entre 15 e 29 anos.

A ajuda, na época, era tudo voluntário. Era feita uma escala da juventude e alguém sempre de olho, porque se dormia tinha que dormir com um olho fechado e outro aberto. Os jovens pesquisavam e tinham que ficar ligados. Teve muita formação que a paróquia e os movimentos puxavam. (Pedro Rocha em entrevista ao pesquisador, 22 mar. 2012).

Finalmente, depois de 12 anos, em dezembro de 2007, a Associação Cultural Rádio Comunitária FM de Quilombo recebeu outorga do Ministério das Comunicações. O endereço da instalação da rádio comunitária foi o Morro do Sol. Foi realizada uma campanha para a construção do estúdio, contando com doações de materiais de construção e dias de serviço. Ao mesmo tempo que se trabalhava na construção da estrutura física, era montada a equipe de pessoas

que seriam comunicadores e comunicadoras, com disponibilidade para o trabalho voluntário.

No dia 1º de maio de 2008, Dia do Trabalhador, a comunidade se reuniu para a festa de inauguração da rádio comunitária “A Voz do Povo”, frequência 104.9, de Quilombo. A comunidade quilombense passa a sugerir a programação e envolver-se no cotidiano da rádio. Com o passar dos dias, a programação foi ganhando corpo e a cultura local passou a ser mais valorizada, especialmente através dos programas da cultura italiana, alemã, cabocla, gaúcha e o programa dedicado às crianças.

Desde a inauguração, é realizada, anualmente, a festa de comemoração do aniversário da rádio, juntamente com o Dia do Trabalhador. Em 2010 teve início um novo processo e campanha de ampliação dos estúdios e aquisição de novos equipamentos para o melhoramento da qualidade de transmissão da emissora. Atualmente, a Associação Cultural Rádio Comunitária FM de Quilombo (ACRC FM 104.9) conta com mais de cem associados como pessoa física e várias entidades do município. A diretoria é composta por 14 pessoas, o conselho comunitário conta com representação de seis entidades e o conselho fiscal reúne-se periodicamente para avaliar o movimento financeiro da entidade.

A rádio “A Voz do Povo” é mantida financeiramente por apoios culturais feitos pelos estabelecimentos comerciais, comunidades e entidades estabelecidas no município como forma de patrocínio à programação e em contrapartida a rádio disponibiliza um tempo em sua programação para a divulgação desses estabelecimentos e eventos das comunidades.

O grupo de comunicadores é composto por sete pessoas com programas de segunda a sexta-feira, que recebem uma “ajuda de custo” para realização do trabalho. Além desses, outros seis comu-

nicadores contribuem com os programas de forma voluntária nos fins de semana. Um grupo de aproximadamente 35 crianças participa de cursos de formação de comunicadores disponibilizados pela rádio. A partir do curso, elas apresentam o programa “Criança Talento” nas manhãs de domingo.

Todos os dias, às 11h, vai ao ar o programa “Papo Cabeça”, com entrevistas sobre os mais diversos temas relacionados à comunidade quilombense. O jornalismo é distribuído na programação diária em forma de notícias e entrevistas, e no programa “Almoçando com a Rádio Comunitária” vai ao ar o “Jornalismo Geral da 104.9”, com notícias municipais, estaduais, nacionais e internacionais, fazendo um apanhado geral das notícias diárias.

Considerações finais

A democratização dos meios de comunicação está diretamente relacionada com a democratização da sociedade. Diante disso, justifica-se o estudo do contexto histórico e das motivações que impulsionaram o processo de implantação da rádio comunitária de Quilombo, tendo em vista que esse movimento se insere no processo de democratização.

A reflexão e o debate em torno das rádios comunitárias precisam ser constantes, já que se inserem no movimento de transformação da sociedade. Nesse resgate histórico sobre a rádio comunitária de Quilombo, foi possível perceber a dificuldade de se conseguir a liberação para prestar o serviço de radiodifusão comunitária e também o empenho que é necessário para se manter no ar e garantir a efetivação dos seus princípios.

A Declaração Universal dos Direitos Humanos garante que homens e mulheres têm o direito de participar livremente da vida de sua comunidade. Para Peruzzo (1998), uma das formas de exercer esse direito e esse dever é por meio da comunicação social. No entanto, no Brasil, assim como em outros países, esse exercício ainda é dificultado pelo Estado e pelos setores dominantes da sociedade.

As lideranças da rádio comunitária de Quilombo, entrevistadas nesta pesquisa, reconhecem que o processo de implantação da rádio foi muito complexo, difícil. O que é possível constatar ao analisar os relatos. Há dois fatores importantes que marcam essa história: o papel da Igreja Católica, através das pastorais da terra, da juventude e das lideranças da Paróquia Santa Inês. Havia uma “terra fértil”, as comunidades estavam insatisfeitas com os meios de comunicação da região (oeste de Santa Catarina) e principalmente com a inexistência de um veículo local, já que dependiam dos espaços raramente disponibilizados na rádio da cidade vizinha. Além disso, as lideranças percebiam e mostravam indignação com a censura e/ou desprezo em relação às pautas dos movimentos sociais ou de interesse dos agricultores familiares.

Outro fator decisivo foi a determinação, persistência e coragem das pessoas diretamente envolvidas no processo. Foram 12 anos de discussões, planejamento, capacitações, tentativas de funcionamento da rádio. Durante esse período, essas pessoas foram alvo de ameaças, de pressão política e de punições legais. Mesmo assim, elas não desistiram, pelo contrário, disponibilizaram suas casas para que a rádio funcionasse e ainda criaram o código “Jesus está entre nós” para anunciar aos mais próximos que a rádio estava no ar. Uma verdadeira operação de “guerrilha” pela liberdade de comunicação.

A rádio “A Voz do Povo” de Quilombo está oficialmente no ar há cinco anos. Depois de buscar e registrar o processo de implantação da rádio surge a necessidade de identificar os espaços e as atividades potencializadas pela rádio comunitária de Quilombo, na formação de seus trabalhadores e na comunidade. É importante também verificar se a programação cumpre com o papel educativo, informativo, cultural e democrático, ou seja, se ela cumpre, por meio da sua programação, o que está determinado em lei. Questões que suscitam novos estudos e pesquisas sobre esse objeto.

Referências

AMARANTE, Maria Inês. Rádios comunitárias e transformação social na América Latina. **Extraprensa**, edição especial, v. 3, n. 3, p. 511-524, dez. 2010.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e mensagens**: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>.

_____. Lei n. 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 19 fev. 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9612.htm>.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum**: comunidade, mídia e globalismo. Petrópolis: Vozes, 1998.

PERUZZO, Círcia Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Rio Janeiro: Vozes, 1998.

_____. Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas. **Fronteiras** – Estudos midiáticos, São Leopoldo, v. 11, n. 1, jan./abr. 2009. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/5039>>.

_____. Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento. In: PAIVA, Raquel (Org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

SILVA, Terezinha. **Gestão e mediações nas rádios comunitárias: um panorama do estado de Santa Catarina**. Chapecó: Argos, 2008.

TRESSOLDI, Daiane. **Rádios comunitárias e juventude: elos na construção da cidadania**. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Serviço Social) – Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, 2011.

O contrato de leitura do *Jornal Folha do Bairro*

Cássio Dal’Ponte

Mariângela Torrescasana

As entrelinhas da realidade jornalística do Brasil revelam ordens de direções totalmente contrárias, elencadas dentro dos pressupostos de apuração, seleção do público, conteúdo veiculado e recheio financeiro do jornal. Essas linhas que correm com uma frequência totalmente diferente umas das outras, se cruzam algumas vezes, mas sem perder o foco principal. Atualmente percebe-se certa subordinação de forças externas na produção do material veiculado nos meios “abertos” da comunicação. Muitos jornais resvalam na ética e adotam uma postura flácida em relação a preceitos básicos do jornalismo, que corre o risco de se tornar um catálogo comercial e político, o que já se verifica em muitos casos, por não defender seus valores noticiosos.

Na outra ponta, temos uma prática jornalística que se constitui em uma opção contrária à mídia comercial, mais comunitária, mais focada na essência das informações e menos sujeita a influências econômicas e políticas. No jornalismo comunitário, as pautas são mais autênticas, a colaboração das pessoas é levada a sério e a regionalidade das pautas abordadas deixa o jornal com a cara da comunidade.

Em meio a essas duas formas de atuação jornalística, existe outra opção que transita ora em uma, ora em outra. O jornalismo de bairro, como é chamado, se dispõe a praticar um discurso com princípios de participação comunitária, com uma atuação mais re-

gional, porém sem prescindir das formas convencionais de sustentabilidade econômica e do lucro.

Essa duplicidade de conduta – iniciativa de práticas de um discurso comunitário e de uma atuação empresarial – desperta o interesse para uma investigação sobre as possibilidades de relações engendradas com a comunidade através do discurso presente nos gêneros informativos de um jornal com essa característica, que tipos de trocas são estabelecidos e que espécie de comunicação se efetiva.

A comunicação comunitária é uma alternativa midiática preocupada em diminuir a distância entre o veículo e seu público. Com discursos e abordagens que diferem dos meios convencionais, a proposta de se consolidar como um parceiro local da comunidade consiste em noticiar e auxiliar a região, tornando-se um dispositivo social que tende a dar visibilidade maior para as questões de interesse local.

A importância desse modelo de conduta por parte dos veículos de comunicação traz para o debate a necessidade de aproximação entre autor e leitor, uma vez que a dinâmica de recepção do público ao conteúdo veiculado deve ser vista de diversos ângulos, principalmente porque isso permite uma análise mais apurada da realidade local, o que auxilia não só na construção das matérias, mas também na construção da identidade social da imprensa.

Jornais comunitários trazem registros marcantes do cotidiano da região em que circulam, especialmente porque uma de suas peculiaridades é atender a necessidade do leitor de se ver nas páginas do jornal e de poder relacionar os assuntos pautados com a sua rotina. Quando construído, esse vínculo se consolida como um contrato, um contrato de leitura.

No cenário midiático, qualquer proposta comunicativa tem metodologias específicas de abordar o público e interpelá-lo, bem

como de formar seus receptores e de estabelecer uma conversa com eles. A efetividade do método empregado na transmissão da mensagem vai depender da recepção ou rejeição do público-alvo.

Na prática, algumas das configurações da mídia comunitária se misturam com as de outros tipos de mídia, especialmente a local, que por sua vez podem apresentar pontos em comum com aquela de caráter comunitário, o que acaba por gerar dificuldades de compreensão e de diferenciação entre os processos de mídia comunitária e de mídia local. (Peruzzo, 2003, p. 3).

Segundo Peruzzo (2003), essa diferenciação pode ser observada facilmente através da análise do conteúdo e do discurso das duas mídias. A mídia local geralmente trata de assuntos mais gerais, como problemas do bairro, polícia, política e serviços públicos, tornando-se sumamente um veículo que transmite informações gerais. Por outro lado, a mídia comunitária apresenta uma preocupação social maior, o que a torna, além de um informante, uma ferramenta da comunidade para conscientizar e sensibilizar os moradores para causas específicas.

O principal ponto em comum entre as duas é justamente aquele em que ambas se diferem dos meios convencionais. A mídia convencional costuma pautar o que é de interesse da maioria, massificando o seu público; já a local, assim como a comunitária, busca pautar justamente conteúdos de interesse do seu público que não são facilmente achados nos meios convencionais.

É extremamente necessário entender a diferenciação entre mídia convencional, comunitária e local para que seja possível identificar as marcas dessas esferas midiáticas presentes no discurso do jornal *A Folha do Bairro*, do qual foram selecionadas, como *corpus* deste trabalho, algumas edições que circularam no período

de outubro de 2011 a janeiro de 2012, a fim de examinar, em seus conteúdos jornalísticos, o contrato de leitura, as modalidades dos enunciados e sua articulação com as imagens e as construções editoriais que denotam a adoção de estratégias discursivas de aproximação e identificação com a comunidade.

Verón (2004) afirma que todo discurso é uma mensagem socialmente situada. Tem um contexto de fundo e é, portanto, eivado de intencionalidade, o que não significa que todos esses discursos se efetivem. Quando um jornal se propõe a ser o “jornal do bairro ou da comunidade”, há toda uma produção de sentido sendo construída por seus enunciadores.

Cada situação comunicacional faz parte de um ritual, cujas regras permitem aos sujeitos se inserir nos processos de comunicação, a partir do que Pinto (1996, p. 166) classifica como “[...] domínio daquilo que é permitido/tolerado/excluído numa formação social dada [...]”, domínio esse entendido, aqui, como competência discursiva ou com o contrato.

De acordo com Verón (2004), o conceito de contrato de leitura implica que o discurso de um veículo de imprensa é um espaço imaginário onde os percursos são propostos ao leitor; uma paisagem, de certo modo, na qual o leitor pode escolher sua rota com um pouco de liberdade, ou zonas onde há o risco de se perder ou, ao contrário, que são balizadas.

Ao longo da estrada o leitor encontra personagens diversos que lhe propõem atividades várias, através das quais se vêm possíveis traços de relações, segundo as imagens que estes lhes passam. Um discurso é um espaço habitado de atores, de objetos e ler é colocar em movimento este universo, aceitando ou recusando, indo mais além à direita ou à esquerda, investindo mais esforços [...] Ler é fazer. (Verón, 2004, p. 216).

Para entender o discurso da imprensa, é fundamental distinguir enunciado de enunciação. De acordo com Verón (2004), independentemente da natureza do discurso, suas características são construídas, formando o “dispositivo de enunciação”. Esse dispositivo legitima:

1. A imagem daquele que fala; essa imagem é chamada de enunciador. Ela contém a relação entre quem fala e aquilo que é dito.
2. O destinatário, ou seja, a imagem daquele a quem o discurso é dirigido. O produtor do discurso, naquilo que faz, define seu destinatário.
3. A relação entre o produtor do discurso e o destinatário que está proposta no discurso; relação de cumplicidade.

O dispositivo de enunciação, na imprensa escrita chamado de contrato de leitura, está presente nos elementos que dão sustentação ao discurso da imprensa. É o contrato de leitura que estrutura maneiras de construir um leitor. Esse contrato se estabelece de forma coerente, com estabilidade ou não, adaptado ou nem tanto a seus leitores. Estudar o contrato de leitura não significa deixar de lado o “conteúdo”. Entretanto, o que importa são as diferentes maneiras de dizer ou os diferentes dispositivos de enunciação.

O enunciador não pode dividir seus discursos entre verdadeiros e falsos, porém, pode criar discursos que tomam efeitos que, dependendo da interpretação, podem soar falsos ou corretos, mas sem oficializar esse posicionamento. Essa prática ativa de entrelaçar o receptor em entrelinhas aparentemente imparciais, porém com estímulo interpessoal de interpretação, é o que consolida as características de diferentes enunciadores e torna sua narrativa familiar aos receptores.

O fazer usado como ferramenta de direcionamento de entendimento do conteúdo por parte do enunciador, que, por sua vez, induz o leitor a caminhar sobre o texto norteado por uma linha de raciocínio instantânea, de forma passiva e que acompanha a leitura sem expressar sua real opinião de forma explícita.

“Como todo discurso não deixa de ser uma construção social”, o discurso jornalístico invoca o chamado “*éthos*”, que, segundo Maingueneau (2004), acredita-se ser o discurso jornalístico que se constitui como a ferramenta dos cidadãos no que diz respeito aos seus direitos e anseios.

Sobre o *éthos* jornalístico, Amossy (2008, p. 9) afirma que “[...] todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si [...]”, regravando assim a necessidade de ligação e preocupação do enunciador com a maneira que o enunciado será composto.

A lealdade à linguagem local é essencial para que se crie um sentimento de pertencimento da comunidade na construção do jornal, principalmente nos títulos, onde o texto tende a ser mais bem absorvido pelo seu público, pois consiste na porta de entrada da leitura. Dessa forma, o leitor menos instruído identifica familiaridade com a linguagem utilizada nos títulos e se sente seguro em continuar a leitura.

O uso de aspas e de outros recursos linguísticos contribui para que a elaboração do material se torne mais peculiar, sem prescindir, é claro, do uso correto da língua portuguesa, pois para muitos moradores dessas regiões o jornal pode ser o principal, ou até mesmo o único meio de leitura ao qual eles têm acesso ou interesse. Seguindo esse pressuposto, podemos afirmar que esse veículo também possui um papel socioeducativo que resguarda preceitos básicos do jornalismo, a exemplo do *éthos* jornalístico citado.

Nas universidades muito se discute a imparcialidade como prioridade do informante, no caso, o comunicador. Principalmente na mídia eletrônica, onde a mensagem é instantânea, é perceptível que o texto, muitas vezes, transmite involuntariamente a posição do interlocutor, refletindo diretamente na interpretação da informação pelo receptor.

Observam-se, nos discursos midiáticos, linguagens diferentes e peculiares ao público receptor, com o objetivo de alcançar a proximidade. Para tanto, os emissores se utilizam de instrumentos que chamam e prendem a atenção do leitor ou ouvinte, como expressões singulares e/ou sons e imagens de impacto. A busca pela identificação e aproximação com o leitor é uma das maneiras pelas quais as mídias “renovam” permanentemente os contratos.

Bruck (2003) considera que os contratos de leitura firmam-se como reguladores das relações midiáticas. Para o autor, os contratos são criados a partir do momento em que determinado receptor reconhece no veículo, pelo qual passa a ter preferência, um conjunto de quesitos que viabilizam a proximidade e a identificação.

Essa identificação é percebida com mais clareza em discursos ofertados por meios de comunicação com propostas mais comunitárias. No caso de jornais, os que mais se voltam para a busca dessa inserção são aqueles que têm uma relação mais próxima com sua comunidade. Entre eles estão os chamados “jornais de bairro”, cuja prática já existe há mais de cinquenta anos no Brasil, mas com poucas pesquisas sobre sua atuação, sua trajetória, suas experiências, resultados e, especialmente, sobre o tipo de comunicação que oferecem em seus textos informativos e as relações que estabelecem com suas comunidades. Das histórias publicizadas sobre esses meios, as mais significativas remetem para os jornais de bairro da cidade de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul.

Os jornais de bairro de Porto Alegre diferenciaram-se por acentuarem características de participação e solidariedade. O desenvolvimento deste segmento no Rio Grande do Sul aconteceu a partir do surgimento da comunicação comunitária, praticada, especialmente, no final dos anos 60 e início dos anos 70, em todo o país, bem como na América Latina. (Dornelles, 2006, p. 73).

Em Chapecó, a criação do primeiro jornal de bairro surgiu como resultado de um diálogo em sala de aula. Localizado na região do bairro Efapi, a primeira edição do jornal *Folha do Bairro* circulou no dia 13 de dezembro de 2003. Conforme o proprietário e também fundador do jornal, graduado em Jornalismo pela Unochapecó, Laurimar Antônio Giaretta, desde o início o veículo se sustenta com assinaturas e venda de espaços publicitários.

O *Folha do Bairro* começou com circulação mensal, tiragem de quinhentos exemplares, cerca de dez anunciantes e um *slogan* que o identificava como sendo o “jornal da grande Efapi”. Hoje, segundo Giaretta, o jornal tem tiragem de 1,5 mil exemplares, sua circulação é bimensal, tem mais de sessenta clientes e deixou de ser restrito apenas ao bairro Efapi, atingindo também as regiões da Vila Mantelli, Jardim América, Engenho Braun, São Cristóvão, Presidente Médici, Centro e Bela Vista. Além de Laurimar, outras três pessoas são responsáveis pelo jornal, todas com formação superior. Na equipe do jornal, atuam como colaboradores seis colunistas, entre os quais o proprietário do jornal.

A nossa intenção sempre foi a de oferecer um produto que fosse útil à comunidade. Nossa postura é a de não só apontar problemas, mas indicar possíveis soluções. O slogan ‘A informação que você usa’ traduz a filosofia do nosso jornal. Não faz sentido publicar informações se ela não

contribui para a melhoria das condições de vida da comunidade. Crítica pela crítica não é nosso objetivo. (Laurimar Antônio Giaretta em entrevista ao pesquisador, 13 jun. 2011).

Segundo Laurimar, a sustentabilidade financeira do jornal é semelhante aos demais jornais comerciais, ou seja, sobrevive da publicidade e de assinaturas. Ele explica que a maioria dos anunciantes mora e possui estabelecimentos na região de abrangência do jornal. Esse mesmo fato acontece nos jornais comunitários e não se constitui em um problema para o exercício do jornalismo.

Nos jornais comunitários, tanto o leitor quanto o pessoal das vendas de anúncios são moradores da região, cujos direitos os autorizam a receber informações objetivas, apuradas e editadas. O leitor quer saber a verdade dos fatos no bairro em que mora. Logo, as pretensões do leitor não são antagônicas às dos anunciantes, pois estes também são moradores do local. O que garante a existência permanente do veículo é a política editorial comunitária e a credibilidade do mesmo. (Dornelles, 2002, p. 59).

Embora o jornal de bairro não seja sinônimo de comunitário, ele traz consigo a ideia de ser feito para a comunidade e, portanto, deve ter um comprometimento maior com as questões do local, sendo um porta-voz do clamor e dos anseios de seus leitores e mesmo de seus anunciantes. Nesse sentido, seus objetivos e funções assemelham-se aos de um jornal comunitário, permitindo que linguagens e discursos ofereçam pluralidade de ideias, com a adoção de práticas jornalísticas mais cidadãs e uma preocupação não orientada pelo lucro ou pelo interesse ideológico, seja ele de que espécie for.

Segundo Dornelles (2006), os jornais que possuem características mais cidadãs ajudam a construir uma prática saudável, que desenvolve algumas competências solidárias e, ao mesmo tempo, críticas. Fortalecendo esses valores, obviamente aquilo que antes era apenas um bairro, torna-se uma comunidade. Alguns veículos, entretanto, apropriam-se de propostas que envolvem as pessoas na comunidade, mas não obrigatoriamente representam uma proposta comunitária.

Esse impasse entre os interesses do jornal e do leitor enfraquece os laços entre as partes. Isso acontece quando o jornal visa acima de tudo o crescimento e acaba deixando de lado os interesses noticiosos da comunidade para agradar as lideranças econômicas e políticas. É nesse ponto que o jornal de bairro prova a sua essência idealista e demonstra sua independência e transparência perante a sociedade.

Esse termômetro da relação entre os leitores e os clientes deve manter uma frequência média, sem pender excessivamente para algum lado, pois se isso ocorrer, o *status* de jornal de bairro, feito para a comunidade, é deixado de lado e ganha o rótulo de jornal comercial da região.

O jornal *Folha do Bairro* permanece transitando entre as duas vias. Com uma linguagem de vocabulário mais acessível que os outros jornais da cidade, ele parece ser, ao lado da rádio comunitária do bairro, a melhor opção para os moradores serem ouvidos.

O jornal *Folha do Bairro* está inserido no maior bairro da cidade, composto por 32 loteamentos. Essa densidade populacional em relação a outros pontos da cidade fez com que o comércio do centro se deslocasse para lá, formando uma cidade dentro de outra. Esse fato influenciou, em anos anteriores, um movimento de emancipação, que não se concretizou. Essa corrida do comércio para a região

provocou uma ampliação no número de anúncios do jornal e, conseqüentemente, a abrangência das notícias aumentou.

A publicidade regional do jornal é muito forte, e por um lado ela consagra a aliança do jornal com a comunidade. A imagem da capa do jornal da primeira semana de abril revela, nos itens destacados, alguns anunciantes do bairro Efapi.

Figura 1 – Capa do jornal *Folha do Bairro* de abril de 2012

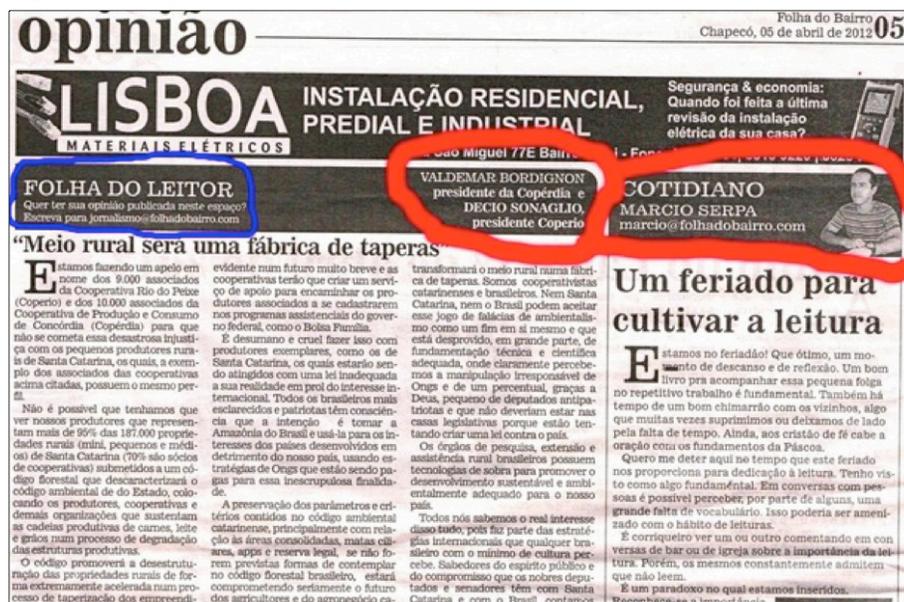


Fonte: elaboração dos autores a partir de *Folha do Bairro* (2012).

Essa confiança de anunciar no jornal do bairro mostra que o comércio realmente percebe a popularidade desse veículo e acredita na rentabilidade financeira que pode ser gerada através dessa propaganda. Em contrapartida, podemos perceber em alguns pontos do jornal a presença da própria comunidade, já que os moradores ou representantes de alguma instituição têm espaço para publicar seus comentários e opiniões sobre determinados assuntos de interesse da comunidade.

Na imagem a seguir, retirada da mesma edição da figura 1, podemos verificar essa presença:

Figura 2 – Página 5 do jornal *Folha do Bairro* de abril de 2012



Fonte: elaboração dos autores a partir de *Folha do Bairro* (2012).

A participação dos moradores da comunidade e de lideranças que se propõem a contribuir com o veículo promove uma dinâmica de comunicação que acaba sendo usada como ferramenta da sociedade para reivindicar os direitos dos cidadãos que ali residem.

A proximidade das pautas traz um apelo forte em relação a questões religiosas e tradicionais em datas especiais, como Natal e Páscoa, diminuindo a distância entre o emissor e o receptor da informação. Essa discussão é dinâmica. Da mesma forma que o leitor se sente situado na matéria, ele também fica aberto para receber novas informações, mesmo que inconscientemente.

O jornal de 31 de outubro de 2011 trouxe, na editoria “Geral”, uma matéria cujo título era “Excesso de velocidade intriga moradores”. Essa matéria estava ilustrada por uma foto, mostrando a Avenida Atílio Fontana, com uma legenda em letras pretas e tarja branca sobre a foto, o que chamava muito a atenção. O texto apresentava a reclamação dos comerciantes da região da Grande Efapi, reivindicando a inclusão de obstáculos ou reestruturação da fiscalização no local, já que a lombada eletrônica, localizada justamente no local onde acontecia a maioria dos acidentes de trânsito e excesso de velocidade, estava desativada desde julho de 2010. A reportagem ouviu dois comerciantes que reclamavam da dificuldade de acesso aos seus estabelecimentos e uma moradora que disse ficar nervosa sempre que necessitava atravessar a via. Nessa matéria, o jornal cede espaço para os comerciantes questionarem a administração municipal em relação ao cumprimento dos deveres com os cidadãos e solicitarem, também, que sejam tomadas providências para resolver o problema.

Na primeira edição do mês de novembro de 2011, o jornal publicou na capa outra reivindicação da comunidade, com a chamada “Mais PMs para a Efapi”, e aproveitou a mesma capa para outra chamada, sem foto, com o título: “Detentos trabalharão em Agroindústria”. O uso de fontes negritadas, em tamanho maior, e destaque ao nome do bairro, em vermelho, chamava a atenção dos leitores no primeiro instante. Porém, a peculiaridade dessa capa estava na pre-

sença de uma espécie de “selo”, colocado no canto superior direito da página, com a seguinte chamada: “MUDANÇA – A Folha apoia esta ideia na Attílio Fontana”. Essa abordagem mostra o posicionamento do jornal em relação à discussão levantada na edição do mês anterior (outubro/2011), já citada, na qual os moradores do bairro, em especial os comerciantes da rua, reivindicavam melhorias na fiscalização do trânsito.

Nessa mesma edição aparece uma reportagem de âmbito municipal, que conta a história de um chapecoense que sofria de leucemia e veio a falecer. O personagem foi o principal responsável pela criação da lei estadual que incentiva a doação de sangue e medula óssea em Santa Catarina. No texto, é contada brevemente a história do jovem e, na sequência, vem uma exemplificação do que consiste a Lei. Para concluir a matéria, são informados os horários de atendimento do Hemosc, órgão responsável pela coleta de sangue no município. Essa notícia foi publicada na editoria Geral e redigida em linguagem literária, o que deixa transparecer a intenção de sensibilizar o leitor para a causa. Esse estilo de texto pode ser percebido em muitos outros pontos do jornal.

Já a edição de 30 de dezembro de 2011 traz uma matéria de página inteira na editoria de Educação, onde um morador da comunidade relata a experiência de realizar o seu grande sonho: concluir o ensino médio. A matéria inicia com um depoimento emocionado do morador, ressaltando as dificuldades encontradas ao longo da vida por ter abandonado os estudos antes de concluir o ensino fundamental. Ele, caminhoneiro desde os 18 anos de idade, se formou através do Projeto de Educação de Jovens e Adultos (EJA), na modalidade de ensino a distância, e afirmou que pretendia ingressar em um curso superior no Instituto Federal Tecnológico em 2012. Na sequência, a reportagem traz o depoimento de uma moradora que,

a exemplo da maioria da população ativa do bairro, é funcionária de uma indústria do setor alimentício. Ela narra as suas experiências e traduz as sensações de alguém que se encontra na condição de formanda. A matéria encerra com um intertítulo, indicando que estão abertas as inscrições para o projeto EJA, destacando ser esse o único a oferecer essa modalidade de ensino na região da grande Efapi e fazendo uma breve crítica ao sistema de educação do município.

Ao se analisar a reportagem da edição do dia 30 de dezembro de 2011, percebe-se que ela está ancorada em dois depoimentos, o que permite a visualização de uma linguagem direta, como uma conversa entre vizinhos. Essa é considerada uma marca do jornalismo de bairro, seguida da crítica, do papel socioeducativo e de ser um instrumento de informação da comunidade.

Na primeira edição de janeiro de 2012, o desdobramento do assunto pautado em praticamente todas as edições analisadas – a Avenida Attílio Fontana – é matéria de capa. Com uma foto gigante e um pequeno texto com o título “MANUTENÇÃO”, em caixa-alta, o jornal traz o acompanhamento das melhorias e investimentos realizados pelo setor de obras da prefeitura, mostrando que além de apoiar a comunidade na reivindicação dos seus direitos, mantém uma linearidade nos assuntos pautados, que conserva a postura de reivindicar, bem como acompanhar a resolução dos casos noticiados.

A última matéria analisada trata das superstições que giram em torno do ano novo e que estão “na boca do povo”. Esse texto, presente nas páginas 06 e 07 da primeira edição de janeiro de 2012, fala da maneira divertida como foram realizadas as comemorações da virada do ano em diferentes loteamentos da região da Grande Efapi, expondo como a comunidade realiza esse ritual que é celebrado em todo o mundo.

O que mais chama atenção nessa matéria são as divisões entre regiões do mesmo bairro para descrever a comemoração. Percebe-se que, mesmo sem muitas diferenças, o jornal abre espaço para o relato de vários moradores, de diferentes loteamentos.

Após a avaliação de algumas edições do jornal *Folha do Bairro*, que circularam no período de outubro de 2011 a janeiro de 2012, é possível perceber um vínculo de pertencimento bem significativo desse jornal com a comunidade, uma vez que todas as pessoas e profissionais que produzem o material são moradores do bairro.

Outro fator que colabora para a proximidade entre o jornal e seu público vem da publicidade presente no jornal. Ela é inteiramente da região de abrangência do veículo. A análise do conteúdo publicado identifica a presença do regionalismo nas pautas selecionadas, a simplicidade presente na linguagem e a forma de abordagem, que pode ser comparada com a linguagem utilizada no rádio, em que a ordem direta é usada para a construção do discurso, buscando facilitar o entendimento de grande parte da população, possibilitando o desenvolvimento de habilidades críticas.

Prescindindo da força que a linguagem do discurso radiofônico exerce nessa região, devido aos altos índices de audiência historicamente registrados através da programação AM, o jornal é reconhecido por ser recebido de uma forma muito familiar, pois fala de modo claro e sem causar estranheza ao seu público.

Visto dessa maneira, o jornal *A Folha do Bairro* alinha-se a um tipo de mídia com características e discurso mais próximos de sua região, mais plural, mais preocupada com as questões locais. Embora não seja comunitário, ele consegue traduzir, e de certa forma revelar, as necessidades da comunidade, trazendo consigo princípios de participação e de atuação regional.

Referências

AMOSSY, Ruth. **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2008.

BRUCK, Mozahir Salomão. Contratos de comunicação no rádio: estratégias para representações e vinculação social. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26., Belo Horizonte, 2003. **Anais...** Belo Horizonte: Intercom, 2003. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_np06_bruck.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2011.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise de discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

DORNELLES, Beatriz. **Jornalismo solidário**. Porto Alegre: GCI, 2006.

_____. **Mídia, imprensa e as novas tecnologias**. Porto Alegre: EdUPUCRS, 2002.

PERUZZO, Cicilia. Mídia Local e suas Interfaces com a mídia comunitária. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26., Belo Horizonte, 2003. **Anais...** Belo Horizonte: Intercom, 2003. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP12_peruzzo.pdf>. Acesso em: 7 abr. 2011.

PINTO, Milton José. Contextualizações. In: NETO, Fausto; PINTO, Milton José (Org.). **O indivíduo e as mídias**: ensaios sobre comunicação, política, arte e sociedade no mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2005.

O desenho do Movimento das Mulheres Camponesas esboçado no campo midiático

*Angélica Dezem
Mariângela Torrescasana*

O direito humano à comunicação vem sendo violado há muito tempo. Cercear esse direito é dar lugar à opressão e à dominação sobre as pessoas. Nesse contexto, Guareschi (2003, p. 14) considera positivo o surgimento, entre os grupos organizados, da consciência de que a “[...] construção de cidadania passa pela discussão do papel exercido pelos meios de comunicação social.”

Nesta pesquisa, buscamos avançar um pouco mais sobre essa questão do comportamento da mídia com relação a grupos organizados e a forma em que os espaços midiáticos são disponibilizados, considerando a mídia, nesse sentido, um serviço público, aquém de questões ideológicas. Entendemos ser importante analisar as possibilidades que permitem a profusão e a difusão de vozes desiguais, do acesso geral do povo à palavra.

É partindo desses pressupostos, também endossados por Guareschi (2003), que consideramos ser pertinente conhecermos quais as possibilidades que movimentos sociais, tomando como objeto o Movimento das Mulheres Camponesas (MMC), têm de expressarem suas ideias e verem seus direitos respeitados no universo midiático. O MMC é um movimento que se diz autônomo, democrático, popular, feminista e de classe, na perspectiva socialista.

Com base nessas considerações, desenharam-se algumas hipóteses que pontuaram nosso estudo, entre as quais estão as de que, no atual sistema comunicacional, de caráter excludente e dominador, são poucas as chances dos movimentos sociais, neste trabalho representados pelo MMC, provocarem rupturas no poder simbólico, legitimado pelos meios de comunicação; e a de que a possibilidade de tomar a palavra, expressar seu pensamento, trazer à luz da discussão nacional o seu projeto de vida em sociedade está atrelado à instituição de uma mídia aberta à pluralidade, democrática, fundamentada em cinco princípios: igualdade, diversidade, participação, solidariedade e liberdade.

Apesar da ascensão da internet e do uso horizontal que esta plataforma oferece, veículos do próprio movimento não potencializam seu uso, como será mostrado nos resultados. Na pesquisa “Campo midiático: as possibilidades de sobrevivência dos movimentos sociais dentro do território da mídia”, desenvolvida pelo acadêmico Matheus Graboski, a respeito do MMC/SC, observou-se uma realidade por muitos considerada distante: a importância da comunicação “boca a boca”. O lócus de sua pesquisa abrangeu o oeste de Santa Catarina, onde bilhetes e o repasse de recados verbalmente ainda são os meios mais eficazes.

Na região estudada, as mulheres camponesas também não utilizam com frequência a maioria das ferramentas tecnológicas, como computadores e smartphones, devido ao desconhecimento e à falta de capacitação. Outro fator que impede a opção pelo uso de ferramentas disponibilizadas pelas novas tecnologias é a falta de sinal de internet e telefonia móvel. (Casanova; Torrescasana; Goldschmidt, 2014, p. 7).

O *corpus* desta pesquisa foi composto por 86 matérias *on-line*, publicadas por veículos nacionais, no período de janeiro de 2011 a maio de 2015, por seis tipos de veículos: oficiais, comerciais, independentes, do movimento, de instituições religiosas, de instituições educacionais e de instituições político-partidárias.

Numa primeira avaliação, é notória a predominância de matérias produzidas e veiculadas por e para veículos convencionais impressos, que também se repete no meio considerado mais plural, a internet. Nosso estudo volta-se justamente para investigar, nessa plataforma midiática, como a imagem do MMC é concebida; analisar a forma como os veículos favoráveis ou não reportam a história desse Movimento; e identificar as estratégias de inclusão e de empoderamento do MMC nesse novo meio de comunicação.

Democratização da mídia e liberdade de expressão: por que debater?

De maneira crescente, somos bombardeados por notícias e informações, seja na TV, no rádio, na plataforma *on-line*, incluindo as redes sociais. Porém, mesmo com a diversidade de escolhas e a autonomia que a internet propicia a uma grande parcela da população, determinados veículos de comunicação seguem controlando notícias e sua forma de produção de conteúdo. Esses mesmos veículos possuem poder de dominação e formação da opinião pública, que acaba por envolver e influenciar quem o assiste, transformando essas versões em “verdade absoluta”. A mídia tende a assumir papel de oposição. Entretanto, a prática do jornalismo e a produção da notícia, por vezes, parecem ser baseadas em jogos de interesses político, econômico e ideológico dos proprietários dos veículos.

No Brasil, a informação está sob o domínio de apenas nove famílias: Abравanel (SBT), Bloch (Antiga Manchete), Civita (Abril), Frias (Folha), Levy (Gazeta), Marinho (Globo), Mesquita (O Estado de São Paulo), Nascimento Brito (Jornal do Brasil), Saad (Band)¹. Essa centralização e controle de conteúdo podem gerar ruídos entre o emissor, a mensagem e o receptor, ressaltando a parcialidade de certas mídias, devido à linha editorial que as guia. A democratização da informação permite o livre acesso aos conteúdos e ainda dá voz a todos de forma igualitária, ampliando pautas, horizontalizando a produção e pluralizando o público.

Atualmente, existem 521 concessões de televisão no País, das quais 317 são comerciais e 204 são públicas e educativas. Na mídia rádio há 9.589 emissoras, sendo 4.619 privadas e 4.970 administradas por entidades comunitárias e educativas (Abert, 2014). Já no jornalismo impresso são 4,8 mil jornais e 1,8 mil revistas. De forma crescente, somam-se também *sites*, *blogs*, portais e redes que vêm registrando aumento no número de acessos com a expansão da internet. Pela grande quantidade de veículos, pressupõe-se a diversidade de conteúdo e disseminação de informação. Mas os veículos convencionais, mencionados anteriormente, se sobressaem e, com isso, os projetos de leis para a reforma da mídia têm crescido.

Em entrevista à Mariana Melo, publicada na revista *Carta Capital*, em 24 de setembro de 2014, a deputada federal pelo PCdoB-RJ, Jandira Feghali, autora do projeto de regionalização da produção jornalística, cultural e artística, que está em tramitação desde 1991, abordou a dificuldade

1 Disponível em: <<https://shimahouse.wordpress.com/2012/12/04/as-9-familias-donas-da-midia-no-brasil/>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

[...] de fazer valer essas propostas no Congresso Nacional, principalmente o marco, que ainda precisa de forte articulação dos congressistas para emplacar no Parlamento. 'É um tema difícil porque traz a possibilidade de gerar consciência política e protagonismo social, interferindo nos interesses daqueles que de fato exercitam o poder no Brasil. No Congresso, há muitos detentores de meios de comunicação, como deputados e senadores'. (Melo, 2014, [s.p.]).

A disseminação da informação, dessa forma, é geralmente regida por interesses particulares e das linhas ideológicas dos veículos. Muitos veem na internet uma maneira de se expressar sem ser corrompido por essa centralização de poder; porém, os meios de maior influência além da internet seguem sendo os mais acessados também *on-line*.

Com a possibilidade de ler, conhecer e inclusive produzir conteúdos, a grande massa de informações, disseminadas no mundo virtual, desvia a busca por aprofundamento de assuntos, e acaba, por vezes, direcionando leituras aos mesmos veículos buscados em outros meios, como o impresso ou a televisão. O mau uso da ferramenta tem gerado uma desconfiança sobre a seriedade das informações, o que leva muitos usuários a acessarem *sites* que detêm maior credibilidade, já reconhecidos como fontes de informação confiável.

Nesse aspecto, uma das hipóteses levantadas antes da realização da pesquisa foi a ausência dos movimentos sociais como pauta de grandes veículos e o fato de que, quando noticiados, são representados de maneira errônea ou superficial.

O MMC possui *site* próprio e páginas em redes sociais, mas a alimentação desses espaços é esporádica, servindo mais para comunicar ações que acontecerão em determinados intervalos de tempo.

Potencializar a produção e o acesso a esses meios é muito importante, tanto para o movimento quanto para a sociedade, que se vê presente e percebe a voz das minorias, que raramente possuem espaço nas grandes mídias, ativa.

O oligopólio da informação pode gerar um ruído comunicacional em função da forma como as notícias são elaboradas e a maneira como o conteúdo é exibido. A diminuição desse ruído é essencial para o surgimento real da diversidade de informação e conhecimento de causas importantes, como as bandeiras levantadas por esse movimento marginalizado por essa parcela da imprensa.

O movimento camponês e feminista

O Movimento das Mulheres Camponesas (MMC) possui uma história de luta de mais de três décadas. Na década de 1980, diferentes movimentos estavam sendo consolidados nos estados, em sintonia com o surgimento de movimentos do campo. Motivados pelo desejo de “reconhecimento e valorização das trabalhadoras rurais” (MMC, [s.d.], [s.p.])², esses movimentos efetivaram sua participação política com a criação de bandeiras de luta, organizando-se para reivindicar seus direitos. Nessa época, o movimento tinha o nome de Movimento das Mulheres Agricultoras (MMA), denominação que se manteve até 2004.

O primeiro momento é a fase de sua criação na década de 1980, as lutas pela documentação e reconhecimento enquanto trabalhadoras rurais; como segundo, a fase na década de 1990, em que o movimento assume lutas ligadas à questão de

2 Disponível em: <<http://www.mmcbrazil.com.br/site/node/44>>.

gênero, mais explicitamente. A Assembleia do MMA, realizada em 2001 na cidade de Concórdia/SC, traçou o que considero um momento crucial para a trajetória do movimento, o qual pode ser caracterizado como um terceiro momento. Esta terceira fase é marcada pela exteriorização de uma postura feminista das militantes, porque é neste momento que o movimento se caracteriza como um ‘movimento camponês e feminista’ [...] Com a filiação do MST à Via Campesina, a partir do final da década de 1990 até hoje, esse movimento passou a se autodenominar camponês, mesmo mantendo a antiga denominação. (Boni, 2013, p. 68-69).

O MMC é resultado da união de vários movimentos de mulheres do campo e a adesão do movimento à Via Campesina. O termo “camponês” foi debatido e englobado, levando à mudança na nomenclatura do movimento, que busca a heterogeneidade das mulheres do campesinato, independentemente de serem agricultoras, pescadoras, extrativistas ou dedicarem-se a outras atividades que se encaixam nos ideais do movimento.

A identidade camponesa é o reconhecimento do que o identifica, do que lhe é próprio. Ela é caracterizada pelo modo de viver, pelo modo de se relacionar com outros grupos sociais e com a natureza, através do uso que se faz dela, expressos pelos hábitos alimentares e comidas típicas, pela cultura, pela música, pelas danças, pela mística e religiosidade, pelo jeito de produzir e de cuidar da terra. Para o camponês e a camponesa, a terra é o lugar de reproduzir e cuidar da vida. As sociedades e comunidades tradicionais, nas quais se inserem os indígenas, os quilombolas, os sertanejos, os caiçaras, os caboclos, os extrativistas e, por fim, o campesinato em toda sua sociodiversidade, caracterizam-se pela sua dependência em

relação aos recursos naturais. É no aprendizado sobre o funcionamento dos ciclos naturais – de quando chove ou faz seca, sobre as plantas que ali crescem ou os animais que por ali vivem – que nasce e se desenvolve o conhecimento sobre essa diversidade, e que tradicionalmente é repassado de uma geração a outra. Assim se constrói ‘o modo de vida’ de cada povo ou comunidade tradicional e são definidos os seus territórios, espaços onde cada grupo se reproduz econômica e socialmente, autoidentificando-se com ‘o lugar’, por pertencer a uma cultura distinta das demais. Assim é o camponês brasileiro. (Silva, 2011, p. 453 apud Boni, 2013, p. 70).

A adoção desse termo representa um ato de resistência dentro do movimento, seja pela precariedade vivida no campo ou à injusta luta contra os grandes mercados. Para Ploeg (2008, p. 286 apud Boni, 2013, p. 77), o império alimentar é como “[...] um princípio orientador que se expressa em/e através de muitas entidades e relações diferentes.” Essas relações, se comparadas ao campesinato e ao modelo que rege o mercado capitalista, evidenciam a disparidade entre ambos. Com a inserção do termo camponês, o que prevalece é o cultivo familiar, sem o uso de agrotóxicos e o uso predominante de sementes crioulas no plantio.

Além dessa bandeira, o MMC também se define como feminista. Embora o termo tenha sido aplicado recentemente, a história do movimento traz as mulheres sempre à frente, caracterizando o movimento antes mesmo de sua identificação. Um exemplo do protagonismo feminista foi a ocupação dos gabinetes dos deputados federais e senadores em Brasília, para garantir a votação de direitos previdenciários. Essa ação foi iniciada e concretizada por elas.

Muitas vezes, passa pela nossa cabeça que ser feminista é ter atitudes opressoras e dominadoras, semelhante ao machismo. Para o Movimento de Mulheres, ser feminista é ser mulher que luta pelos direitos, que luta pela igualdade entre as pessoas e pela transformação da sociedade. Tem várias formas de entender o significado da palavra identidade. Para nós do Movimento de Mulheres Camponesas – MMC, identidade camponesa é um processo de libertação pessoal e coletiva. Então o projeto de sociedade está relacionado com a nossa identidade camponesa. Isto quer dizer: me identifico com as mulheres e famílias que produzem alimentos saudáveis, praticam a agroecologia, recuperam sementes crioulas, plantas medicinais e nativas, protegem as fontes e nascentes, enfim, cuidam da biodiversidade como um todo. Para nós, mulheres organizadas, ser um movimento camponês é produzir alimentos saudáveis para o auto sustento da família e a geração de renda. As mulheres têm um papel fundamental no fortalecimento da agroecologia, pois sempre cuidaram da diversidade plantando de tudo. Identidade camponesa feminista é também quando as mulheres que produzem alimentos saudáveis e lutam pelos direitos se encontram para refletir sobre suas vidas. (Cartilha da 11ª Assembleia estadual do MMC, 2008 apud Boni, 2013, p. 81-82).

O atual modelo capitalista é visto como opressor, tanto na questão de classe, como na questão de gênero. As bandeiras levantadas pelo movimento são ampliadas e abraçadas pelos membros, mulheres que lutam por espaço e igualdade dentro e fora do campo, com uma perspectiva popular, socialista e agroecológica.

Me sinto bem representada dentro do Movimento, antigamente as mulheres não eram reconhecidas, não tinham respaldo. Nós, no assentamen-

to, sempre lutamos pela igualdade, a mulher é tratada da mesma forma que o homem, sempre buscamos igualdade de gênero. Mas 'lá fora' tem a opressão, e o movimento ajuda a romper isso. (Ivone Weber, 46 anos, assentada do MST em Dionísio Cerqueira, em entrevista ao pesquisador em 3 jun. 2014).

Pelos relatos, pode-se entender que é através do movimento que vem o reconhecimento das mulheres camponesas e de que suas bandeiras resultaram na conquista de direitos. Boni (2013) ressalta a conquista das mulheres como “produtoras rurais”, o que ampliou seus direitos trabalhistas, além de conceder uma identidade às mulheres e também o seu envolvimento com outras organizações sociais, sem perder sua autonomia, mas ampliando e intensificando seus ideais e bandeiras de luta, criando lideranças políticas e possibilitando sua inserção na sociedade.

O MMC é muito válido, é um movimento que tem rumo e objetivo. Eu acompanho toda a caminhada de luta pela igualdade, inclusive vi muitas mulheres se separarem do marido porque se libertaram, porque estavam vivendo uma vida que não era delas, que casaram porque o pai quis, não por vontade própria. Dentro do sindicato era muito difícil trazer mulheres, na festa dos agricultores, o protagonismo da mulher era difícil e às vezes era julgado até por outras mulheres. Eu me emociono porque sou apaixonado por essas organizações e pela luta dos seus direitos. O movimento é justo. (Markos Antônio Dreyer, 60 anos, assentado em Dionísio Cerqueira, em entrevista ao pesquisador em junho/2014).

A imagem do movimento na mídia

A influência da mídia na sociedade é evidente. Considerando que os meios de comunicação são formadores de opinião e criadores-reprodutores de cultura (Guareschi, 2003), buscamos analisar de que forma diferentes veículos de comunicação noticiam e divulgam os movimentos sociais, com foco no MMC. O mapeamento das notícias, no período de janeiro de 2011 a maio de 2015, totalizou 86 publicações, dentre as seis categorias de veículos analisados.

Quadro 1 – Matérias produzidas por categoria de veículo

Tipo de veículo	Quantidade de matérias produzidas/ano				
	2011	2012	2013	2014	2015 ³
Oficiais	-	-	3	-	2
Comerciais	1	-	6	6	7
Independentes	2	3	8	1	4
Do Movimento	1	4	14	8	4
Inst. Educacionais	-	2	1	-	-
Inst. Religiosas	-	-	3	-	1
Inst. Político-partidárias	-	2	1	-	2
Total por ano	4	11	36	15	20
Total geral	86 matérias				

Fonte: elaborado pelas autoras.

3 Vale destacar que no ano de 2015 o período analisado foi de cinco meses (janeiro a maio).

No período estudado, coletamos apenas cinco publicações em *sites* oficiais, sendo três em 2013, relacionadas ao I Encontro Nacional das Mulheres Camponesas, sediado em Brasília, e dois em 2015, com a apresentação de reivindicações à deputada Eleonora Menicucci, com textos objetivos e de cunho informativo.

Segundo Champagne (1998 apud Guareschi, 2003), a mídia, quando comprometida com interesses hegemônicos, na defesa desses interesses, fabrica conhecimentos a fim de configurar a realidade que visa divulgar. Com esse pressuposto, as informações de veículos comerciais tendem a seguir interesses e ideologias de seus donos ou da rede da qual fazem parte.

Nos veículos comerciais, mapeamos vinte matérias, sendo 19 nos últimos três anos e uma pequena nota em 2011, no *site* de uma rádio em Xanxerê. Geralmente, veículos menores e de interior, que são os que fazem a divulgação de atos e ações do movimento, enaltecem e oferecem espaço pela relação que têm com o movimento. Para Ivone Weber, assentada do MST em Dionísio Cerqueira, a visão das mídias locais é positiva, “[...] eles nos dão espaço, permitem que façamos a divulgação. Não somos procurados, mas quando buscamos, temos espaço.” (Ivone Weber em entrevista ao pesquisador em 03 de junho/2015).

Quando analisamos veículos de âmbito nacional, o cenário é diferente. De janeiro a maio de 2015, sete matérias foram coletadas em razão da ocupação do Movimento das Mulheres Camponesas na fábrica da Bunge, em Luziânia (GO), um dos atos de maior repercussão do movimento. Na perspectiva da análise de conteúdo, a construção da maioria das notícias a respeito desse ato segue a linha do fortalecimento da negatividade, num discurso que deturpa ou ofusca as intenções do Movimento e divulga a ação como um ato de vandalismo, desmerecendo o seu propósito. Um exemplo é a

manchete de capa do jornal *Diário da Manhã*⁴, no dia 9 de março de 2015, cujo título foi “Camponesas invadem fábrica da Bunge em Luziânia (GO)”. No decorrer da matéria, o jornal reduz a importância do ato ao descrevê-lo como fato isolado, não como protesto em prol das bandeiras de lutas, tão fortes dentro do MMC.

As outras matérias têm esse mesmo viés. A palavra invasão não foi usada em nenhum outro veículo, mas o ato foi o foco central, com pouco aprofundamento a respeito do que a ocupação representava de fato.

No âmbito nacional não me sinto representado. A primeira vez que abrimos espaço para a mídia, nós não tínhamos experiência, nem sabíamos como lidar com isso, e eles, pessoal da Globo, gravaram tudo o que tinha; estávamos felizes da vida, mas quando foi para o ar, usaram as gravações para fazer campanha política. A gente apareceu na matéria, que trouxe dados dizendo que no ano anterior à campanha, o governo assentou número X de famílias e usaram nosso assentamento pra dizer que isso dava certo. E eles cortaram bandeiras do movimento, tudo que aparecia o emblema, dessa parte nada apareceu. Depois disso criamos um termo para que a gente assista o que é produzido aqui antes de ir pro ar, porque é difícil confiar. Os movimentos sociais, falando mais do MST, só aparece na mídia quando dá confronto com a polícia, quando faz ocupação, sempre com imagem ruim. (Markos Antônio Dreyer, 60 anos, assentado em Dionísio Cerqueira, em entrevista ao pesquisador em junho/2014).

Os veículos comerciais são os que tendem a ter maior abrangência, inclusive na internet, onde a pesquisa e o acesso a novos meios são facilitados. Dessa forma, a imagem do Movimento é cons-

4 Disponível em: <<https://www20.opovo.com.br/app/economia/ae/2015/03/09/noticiaseconomiaae,3404219/camponesas-invadem-fabrica-da-bunge-em-luziania-go.shtml>>. Acesso em: 15 set. 2015.

truída com base nas notícias divulgadas, tendo um recorte negativo. O MMC possui *site* e páginas em redes sociais, que poderiam trazer um contraponto aos comerciais, mas seu uso não é potencializado.

O *site* do MMC, e de outros movimentos ligados a ele, foram os que mais publicaram matérias, porém, a maioria se referia a divulgações breves, trazendo a arte do evento e a data de marchas, manifestos, encontros e ocupações.

Quadro 2 – Enfoque das matérias por categoria de veículo

Veículos	Enfoque das matérias		
	História do Movimento	Divulgação de eventos	Ações (marchas, ocupações, encontros)
Oficiais	-	-	5
Comerciais	-	7	13
Independentes	4	5	9
Do Movimento	5	17	9
Inst. Educacionais	2	-	1
Inst. Religiosos	1	1	2
Inst. Político-part.	-	2	3
Total	12	32	42

Fonte: elaborado pelas autoras.

A história do movimento também está presente, mas é pouco explorada, não se constituindo em instrumento eficaz de contraponto à grande mídia. Nos assentamentos visitados durante o período de pesquisa, a internet é vista como ferramenta facilitadora, mas pouco explorada e, de certa forma, restrita a um pequeno nú-

mero de pessoas que sabem utilizá-la, ainda que de forma básica. Ivone Weber diz que dentro do assentamento, em Dionísio Cerqueira (SC), eles utilizam a mídia *on-line* para divulgar artesanato, trabalhos e ações promovidas.

A maioria dos veículos independentes e de instituições religiosas, educacionais e político-partidárias, com ideologia de esquerda (PSOL, PSTU, PT), traz matérias favoráveis ao MMC e às bandeiras defendidas, com diferentes abordagens. No período de análise, percebeu-se que apenas um *blog* pessoal, dentro da categoria de veículos independentes, foi contrário ao movimento.

Outra característica observada é que, entre os veículos independentes, há predomínio de textos opinativos, enquanto nas demais categorias, o cunho informativo dos textos é maior.

Quadro 3 – Tipos de notícia por categoria de veículo

Veículos	Tipo de notícia			
	Informativo	Interpretativo	Opinativo	Diversional
Oficiais	4	1	-	-
Comerciais	16	4	-	-
Independentes	6	-	12	-
Do Movimento	21	-	10	-
Inst. Educacionais	2	1	-	-
Inst. Religiosas	3	1	-	-
Inst. Político-part.	4	1	-	-
Total	56	19	11	0

Fonte: elaborado pelas autoras.

Considerações finais

Os resultados obtidos ao final deste estudo evidenciam que os movimentos sociais ainda não se sentem representados pelas mídias tradicionais, comerciais, comprovando boa parte das hipóteses tecidas antes da realização da pesquisa. A forma de abordagem e a produção das notícias trazem um recorte parcial, que, de certo modo, deturpa e corrompe a imagem e os propósitos do movimento.

A imagem vendida por esses veículos retrata o movimento superficialmente, focando nos atos e não nas bandeiras levantadas por trás dessas ações. Ao menos, é assim nas grandes mídias. Em contrapartida, nos pequenos veículos de comunicação, esses movimentos, como MST e o MMC, foco da pesquisa, possuem espaço, vez e voz, permitindo que as pessoas da região conheçam melhor a realidade vivida por seus integrantes. O problema constatado é a forma e a utilização desses meios pelos membros dos movimentos.

Pela falta de apropriação da internet, como ferramenta midiática dentro do movimento, a desmitificação da imagem construída pelas mídias de maior abrangência é mais difícil de ser efetivada. Embora o *site* do Movimento das Mulheres Camponesas tenha sido o que apresentou o maior número de publicações no período de análise (quadro 1), a maior parte do conteúdo se concentrava em notas sobre divulgação de eventos (quadro 2). Ou seja, o público atingido por esse conteúdo é restrito. A alimentação da mídia *on-line* com ações, depoimentos e história é reduzida, sem força suficiente para reverter/combater os estereótipos, a ideia de “demônio político” há muito consolidada no imaginário social e fortalecida pelos veículos comerciais.

Embora o cenário não seja dos mais favoráveis, alguns caminhos mostram possibilidades de fuga como a parceria de pequenos

veículos do interior, abertos para divulgação das ações do MMC. Nesse mesmo bloco incluem-se os veículos independentes, que, com apenas uma exceção de *blog* pessoal entre os 17 analisados, produzem notícias positivas em relação ao movimento, com informes de ações, divulgação de eventos e difusão da história do MMC; os institucionais educacionais, que trouxeram maior conteúdo e informação sobre o contexto do movimento; os institucionais religiosos, que auxiliaram na divulgação de ações do movimento, assim como os institucionais político-partidários, com ideologia de esquerda.

Com a amplificação do uso da mídia *on-line*, acreditamos ser possível a apropriação e construção de um discurso próprio, sem filtros, mais verdadeiro, menos superficial, que permita ao movimento mostrar-se como é e defender suas práticas com mais oportunidades. Acreditamos também que o uso dessa ferramenta, para a divulgação de ações, é extremamente significativo, garantindo maior visibilidade ao MMC e a sua inserção definitiva no campo midiático.

Referências

ABERT – Associação Brasileira de Rádio e Televisão. **Radiodifusão, licenças e outorgas**. 2014. Disponível em: <<https://www.abert.org.br/web/index.php/dados-do-setor/estatisticas/radiodifusao-licencas-e-outorgas>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

BONI, Valdete. Movimento das Mulheres Camponesas: um movimento camponês e feminista. **Grifos**, Chapecó, n. 34-35, p. 67-88, 2013.

CASANOVA, Matheus Graboski; TORRESCASANA, Mariângela; GOLDSCHMIDT, Ilka. Campo midiático: as possibilidades de sobrevivência dos movimentos sociais dentro do território da mídia. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE MÍDIA CIDADÃ, 10.; CONFERÊNCIA SUL-AMERICANA DE MÍDIA CIDADÃ, 5., Bauru, 2014. **Anais...**

Bauru: Unesp, 2015. Disponível em: <<http://www.unicentro.br/redemc/2015/anais/Relato%20de%20Experi%C3%Aancia/R1-2.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2015.

GUARESCHI, Pedrinho A. et al. **Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética**. Petrópolis: Vozes, 2003.

MELO, Mariana. A democratização da mídia e quem a defende. **Carta Capital**, São Paulo, set. 2014. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/politica/conheca-cinco-candidatos-ao-congresso-que-defendem-a-democratizacao-da-midia-9981.html>>. Acesso em: 19 out. 2015.

MMC – Movimento de Mulheres Camponesas. **História: a afirmação de muitas histórias**. Passo Fundo, [s.d.]. Disponível em: <<http://www.mmcbrazil.com.br/site/node/44>>. Acesso em: 7 ago. 2015.

SILVA, Ana Paula Rebelo e. **Movimentos sociais.com: novas formas de interação**. 2012. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/nordeste/2o-encontro-2012/gt-3-2013-historia-da-midia-digital/movimentos-sociais.com-novas-formas-de-interacao/at_download/file>. Acesso em: 7 ago. 2015.

Mulher cidadã: um estudo sobre o consumo midiático entre integrantes do MMC/SC

*Ana Carolina de Assis Marinho da Silva
Valéria Marcondes*

Explicação histórica

O Movimento de Mulheres Camponesas (MMC) teve início a partir da Articulação Nacional de Mulheres Trabalhadoras Rurais, em 1995, que reuniu mulheres dos Movimentos Autônomos, Comissão Pastoral da Terra (CPT), Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), Pastoral da Juventude Rural (PJR), Movimento dos Atingidos pelas Barragens (MAB), alguns sindicatos de trabalhadores rurais e, no último período, o Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA)¹.

O Movimento das Mulheres Camponesas atual originou-se do Movimento das Mulheres Agricultoras (MMA), iniciado na década de 1980 no Brasil. Esse movimento desenvolveu lutas que envolviam a busca por direitos sociais como a aposentadoria para as mulheres, o reconhecimento profissional, a participação sindical, dentre outros. A organização do movimento foi influenciada pela Igreja Católica: o projeto de transformação social era bastante claro nos discursos da Igreja. As Comunidades Eclesiais de Base (CEBs),

1 Disponível em: <<http://www.mmcbrazil.com.br/site>>. Acesso em: 17 mar. 2014.

no Brasil, organizadas nos anos 1960, grupos reunidos em torno de uma paróquia, foram os responsáveis pela organização e mobilização das lutas e reivindicações dos movimentos sociais no campo, incluindo o então Movimento das Mulheres Agricultoras, na sua busca por direitos sociais e individuais.

A principal luta do MMC é pela transformação das relações sociais de classe, construção de novas relações sociais de gênero, participação das trabalhadoras rurais na sociedade, conquista de direitos básicos das pessoas. No que tange ao projeto econômico e político, o movimento busca por formas alternativas de agricultura, reconhecimento do papel da mulher camponesa e garantia da inclusão social².

O início do feminismo que busca uma nova construção social entre homens e mulheres tem princípio em 1960, no chamado “Novo Feminismo”, no qual não só é narrada a libertação da mulher branca, mas também se inicia a luta das mulheres negras e/ou camponesas no processo de constituição da mulher como ser de igualdade. No entanto, “as lutas das mulheres por direitos iguais” surge “[...] cem anos antes, na segunda metade do século XIX, com as campanhas pela concessão do voto feminino.” (Sifuentes, 2010, p. 40).

No Brasil da década de 1980, diferentes movimentos sociais começaram a se consolidar. Os movimentos sociais indicam, de um modo geral, a existência de dinâmicas sociais que tendem a ser dialéticas. É nesse período que começam a se constituir no País agrupamentos que buscam contribuir para a evolução da sociedade em relação ao pensamento sobre os gêneros.

Nascido com base em uma constituição de lutas, o MMC busca defender não só o direito do gênero, mas também a equidade dos gêneros como um todo, ultrapassando as barreiras homem/mulher.

2 Disponível em: <<http://www.mmcbrazil.com.br/site>>. Acesso em: 17 mar. 2014.

Para Haraway (2004, p. 211), “[...] os conceitos feministas de gênero colocam de modo agudo os problemas da comparação cultural, da tradução linguística e da solidariedade política.”

Segundo Bosetti (2010, p. 27), o Movimento das Mulheres Camponesas tem bases no enfrentamento com o modelo neoliberal que, segundo o próprio MMC, “[...] produz, ao mesmo tempo, a opressão de gênero e a exploração de classe que fere a dignidade de mulheres e de homens, jovens e idosos, negros, brancos e indígenas.”

Tendo em vista a ótica feminista do Movimento, segundo a qual, a libertação da mulher é fruto da organização e da luta e depende da própria mulher (Bosetti, 2010), este ensaio traz uma análise e busca compreender a (re)significação da mulher camponesa por meio do consumo de mídia.

Foi preferido para este trabalho preservar os nomes das mulheres participantes das entrevistas em profundidade no intuito de evitar a exposição desnecessária das militantes, optando assim por divulgar somente as iniciais de seus nomes.

Consumo de mídia e cidadania

O consumo de mídia pelas mulheres camponesas foi analisado tendo em vista uma conjugação de fatores socioeconômicos e culturais, relacionados à ampliação do poder de consumo das camadas situadas nos estratos mais inferiores da sociedade. Dessa forma, localizamos o fenômeno – consumo de mídia pelo Movimento das Mulheres Camponesas de Santa Catarina – num determinado contexto histórico, econômico e cultural.

Com o objetivo de investigar o papel da mídia na (re)significação das mulheres camponesas, esta pesquisa buscou identificar a interferência da mídia na elaboração dos discursos, construções

e lutas do MMC/SC. Afinal, o consumo altera o exercício da cidadania, pois a sociedade vive, desde sempre, o estímulo à aquisição de bens, independentemente de quais sejam essas benfeitorias, materiais ou até mesmo de discurso e opinião, como no caso das mídias que ofertam esses itens.

Para García Canclini (2004, p. 29), “a degradação da política e a descrença em instituições” fazem com que o cidadão receba as respostas para os questionamentos “[...] mais através do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação coletiva em espaços públicos.”

Assim, as culturas se tornam um bem nacional internacionalizado e globalizado, dificultando o processo de identificação do que é próprio, ou nativo, do que é alheio ou inserido comercialmente e até mesmo sensorialmente, causando distúrbios na percepção do que é cidadania. Ainda conforme o autor, os indivíduos desgastados pelas instituições cidadãs “recorrem às rádios e TV’s” (García Canclini, 2004, p. 29), ocorrendo uma substituição dos agentes pelos meios. As atuais indústrias culturais contribuem para a remodelação ou reforma do consumo e da vida cotidiana. Interessou-nos analisar se de fato essa mesma lógica ocorreu/ocorre no Movimento das Mulheres Camponesas de Santa Catarina.

Como percebido nos estudos de García Canclini (2004), a cidadania tornou-se multifacetária. O autor debate a existência da cidadania na esfera pública e privada e a existência de uma terceira esfera – a “pública plebeia” – na qual se encontram as culturas populares informais organizadas por meios de comunicação orais e visuais, onde se enquadra o MMC, pela utilização primordial desses métodos de comunicação para atingir seu público e objetivo: as mulheres e a luta. Entre os exemplos de esfera “pública plebeia” lo-

calizam-se os movimentos sociais, os grupos de manifestações populares marginalizadas pela globalização e consumo, que buscam nos formatos mais simples de comunicação a disseminação de suas ideias, como panfletos, intervenções artísticas ou sociais, jornais comunitários e afins.

Para vincular o consumo com a cidadania, e vice-versa, é preciso desconstruir as concepções que julgam os comportamentos dos consumidores como predominantemente irracionais e as que somente veem os cidadãos atuando em função da racionalidade dos princípios ideológicos. (García Canclini, 2004, p. 35).

Segundo Sifuentes (2010), quando o olhar dos estudos culturais se volta para os estudos sobre o feminismo, há uma inserção de discussões que relacionam o poder e a política na esfera doméstica, considerada pela autora como o ambiente do lar (“familiar e do cotidiano”). Aqui neste estudo podemos incluí-la na esfera “pública plebeia” de García Canclini (2004). É nesse momento que os conteúdos ditos culturais e de entretenimento passam a ter relevância de análise pelos estudos culturais.

Ao escolhermos determinados bens de consumo, intitulamo-nos diante da sociedade como quem somos e o que podemos, “[...] bem como os modos de nos integrarmos e nos distinguirmos na sociedade.” (García Canclini, 2004, p. 35). No entanto, se os estudos sobre cidadania e consumo caminhassem paralelamente interligados às concepções sobre esses assuntos, os conceitos poderiam se modificar.

Também na América Latina a experiência dos movimentos sociais está levando a uma redefinição no que se entende por cidadão, não apenas

em relação aos direitos à igualdade, mas também em relação aos direitos à diferença. (García Canclini, 2004, p. 35).

No entanto, essas estruturas populares e informais, consideradas por García Canclini (2004) como a “terceira esfera”, não são analisadas por Maffesoli (2007) como algo novo, e sim uma repaginação do passado, de algo que já existiu e retoma força na pós-modernidade. Esse estágio, para Maffesoli, se dá pela repaginação de tribos e aparecimento de neotribos que readaptam seus totens tribais aos moldes pós-modernos, com base nos antigos formatos existentes desde o surgimento do homem na Terra. A cadência de colagens aos antigos arquétipos, hoje contextualizados para a época, segundo o autor, não modificam a origem do eixo. A pós-modernidade se torna um ciclo de agregação e adaptação em constante mutação que, paradoxalmente ou necessitadamente, reutiliza e germina o passado em um processo reciclável.

Quanto à manifestação desenvolvida pelos indivíduos influenciada pelas instituições ou pelas tribos, no caso também consideramos aqui os movimentos sociais e os meios de comunicação como tribos, Maffesoli (2007, p. 75) pode

[...] considerá-la particularmente sintomática da perda de si no outro, da existência de si a partir do outro e para ele, características das sociedades pré-modernas que voltam a se exprimir na pós-modernidade [significando] o retorno do ideal comunitário.

Re-ligação das pessoas, das coisas e, naturalmente, das palavras para dizê-lo. Decorre daí um (re)novado imaginário que não se deixa domesticar, escapando às ordens normativas e às manipulações [...] é quando o indivíduo julga ser ele mesmo, em suas opiniões, suas preferências, seu

consumo, que podemos constatar que ele mais se identifica com essas figuras arquetípicas que o revolvem profundamente [...] cada um de nós não passa da consequência das interações que nos ‘situam’ em determinado lugar, num grupo específico [...] Esse conformismo lógico faz com que pensemos e ajamos como a instituição em que estamos inseridos. (Maffesoli, 2007, p. 74).

O processo de cidadania decorrente das tribos ou instituições está na elaboração dos “totens tribais” instituídos pela “memória coletiva”, já analisada neste estudo como algo que ressurge na pós-modernidade e não como algo gerado pelas instituições, como sendo imagens capazes de interligar os indivíduos ao ponto que possam se reconhecer no outro, atingindo o processo de identificação.

Em *O Tempo das Tribos* (1987), Maffesoli remete socialidade, ou seja, compartilhamento do cotidiano, à pós-modernidade e o termo social, à modernidade. Segundo o autor, o reagrupamento social ocorre através das tribos, grupos, clãs, e a formação do *éthos*, advindo dos conjuntos, dá forma à socialidade.

Lippmann (2010), em *Opinião Pública*, aponta que a realidade é uma ordenação dos fatos ou acontecimentos, do ponto de vista de quem os faz – no caso a mídia, em uma segunda realidade, em uma realidade construída, adaptada.

Na maior parte dos casos nós não vemos em primeiro lugar, para então definir, nós definimos primeiro e então vemos [...] pegamos o que nossa cultura já definiu para nós, e tendemos a perceber aquilo que captamos na forma estereotipada para nós por nossa cultura [...] mas também por nossos códigos morais e filosofias sociais, assim como de nossas agitações políticas. (Lippmann, 2010, p. 85-86).

Com o avanço social para modernidade e as mudanças nas rotinas dos indivíduos, os meios de comunicação passaram a ser a principal fonte informativa da sociedade. Segundo Lippmann (2010, p. 13), os meios elaboram um “pseudoambiente” que é formado pelas “[...] imagens criadas indiretamente pela ação da mídia e do noticiário em nossos mapas mentais.” Essas imagens analisadas, segundo Maffesoli (1987), são germinadoras de processos de compartilhamento de identidades.

Gênero e mídia

As primeiras organizações de mulheres em busca de igualdade surgem na segunda metade do século XIX com o apelo para o voto feminino. Essa conquista se dá em 1893, na Nova Zelândia³, primeiro país a incluir as mulheres no processo político da nação. No entanto, foram eventos como a publicação do livro *O Segundo Sexo*, de Simone de Beauvoir, em 1949, e os estudos de Margareth Mead, em 1935, que desencadearam no nascimento do Novo Feminismo, iniciado a partir de 1960, no qual as organizações feministas buscavam uma nova forma de construir e estudar a sociedade a partir das igualdades sociais entre homens e mulheres.

Entretanto, é a partir das lutas e observações do movimento feminista que as relações entre gênero e mídia passam a ser objeto de estudo no âmbito acadêmico. Esse universo se volta não só para o processo de elaboração das mensagens através dos meios, mas também para a recepção dos conteúdos como um processo de consumo e cidadania.

3 Disponível em: <<http://opiniaoenoticia.com.br/>>. Acesso em: 11 ago. 2014.

Estudar a recepção a partir de uma perspectiva de gênero implica conhecer como e por que a mulher se aproxima de diferentes meios de comunicação, em que contexto recebe suas mensagens e que uso faz delas em sua vida. Isto permite acentuar a interação dos meios com a realidade social e cultural das receptoras, conhecer seus gestos e preferências, assim como as razões que fazem com que elas se apropriem dos meios. (Charles, 1996 apud Escosteguy, 2008, p. 43).

Muitos dos conteúdos que eram explorados pelas feministas permeavam o entendimento binário dos sexos, além do descobrimento e desconstrução do conceito de gênero. Inicialmente foram os estudos anglo-saxões e norte-americanos precursores no processo de compreender os discursos e comportamentos femininos diante das mensagens. No entanto, foram os estudos direcionados para as questões que dialogam sobre as distinções entre sexo e gênero e a constituição do conceito de gênero que deram o primeiro passo para a incorporação da mulher no espaço de estudo.

Cresce a evidência da necessidade de uma teoria da 'diferença' cuja geometria, paradigmas e lógica escapem aos binarismos, à dialética, aos modelos natureza/cultura de todo tipo. Do contrário, três serão sempre reduzidos a dois que logo se tornam um solitário, um na vanguarda. (Haraway, 2004, p. 206-207).

O conceito de sexo está ligado à natureza do corpo humano, ao ser biológico, no entanto, a sua carga histórica e a utilização do corpo, lido aqui no seu sentido estético, pelos homens como arma de dominação e pelas mulheres como objeto de opressão, levam-nos às discussões e à constante construção do conceito de gênero, compreendido como a separação da contextualização da mulher e

do homem pelo corpo estético, naturalizado e/ou adquirido. “Gênero é central para as construções e classificações de sistemas de diferença. A diferenciação complexa e a mistura de termos para ‘sexo’ e ‘gênero’ são parte da história política das palavras.” (Haraway, 2004, p. 209).

Mídia no MMC/SC

Foi possível identificar a presença de alguns produtos midiáticos mais utilizados entre as mulheres do MMC/SC entrevistadas para esta pesquisa. Narraremos uma breve introdução sobre os principais meios encontrados:

- Globo: a Rede Globo de Telecomunicação foi inaugurada em 26 de abril de 1965⁴. Nos primeiros anos da ditadura militar no Brasil, a TV nasceu como projeto do Regime Militar, que tinha como intuito centralizar e formatar a comunicação transmitida para todo o País. As grandes corporações comunicacionais nascem com todo o poderio e unidade necessária para comunicar os brasileiros (Lima, 2006). Principais programas consumidos pelas militantes: Jornal Nacional, jornais locais (Jornal do Almoço e RBS Notícias), novela das 18h e 19h, Globo Rural, Globo Repórter.
- SBT: a emissora nasceu em 19 de agosto de 1981 e tem como proposta uma programação popular de qualidade⁵. Optando sempre por personagens de destaque à frente

4 Disponível em: <www.memoriaglobo.globo.com>. Acesso em: 8 jul. 2014.

5 Disponível em: <www.sbt.com.br>. Acesso em: 8 jul. 2014.

de seus programas, como Sílvio Santos e Hebe Camargo, a emissora dispõe de grandes investimentos no jornalismo do canal. Principais programas consumidos pelas militantes: Jornal do SBT Manhã, SBT Brasil, novelas das 15h às 17h.

- Record: nascida em 27 de setembro de 1953, a Rede Record já passou por várias transformações e hoje é administrada pela Igreja Evangélica Universal. A TV investiu em telejornais e entretenimento, mas seu carro-chefe são os programas esportivos⁶. Principais programas consumidos pelas militantes: Fala Brasil e Jornal da Record.
- Rede Vida: a emissora foi criada pelo jornalista católico João Monteiro de Barros Filho. Suas primeiras transmissões iniciaram em dezembro de 1994, mas o trâmite sobre a concessão estava em processo desde o governo do presidente Sarney⁷. A Rede Vida é um canal católico com programação voltada para religião como “A Palavra de Deus” e “Encontro com Cristo”. Principais programas consumidos pelas militantes: Avisos paroquiais, Ângelus, A Voz do Pastor.
- Rádio Super Condá: rádio AM com abrangência nos três estados do Sul do País, integrada à rede Bandeirantes de Rádio e conta com uma programação de oito horas diárias de jornalismo⁸. Principais programas consumidos pelas militantes: Jornal da Manhã, Manhã Total e Momento Gaúcho.

6 Disponível em: <www.rederecord.r7.com>. Acesso em: 8 jul. 2014.

7 Disponível em: <www.redevida.com.br>. Acesso em: 10 jul. 2014.

8 Disponível em: <www.superconda.com.br>. Acesso em: 10 jul. 2014.

Outro veículo de comunicação que esteve presente na maioria dos 13 questionários aplicados foi o *Jornal do MMC/SC*, impresso bimestral realizado por um coletivo de comunicação formado pelas militantes, que é abastecido pelas outras integrantes do Movimento. Esse coletivo também é responsável pela comunicação externa. O acesso ao conteúdo do jornal se dá por assinatura e o material é entregue via correspondência nas casas das mulheres assinantes. Esse jornal é considerado por elas, principalmente as que moram no campo, o mais importante meio de se informar sobre os acontecimentos internos, como ações políticas, medidas organizadas, palestras, eventos e passeatas, além de conhecimento sobre o andamento do MMC nacional. As militantes se identificam com histórias divulgadas nesse veículo, elas se veem impressas ali.

O *site* do Movimento, no qual as informações sobre o MMC nacional e outros movimentos interligados, como o MST, são abastecidas com mais dinamicidade e atualidade, também foi apontado como principal fonte de informação, mais precisamente por aquelas que convivem nos centros urbanos.

Trabalho de campo

Para a realização desta pesquisa, além da revisão bibliográfica, analisamos informações disponíveis no *site* do MMC/SC, documentos sobre a história do movimento, vídeos e documentários indicados e repassados pelas lideranças e o material gráfico utilizado como divulgação pelas mulheres: *folders*, cartilhas e jornal bimestral.

A construção do conhecimento acerca do Movimento também contou com nossa participação durante atividades do núcleo, como, por exemplo, encontros, palestras e eventos, além das entrevistas

em profundidade, proporcionando um conhecimento geral e individualizado do grupo e das integrantes.

Na investigação, buscamos, por meio da pesquisa de campo e do acompanhamento da rotina dessas mulheres, conhecer sua participação no movimento até e além da vivência dentro de casa. Os discursos e/ou tomadas de decisões permitiram-nos investigar e analisar o papel da mídia na construção político-ideológica dessas mulheres. Este estudo da mídia é regido pelos relatos das entrevistadas.

No primeiro contato com as lideranças do Movimento, percebemos a forte ligação e afinidade com lutas e bandeiras dos movimentos sociais de esquerda. Nas primeiras entrevistas realizadas, percebemos nuances em relação às percepções sobre o mundo e de comportamento, entre aquelas que estão na liderança e aquelas que convivem diariamente com a agricultura. Muitas das que se encontram na organização do grupo não moram ou não têm mais contato diário com o campo, vivem sob a influência da urbanização, o que permite, inclusive, maior acesso à educação.

Em entrevista, a militante J. I. S., integrante da liderança do núcleo, relatou que as agricultoras acima de quarenta anos tinham estudado entre três ou quatro anos no período escolar regular. “No movimento sempre teve incentivo para que a gente tivesse como referência três pilares de atuação, que seria a organização, a luta pelos direitos e a formação”, explica J. I. S.

Identificamos que as militantes continuam com o grau de escolaridade baixo, entretanto, a busca pelo conhecimento é constantemente estimulada nos cursos de formação, atividades e palestras, instigando leituras e trocas de experiências.

Segundo J. I. S., as mulheres participantes do MMC estão ligadas à agricultura familiar e/ou orgânica, e seu perfil socioeconômico pode ser classificado como classe média baixa. A maioria

busca o conhecimento e a formação dentro do próprio movimento, através de oficinas e palestras, que possibilitam não somente trocas a respeito do plantio ou de cuidados com a terra, mas também compartilham ideologias, misticismos feministas e socialistas que contribuem para a formação experiencial das camponesas.

Para Maffesoli (2007, p. 89),

[...] existe um 'sensus naturae' que sabe, que existe uma força natural responsável por todas as manifestações da vida [...] e que escapa às institucionalizações excessivamente rígidas. E que está, igualmente, além e aquém dos enrijecimentos conceituais [...] De fato, existe um saber inconsciente que não deixa de se expressar, regularmente [...] O conhecimento instintivo é exatamente aquilo que vai privilegiar a familiaridade, características das proximidades localistas.

O Movimento é definido pelas mulheres camponesas exatamente como a epistemologia da palavra, que designa algo que está em constante mutação, que se movimenta e ultrapassa barreiras. Não existe um cadastro no momento de inserção no grupo. A permanência no Movimento é identificada como algo natural, de afinidade com as temáticas e bandeiras levantadas. Muitas mulheres, por buscarem os ensinamentos por meio de oficinas, acabam por seguir e, também, ao passo do tempo e da experiência, começam a ministrar cursos e palestras para as iniciantes.

É isso que afirma a monitora e militante de Marema (SC), L. B.:

[...] eu me sinto grata, sinto que eu preciso contribuir agora com o MMC pra libertar outras mulheres, assim como eu me libertei também, não posso cruzar os braços. Porque a partir do trabalho, a partir do momento que você entende a

missão do movimento, você jamais cruza os braços diante das injustiças, então a gente tá aí pra continuar.

Os rituais culturais e de pertencimento fazem parte dos encontros e eventos promovidos pelo núcleo. Acompanhamos um encontro do MMC/SC, em Chapecó, em um domingo, 24 de novembro de 2013. O evento iniciou com um recital de poesia. As mulheres, sentadas em círculo em torno de uma mandala de grãos, terra, flores e outros objetos. Em travessas de vidro com água e pétalas de rosas, as mulheres molhavam as mãos e passavam no rosto da camponesa ao lado, entoando mensagens de afeto. O Movimento é cultural, político e ideológico.

Em outro encontro, em comemoração ao Dia Internacional da Mulher, ocorrido em 6 de março de 2014, uma quinta-feira, a liderança R. N. preparou um chá como os produzidos pelas “bruxinhas do passado”, referindo-se às mulheres curandeiras que eram marginalizadas por saberem do manuseio das ervas medicinais. Nesse momento, as demais militantes entoavam palavras de ordem, luta e libertação para que posteriormente todas bebessem, através do chá, da ideologia para revigorar a luta diária.

Apesar de ser algo realizado no passado, é uma repaginação do que um dia foram as antigas reuniões do MMC. Sob um olhar atual e diferente, essas mulheres repaginam as identidades, assim como discute Hall (2001, p. 7): “As velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado.”

Para Hall (2001), as antigas definições que distribuíam os papéis sociais dos indivíduos se vão por terra na pós-modernidade. Quebram os paradigmas e criam (re)identificações.

Correspondentemente, as identidades, que compunham as paisagens sociais 'lá fora' e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as 'necessidades' objetivas da cultura, estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais. O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático. (Hall, 2001, p. 12).

Hall (2001) baseia-se em Laclau e afirma que a modernidade abre as fronteiras produzindo novas identidades e sujeitos. As identidades para esse autor “[...] não são relacionadas tanto com o ‘retorno às raízes’, mas sim com uma negociação com nossas ‘rotas’” (Hall, 2000, p. 109). Em contraponto, Maffesoli (1987) ressalta que nada é novo, criado ineditamente, todas as possíveis elaborações de conceitos são meramente remodelações criativas de preconceitos, entendido aqui no sentido epistemológico da palavra. Para Maffesoli (1987), o retorno às raízes é algo presente no *neotribalismo* pós-moderno.

Exatamente naquilo em que julgamos estar criando novidade, limitamo-nos a exprimir, a ressaltar coisas antigas. Existe, nas impessoais figuras das tribos pós-modernas, ou na histeria das efervescências de todos os tipos, uma forma de reminiscência, uma ‘consciência retentora’ que garante no presente a presença de um passado. (Maffesoli, 2007, p. 116).

Maffesoli (1987), assim como Hall (2000), não desconsidera a influência dos fatores presentes na formação das múltiplas identidades do indivíduo pós-moderno. Os autores estão em consenso em relação à teoria de que as identidades nunca estão prontas.

O MMC promove cidadania por meio das identidades. Essas identidades passam a integrar locais onde antes não existiam, como

a modificação do papel masculino na relação com a família e com o trabalho no campo. As experiências, cursos, palestras, ou seja, as informações adquiridas e incorporadas pelas mulheres camponesas são (re)transmitidas, (re)identificadas e também incorporadas pelos maridos, filhos e vizinhos, iniciando um processo de ampliação da visão de mundo e de maior respeito pelo próximo, pelo outro. Apesar de não frequentarem as atividades promovidas pelo MMC, os homens que convivem com as militantes passam a fazer parte dessa tribo.

Para Bourdieu (2014 [1999], p. 125-126),

[...] de todos os fatores de mudança, os mais importantes são os que estão relacionados com a transformação decisiva da função da instituição escolar na reprodução da diferença entre os gêneros, tais como o aumento do acesso das mulheres à instrução e, correlativamente, à independência econômica e à transformação das estruturas familiares [...] Pode-se assim observar que as filhas de mães que trabalham têm aspirações de carreira mais elevadas e são menos apegadas ao modelo tradicional da condição feminina.

Apesar do acesso ao conhecimento não ocorrer via educação formal (escolar, ensino superior), o fato de ter contato com a informação sobre a condição da mulher e a luta feminina contra todos os tipos de violência, inclusive a simbólica, que é talvez mais agressiva que a violência física, faz com que o MMC contribua de forma cidadã nas construções dessas relações com o mundo dominado pela presença e imposição masculina. Não só sob a visão das filhas, mas também dos filhos e de pessoas próximas, que mesmo não se desvinculando do modelo de família tradicional, passam a atuar nessas mesmas relações com mais respeito e contribuição às mulheres da família. Os

filhos homens são criados em formatos diferentes de educação, modificando consecutivamente as próximas gerações familiares.

Nos inspiramos muito no movimento para a educação dos filhos, pra convivência com o marido, porque era bastante difícil, ele era meio machão, então daí a gente conseguiu muitos avanços. Hoje ele é um amor de pessoa, companheiro mesmo. Aprendi a me valorizar como mulher. (F. C., monitora militante do MMC/SC do município de Saltinho-SC).

Demonstração de que o conhecimento transmitido dentro do movimento modifica a convivência social dessas mulheres dentro do grupo familiar.

Percepções

Em relação às mídias, alguns apontamentos foram identificados: entre as lideranças que vivem no perímetro urbano, no qual as influências do campo encontram-se nos momentos com a família e de lazer, não há utilização dos meios de comunicação como forma de entretenimento, e sim preferência pelos programas de notícias, tanto locais como nacionais. Dentre os veículos mais consumidos estão o jornal impresso e a internet, em seguida o rádio e a TV, e os assuntos mais procurados são os relacionados à política. “Na verdade, agora, eu estou fazendo parte dessa nova geração da tecnologia, felizmente ou infelizmente, a internet é o mais utilizado pra facilitar”, relata A. E. M., militante e liderança de Chapecó (SC).

Já para as militantes que residem no campo, os principais meios de comunicação utilizados são TV e rádio. Nesse grupo há consumo de novelas, mas não como algo diário ou permanente. “De

vez em quando também dou uma olhada nas novelas pra ver o que estão trabalhando por ali, o que estão querendo fazer passar na cabeça da sociedade”, afirma N. M. C., liderança de Palma Sola (SC).

Os programas mais assistidos e ouvidos entre as mulheres do campo são os noticiários, como jornais locais, Hora do Brasil e Jornal Nacional, além dos que abordam assuntos interligados a terra e ao cultivo, como Globo Repórter, Fantástico e programas da TV Cultura.

As visitas para a realização das entrevistas foram feitas em dias e horários diferentes da semana, e ao chegar à casa dessas mulheres não existia aparelho de televisão ou rádio ligados. Elas se encontravam em atividades do lar ou do roçado, comprovando o período de utilização das mídias. “Geralmente, termina o Jornal Nacional, a gente tem um baralhinho e vamos jogar, a gente fica brincando até dá a hora de ir dormir”, explica M. F. C., militante de Saltinho (SC).

Todas as entrevistadas se reconhecem como mulher, camponesa (agricultora), feminista e não se sentem representadas pelas mídias. Elas não se identificam nos produtos midiáticos que consomem. Assim como afirma E. O., monitora da linha Boa Vista, no município de Chapecó (SC): “Acho que pra mim não, eu não me identifico (vejo) nas coisas que assisto.”

Dentre as camponesas questionadas sobre onde buscam solucionar dúvidas ou discutir assuntos transmitidos pela mídia para criar uma opinião ou para entender algum assunto, todas responderam que recorrem ao movimento de mulheres para sanar as dúvidas sobre determinada notícia. “Quando a gente tá num encontro do MMC, a gente coloca, vi alguma coisa, vi uma notícia assim, não ficou clara, lá a gente partilha”, afirma R. N., liderança de Faxinal dos Rosas (SC).

Segundo García Canclini (2004, p. 210): “[...] quando se perde a distinção entre o real e o simbólico, quando a pergunta sobre a legitimidade das representações se extravia e tudo é simulacro, não sobra lugar para a confrontação racional de posições.” Esse contexto leva as mulheres a recorrerem ao MMC.

Considerações finais

O patriarcalismo vem perdendo força devido às mudanças estruturais e comportamentais das famílias que se transmutam no final do século XX e início do século XXI para formatos multifacetários, nos quais a presença masculina perde força e local de poder. Além disso, as mulheres estão mais conscientes de seus papéis na sociedade. O avanço da tecnologia e as lutas de movimentos sociais feministas vêm demonstrando alterações no processo de cidadania que auxiliam nesse momento de transformação de poderes.

Os meios de comunicação juntam-se às instituições de poder como Igreja, escola e família, produtores e reprodutores dos estereótipos de gênero, estigmatizando ainda mais os papéis destinados ao homem e à mulher na sociedade de consumo, não só de produtos, mas de identidades que vivenciamos. De acordo com Sifuentes (2010, p. 56), “[...] os modos de representar a mulher na mídia não tiveram mudanças reais nas últimas décadas, e reproduzem modelos conservadores de comportamento feminino.”

Essa estratégia de comunicação, transmitindo uma ideologia por meio de discussões de gênero, está conectada aos estudos de Análise do Discurso Crítico (Fairclough, 2001 [2008]), a qual dialoga com a questão de uma aparente mudança de discurso, porém permanecendo com o mesmo objetivo de comunicação. “Pode haver discursos diferentes e mesmo contraditórios na mesma estra-

tégia; podem, ao contrário, circular sem mudar sua forma de uma estratégia a outra que lhe seja oposto.” (Fairclough, 2001, p. 130).

Entendemos que os objetos ou produtos midiáticos não podem ser compreendidos, em sua completude, sem uma aproximação analítica dos valores pelos quais os textos circulam. Entender como se processa a resignificação da mensagem consumida pelas mulheres do Movimento requer apontamentos teóricos e reflexivos acerca de como se dá a enunciação textual e da produção dos efeitos de sentido.

A centralidade da mídia na sociedade brasileira, no mínimo nas últimas duas décadas, exige uma urgência no desenvolvimento de estudos que articulem a construção da cidadania e os meios de comunicação de massa, e, mais ainda, no meio rural. É possível vincular parte das mudanças no modo de viver/pensar do camponês à inserção dos meios de comunicação de massa nas comunidades rurais.

O estudo cultural crítico conceitua a sociedade como um terreno de dominação e resistência, preocupado com o projeto democrático, examinando como a cultura da mídia pode ser um entrave ou uma aliada para a democratização da sociedade, diagnosticando as inclinações e tendências sociais, os temores, esperanças e desejos que ela articula, o modo como a mídia provê recursos para formação de identidade, como promove reacionarismo ou progresso.

A mídia tanto pode reproduzir discursos reacionários, promovendo racismo, preconceito de sexo, idade, classe, como pode ser aliada de grupos e movimentos, dando voz a esses grupos oprimidos, atacando segregação racial e sexual ou até enfraquecendo o preconceito, quando mostra representações de raça e sexo pelo lado positivo.

As produções da indústria cultural muitas vezes são reflexos da vida cotidiana moldados diversas vezes também pelo ponto de vista do veículo comunicacional. A mídia pode oferecer produtos atraentes que talvez choquem, transgridam convenções e conte-

nham crítica social ou expressem ideias correntes originadas de movimentos progressistas.

“O consumo serve para pensar.” (García Canclini, 2004, p. 224). Enquanto a sociedade não desenvolver medidas que intervenham nas ações midiáticas, “[...] prevalecerão as dissidências atomizadas, os comportamentos grupais erráticos, conectados mais pelo imaginário do consumo do que por desejos comunitários.” (García Canclini, 2004, p. 225).

O indivíduo pode resistir, criar seus próprios significados, usando a sua cultura como recurso para inventar significações próprias. A mídia é complexa, contraditória, não é onipotente.

O estudo cultural crítico não está apenas interessado em fazer leituras inteligentes de textos culturais, mas também em tecer críticas às estruturas e práticas de dominação, dando impulso a forças de resistência e luta por uma sociedade mais igualitária e democrática.

Consideramos ter demonstrado com esta pesquisa os pontos de preponderância da mídia nas estruturas do MMC, especificamente, visando também compreender os limites das influências dos meios comunicacionais nas (re)identificações de militâncias ideológicas e políticas entre as mulheres que integram o Movimento.

Referências

BOSETTI, José C. Movimento das Mulheres Camponesas: identidade, inclusão e projeto político. In: SEMINÁRIO NACIONAL, 3.; SEMINÁRIO INTERNACIONAL MOVIMENTOS SOCIAIS, PARTICIPAÇÃO E DEMOCRACIA, 1., Florianópolis, 2010. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**: a condição feminina e a violência simbólica. Rio de Janeiro: BestBolso, 2014.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. (Org.). **Comunicação e gênero: a aventura da pesquisa**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2008.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 6. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 6. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

_____. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tadeu Tomaz da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

HARAWAY, Donna. “Gênero” para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 22, p. 201-246, 2004.

LIMA, Venício Artur de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

MAFFESOLI, Michel. **O ritmo da vida: variações sobre o imaginário pós-moderno**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

_____. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

SIFUENTES, Lírian. **Telenovela e a identidade feminina de jovens de classe popular**. 2010. 239 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2010.

PARTE II
Tecnologia e cidadania

A recepção do documentário “Carne e Osso” – trabalhadores se veem personagens

*Mirian Cruz
Ilka Goldschmidt*

Introdução

A mídia cidadã é aquela que possibilita refletir e consequentemente agir de forma consciente e autônoma na sociedade. Para isso, pode atuar como ferramenta na produção de sentido de determinada realidade, possibilitando ao cidadão atuar como sujeito de sua história, ou como elemento que desencadeia a identificação, reflexão e crítica sobre alguma particularidade do cotidiano. Na lógica da mídia cidadã, o documentário pode ser um instrumento para abordar, contar e questionar a realidade tanto da perspectiva da produção quanto da recepção.

Em várias oportunidades, a Unochapecó, através do projeto de extensão “Documentário e Comunidade”, provocou diferentes comunidades a documentar o seu cotidiano e a construir novas concepções sobre o que significa retratar a realidade, sobre o que envolve o processo de exposição midiática. O resultado apresentado no vídeo implica em diferentes percepções, desde o fortalecimento da autoestima, da autoconfiança, da compreensão do papel dos sujeitos enquanto cidadãos. A proposta é clara: a comunidade utiliza o documentário como ferramenta para discutir as realidades que lhe convém, apropriando-se dos equipamentos e técnicas de produção audiovisual.

A pesquisa “Sujeito no olhar” (Goldschmidt, 2009) analisou o que representaram as ações do projeto Documentário e Comunidade para os moradores do bairro São Pedro (Chapecó-SC) quanto à produção audiovisual e a percepção do lugar dos indivíduos cidadãos no documentário “São Pedro Diário”, produzido pela comunidade por meio do projeto.

O resultado do estudo foi revelador. Os participantes do projeto perceberam que poucas pessoas se interessam por ações coletivas, mas reconhecem que esses poucos devem fazer a diferença e encontrar juntos os caminhos para uma sociedade mais justa. Eles entendem que ao assumir o relato de suas histórias de vida nas produções em vídeo estão contribuindo para formação de coletivos conscientes.

Considerando as experiências, vivências e reflexões possibilitadas pelo projeto de extensão Documentário e Comunidade, relatadas em vários artigos já publicados em livros (Relatos Brasileiros de Mídia Cidadã, 2010) e anais de eventos (Encontro de Professores de Jornalismo, 2008; Conferência Nacional de Mídia Cidadã, 2009 e 2010; Seminário de Iniciação Científica Unochapecó 2008, 2009, 2010, 2011; CBEU, 2011; Intercom Sul, 2012), foi proposto um estudo sobre o documentário enquanto mobilizador da sociedade a partir de sua exibição, ou seja, sem pressupor a produção, apenas a recepção.

Estudar recepção implica em preocupar-se com a maneira como o receptor irá se portar diante de um fato. Esta pesquisa pretende contribuir para a construção de um conceito de mídia cidadã através de um estudo de recepção. Nessa percepção, a proposta da pesquisa foi utilizar um documentário como ferramenta para discussão de uma realidade em comum entre os sujeitos. Tais discussões foram em torno das condições de trabalho a que são submetidos os trabalhadores das agroindústrias no Brasil. O estudo de recepção foi conduzido a partir de mapeamento de grupo focal, en-

trevistas individuais e classificação de perfis dos sujeitos que participaram de um cine-fórum onde foi exibido o documentário “Carne e osso”. O espaço para debate contribuiu para que os trabalhadores pudessem expor suas experiências partindo da aproximação, ou não, com os personagens e situações apresentados no filme. Para a compreensão de como se deu a experiência de produção e proposta da temática do filme, foi realizada uma entrevista com um dos diretores do documentário “Carne e osso”, Caio Cavechini.

Documentário e seus olhares

O gênero documentário, ao abordar temas polêmicos, ao denunciar, ao transformar em personagens e roteiros vidas reais, extrapola o imaginário e desvela a realidade. Mas os atores da vida real se enxergam sujeitos na tela do documentário? Pesquisadores como Zandonade e Fagundes (2003) defendem que o vídeo documentário pode ser um instrumento capaz de impulsionar a participação conjunta dos membros da comunidade em busca de melhorias. Para as autoras, o documentário representa um meio de comunicação pelo qual os indivíduos podem retratar a sua realidade, mobilizar as pessoas do meio em que vivem e a partir daí construir novos conceitos e interpretações do mundo.

O estudioso Hélio Godoy defende que o documentário pode aparecer com um elemento de semiótica ilimitada entre homem e realidade. “Os sistemas audiovisuais, tecnologias e linguagem à disposição do fazer documentário devem ser considerados como extensões perceptivas e cognitivas do ser humano.” (Godoy, 2003, p. 17). O cinema pressupõe uma experiência subjetiva. Segundo Godard (1988 apud Gutfreind, 2006, p. 12): “nem arte, nem técnica, um mistério”. Para a professora Gutfreind (2006), essa ideia de Go-

dard carrega um duplo sentido, o da arte-técnica, ou seja, o cinema transcenderia a noção de arte a partir do fato de sacralizar o gesto do homem, dando ênfase à ideia de comunidade humana, e transcenderia também a noção da técnica como maneira específica de dar instrumentos ao sensível. Seria aí, portanto, que reside o “mistério” do cinema no sentido que prescinde de imagens animadas e da sensibilidade do pensamento humano.

Quando conceituam cinema, Nóvoa e Barros (2012) defendem que ele é muito mais do que uma expressão artística. Os autores acreditam que o filme, seja ele documentário – uma realidade percebida e interpretada – ou de ficção, é uma forma de representação, além de uma fonte histórica. Nesse sentido, o documentário é um gênero cinematográfico, que se caracteriza como uma prática de narrativa de cinema, comumente chamado de não ficção, que na sua essência compromete-se com a representação da realidade. Além disso, constrói-se no entorno seu compromisso social e alicerce na não objetividade usual do jornalismo, mas pela subjetividade do olhar autoral do gênero.

Para Ribeiro e Moreira (2009), uma questão fundamental do gênero é a competência que ele tem em produzir uma série de interpretações, conhecimentos e multiplicações de pontos de vista. Os autores destacam, ainda, a capacidade que o documentário tem de interferir, de criar questionamentos e de deslocar olhares do senso comum para identificações variadas. Para Penafria (2009), o documentário é sobre momentos mais profundos que se encontram sob imagens que vemos.

A partir da práxis documental, propomos aqui o conceito de Documentarismo já não apenas como um termo que designa essa mesma práxis, mas que se alarga para abarcar um modo de olhar o cinema que dele destaca a sua parte

documental. O Documentarismo assume-se uma perspectiva que coloca em destaque diferentes modos de ver o mundo através do cinema e no cinema. No Documentarismo falamos de um cinema em que o gênero pouco importa [...] mas em que a realidade se manifesta inevitavelmente. (Penafria, 2009, p. 79).

Nichols (2005) defende que o filme documentário não é uma reprodução, e sim uma representação de objeto filmado. O autor afirma ainda que a visão autoral e a capacidade de representação do cineasta são capazes de contribuir para diferentes olhares acerca de uma mesma realidade. Representa uma acepção sobre o mundo, uma visão com a qual talvez nunca tenhamos nos deparado antes, mesmo que os aspectos do mundo nela representados nos sejam familiares (Nichols, 2005).

Ao contrário da reprodução, Nichols (2005) acredita que a representação não deve ser julgada pela fidelidade ao original, mas pela natureza do prazer que ela proporciona, pelo valor das ideias, dos pensamentos, do ponto de vista, da qualidade de orientação que a representação tem. Penafria (2009, p. 78) confirma que, embora seja uma representação, o “[...] documentário é um termo que arrasta consigo um peso: a obrigação de ‘representar a realidade.’” A autora reflete que o cumprimento ou não dessa promessa é o que motiva grande parte da discussão que rodeia o documentário. Para Da-Rin (2004, p. 19), “[...] o que mantém agregado num campo tão plural é o fato de que seus membros compartilham determinadas referências, ou seja, gravitam em torno de uma mesma tradição.”

O documentário pode representar uma mesma realidade de diferentes ângulos, abordagens e formas, isso não quer dizer que haja distorções no entorno do “relatar” uma realidade, e sim que segue uma lógica do caráter autoral, que no conjunto acaba por inter-

ferir no resultado, bem como suas recepções. Para Labaki (2006), o documentário oferece justamente um embate entre a realidade filmada e a sensibilidade do cineasta. Para ele, é nisso que está a vanguarda do documentário contemporâneo. O diretor do principal festival de documentários do Brasil considera o caráter autoral como fundamental para a construção do filme.

Nesse sentido, Bernardet (2003, p. 9) argumenta que “[...] as imagens cinematográficas do povo não podem ser consideradas sua expressão, e sim a manifestação da relação que se estabelece nos filmes entre os cineastas e o povo.” O olhar do autor está presente desde a escolha da temática até a montagem fílmica, o que também estabelece um sentido sobre o que é apresentado e o que é idealizado. Sendo assim, a representação da realidade filmada sempre estará condicionada à postura do documentarista.

O documentário “Carne e osso”

Produzido pela ONG Repórter Brasil, o documentário “Carne e osso” foi dirigido pelos jornalistas Caio Cavechini e Juliano Barros. O filme tem 65 minutos de duração e apresenta relatos de vida de trabalhadores de agroindústrias brasileiras. Para chegar à temática, Cavechini conta que durante dois anos a equipe de produção percorreu cidades das regiões centro-oeste, sudeste e sul, incluindo o município de Chapecó, à procura de histórias e relatos de vida que pudessem “mostrar” como é o cotidiano de trabalho nos frigoríficos de aves, suínos e bovinos.

Segundo o diretor, os dados que realmente chamaram a atenção foram baseados em pesquisa do Ministério da Previdência Social, que provam que trabalhadores de frigoríficos estão expostos a

mais riscos do que a média de todos os outros segmentos. “O que mais nos impressionou na construção da temática não foram os dados em si, mas os relatos de vida, os transtornos psicológicos e as histórias, somente as histórias seguram o documentário inteiro.” (Caio Cavechini em entrevista à pesquisadora, 1 mar. 2013).

O documentário “Carne e osso” foi lançado em 2011, tendo sido premiado em vários festivais, entre eles o festival “É tudo verdade” que o projetou nacional e internacionalmente. A abordagem privilegia depoimentos e imagens, algumas vezes bem impactantes. Falam funcionários, ex-funcionários, terapeutas, fiscais e representantes do Ministério do Trabalho. De acordo com os dados pesquisados para a produção do filme, o setor de carnes empregava, em 2010, no Brasil, 750 mil trabalhadores e representa o terceiro item da balança de exportação do agronegócio brasileiro, ficando atrás apenas da soja e do açúcar/etanol.

No documentário, chama a atenção o depoimento da terapeuta ocupacional do Instituto Nacional de Seguro Social (INSS) de Chapecó, Juliana Varandas. No filme ela denuncia que cerca de 80% do público atendido na região são trabalhadores de frigoríficos. Segundo ela, o trabalhador adoece, é encaminhado para o INSS e não consegue retornar ao trabalho porque as empresas acabam contratando outras pessoas. O município de Chapecó é conhecido como a capital da agroindústria, portanto, no contexto desse filme está um dos principais segmentos econômicos do País. Para a região oeste de Santa Catarina, especificamente Chapecó, um negócio que gera uma cadeia produtiva responsável por grande parte da arrecadação de impostos e movimentação financeira.

Partindo da denúncia de fiscais do trabalho, Cavechini conta que enquanto documentarista tinha como premissa e desafio mostrar um setor produtivo que a todo tempo provoca a doença de seus

trabalhadores, trazer essa realidade não para um público restrito, como da área da saúde ou jurídica, e sim para a sociedade como um todo, para o próprio consumidor do produto final. O diretor conta que estava determinado a mostrar esse trabalho, não faria o documentário sem imagens do processo produtivo nas indústrias.

Quando você se concentra em um documentário, você pensa: dá para fazer diferente, dá para ficar bom? Ou vai ser um documentário entre aspas, de 'ONG', com uma visão maniqueísta do mundo e falando que todo o empresário é malvado, que todo o trabalhador é coitadinho? Você tem que comprovar isso com histórias de vida. Não adianta você ficar na ideologia ou no discurso político da ONG. O documentário precisa superar as barreiras de público e chegar a outras pessoas que talvez não assistiriam esse documentário, ou não entram num *site* de direito do trabalho, não entram num *site* de exploração do trabalhador; enfim, tínhamos esse grande desafio. (Caio Cavichini em entrevista à pesquisadora, 1 mar. 2013).

Caio relata que para a captação das imagens para o documentário foi preciso contar com a participação de várias pessoas, inclusive trabalhadores dos próprios frigoríficos. Para ele, esse foi o ponto fundamental: a relação de confiança entre os diretores do documentário e os trabalhadores que, indignados, queriam tornar pública sua rotina. Foram dois anos de contato com funcionários e advogados trabalhistas. Uma das estratégias para a captação das imagens dentro das agroindústrias foi entrar na linha de produção junto com os fiscais. Um grupo de cinco pessoas da ONG percorreu os estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Goiás, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso e o Distrito Federal, contatando a fiscalização local, a fim de utilizar essas fiscalizações para entrar na indústria e gravar as imagens.

As histórias retratadas no documentário são de funcionários que sofreram pressões psicológicas e fisiológicas, situações que refletem diretamente na saúde de cada um deles, levando-se em conta as condições a que cada trabalhador foi submetido em seu ambiente de trabalho. Personagens que trabalharam por anos em uma mesma atividade, com movimentos repetitivos, tendo que cumprir metas. Em entrevista, Caio revela que nenhum perfil de personagem foi traçado, eles foram surgindo ao longo da pesquisa para o documentário. Entretanto, o principal objetivo era mostrar trabalhadores que estavam com sérios problemas de saúde, entre eles a invalidez.

Todos os personagens apresentados no documentário estão aposentados por invalidez pelo INSS. Cavechini ressalta que a cada dez personagens gravados para o documentário, apenas um ou dois entraram no filme. Ao decidir em utilizar ou não os depoimentos, pesava sob a consciência dos diretores a situação de cada família envolvida. Muitos personagens filmados tinham cônjuges, filhos, parentes e amigos com vínculo empregatício com as agroindústrias. Cavechini conta que foram utilizados muitos depoimentos em “*off*” (sem mostrar os rostos). “Queríamos mostrar que havia muitas pessoas falando, muitas vozes diferentes”, explica o diretor.

Na entrevista para esta pesquisa, Cavechini também revela algumas dificuldades enfrentadas durante o processo de produção fílmica, bem como depois de tudo produzido e documentado. Uma delas foi quanto aos recursos financeiros, se levado em conta o tempo de pesquisa para uma produção desse gênero. Segundo Caio, foram dois anos de visitas aos estados, o que demandou tempo e dinheiro. Depois, foi a dificuldade de fazer com que as pessoas conhecessem o documentário. Partindo do pressuposto que o documentário é um instrumento de mobilização, ele deveria chegar à população de alguma forma. Para isso, Caio disse ter entregado

várias cópias do filme para sindicatos, para juízes, inscrito o documentário em festivais nacionais, internacionais a fim de promover a discussão das cenas, bem como dos personagens e os problemas por eles enfrentados. “Tentar fazer com que o documentário não morra”, esse foi o intuito da equipe e dos diretores de “Carne e osso”.

Produzir um documentário e fazer com que a proposta seja alcançada, transmitir ao público tudo o que se pensou desde o roteiro até as gravações de imagens é uma das tarefas mais difíceis – se levado em consideração que cada indivíduo tem a sua bagagem e receberá ou atribuirá à narrativa audiovisual diferentes olhares a partir do seu cotidiano. Para Cavechini, a recepção do filme depende da hora, local, público. Onde você assistirá o documentário e com quem. O objetivo do filme, que era justamente exibir um problema até então restrito a nichos da sociedade e expô-lo para a população, segundo ele, foi alcançado:

A recepção é sempre uma coisa muito relativa, individual e depende do dia em que você me perguntar isso também. Tem vários tipos de recepção possíveis. Porque às vezes uma pessoa chega para outra ou uma mãe que chega para um filho, um filho que nunca deu valor ao trabalho da mãe que trabalha num frigorífico, às vezes a mãe leva o filho no cinema e fala ‘tá vendo? Essa é minha vida’. Isso já aconteceu! (Caio Cavechini em entrevista à pesquisadora, 1 mar. 2013).

A trajetória de divulgação e exibição do filme trouxe muitas surpresas aos diretores, momentos especiais, como revela Cavechini. Um deles, conta, foi em um festival de cinema na cidade de Gramado, quando sindicalistas apresentaram uma *performance*. Eles trouxeram uma pessoa fantasiada de frango que carregava outra em uma cadeira de rodas, justamente para mobilizar e chamar a

atenção do público sobre o debate do filme. Para o diretor, ao avaliar os objetivos e alcance do documentário, é possível considerá-lo um objeto ativo no processo de mobilização social. Cavechini considera que um documentário não deve partir do pressuposto de querer “mudar o mundo”, e sim permitir que cada indivíduo tenha uma recepção pessoal sobre a realidade fílmica.

Eu acredito mais no poder individual. O bom documentário te faz olhar para um mundo que você não viu, ou te apresenta uma realidade que você não conhece, não somente no sentido informativo. Ele é sim um instrumento de mobilização social, mas acho que nem todo o documentário pode partir disso. O bom documentário, ele sempre vai causar um impacto pessoal em alguém, vai fazer a pessoa olhar a realidade ou a própria vida de outra maneira. Se o documentário é bom você sempre sai diferente do que era quando começou a ver. (Caio Cavechini em entrevista à pesquisadora, 1 mar. 2013).

Após todos os festivais, mostras, circuitos de exibição, universidades e sindicatos em que o filme “Carne e osso” foi apresentado, ele foi objeto de discussão no Senado Federal. O documentário provocou reflexões e debates que culminaram na criação de uma nova Norma Reguladora (NR) sobre a temperatura média dos ambientes aos quais trabalhadores das agroindústrias estão submetidos. Caio ressalta um estudo pós-documentário realizado pelo diretor Juliano Barros com o intuito de “ouvir os dois lados”. Esse estudo, chamado “Moendo gente”, produzido pela ONG Repórter Brasil, está publicado no *site* da ONG e trata-se de um amplo mapeamento sobre as condições de trabalho nas principais indústrias da carne no Brasil. Sobre o “Carne e osso” não apresentar “o outro lado”, ou seja, a fala dos empregadores, Cavechini argumenta que a intenção

dos diretores era relatar as histórias de trabalhadores nas agroindústrias e não justificar o problema desses trabalhadores. Segundo ele, não seria justo “fulanizar” uma pessoa que fosse responder por todo aquele problema retratado no filme.

Os sujeitos e a recepção

Os sujeitos desta pesquisa são trabalhadores de agroindústrias, aposentados ou não, previamente contatados. Através das associações de moradores foram mapeadas 26 pessoas, sendo 16 moradores do loteamento Jardim do Lago e dez do loteamento Colina do Sol, ambos localizados no bairro Efapi, em Chapecó (SC).

O bairro Efapi atualmente é composto por pessoas de baixa renda, cuja maioria, segundo a “Pesquisa para intervenção no bairro Efapi”, monografia do curso de Arquitetura e Urbanismo da Unochapecó, de Jocenei Francisco Ramos (2007), sobrevive do trabalho nas agroindústrias concentradas na região, além dos mais variados comércios e outras atividades, como a coleta de material reciclável.

Os principais fatores de crescimento do bairro Efapi são: a instalação de agroindústrias de maior porte e a instalação de uma Universidade. O censo realizado pelo IBGE (2011) registrou mais de 27 mil habitantes no bairro. Mesmo sendo grande, a pesquisa de Ramos indica que a infraestrutura do bairro é bastante precária, exceto no caso de energia elétrica e água, que atingem 100% da população.

Os trabalhadores mapeados estão afastados do trabalho na agroindústria, alguns temporariamente e outros aposentados. Os participantes da pesquisa caracterizam-se pela migração principalmente do campo, alguns migraram ainda jovens para a cidade de Chapecó, com o interesse de trabalhar e “crescer na vida”, motivo

pelo qual buscaram nas empresas frigoríficas o seu primeiro emprego. Muitos agricultores foram ou ainda são “agregados” dessas empresas, por esse motivo elas são referência no interior. A maioria desses trabalhadores não tem escolaridade para buscar outro trabalho e se sujeitam à linha de produção, permanecendo por muitos anos na atividade sem qualquer expectativa de crescimento. Para as agroindústrias, esses trabalhadores, cuja origem é a agricultura, compõem mão de obra de excelência, já que são acostumados com o trabalho duro, perfil desejado pelas empresas.

No decorrer do mapeamento do grupo focal constataram-se vários perfis, tendo em vista situações semelhantes e suas respectivas justificativas para o problema apresentado. Sendo assim, foram mapeados os seguintes perfis:

- trabalhadores aposentados por tempo de serviço, por atividade rural e ainda trabalhando em agroindústrias com idade superior a cinquenta anos, maior incidência do sexo masculino;
- trabalhadores de frigoríficos aposentados por tempo de serviço, com idade entre cinquenta e 62 anos, maior incidência do sexo masculino;
- trabalhadores afastados das atividades de agroindústrias, com idade entre trinta a 42 anos, maior incidência do sexo feminino;
- trabalhadores aposentados por invalidez permanente, com idade de trinta a 43 anos, ambos os sexos.

A partir do primeiro cine-fórum realizado com cinco dos sujeitos mapeados, foi possível interpretar a recepção de cada sujeito, tendo em vista suas comparações, percepções e aproximação com a

realidade fílmica retratada. Nesse primeiro momento, da realização de um cine-fórum, foram selecionados dois perfis: ex-trabalhadores de agroindústrias aposentados por tempo de serviço e ex-trabalhadores aposentados por invalidez permanente. Para evitar constrangimentos para os sujeitos que participaram do grupo focal, suas identidades serão preservadas, sendo usados pseudônimos no relato da pesquisa.

- Trabalhador A: 55 anos, trabalhou dez anos no Frigorífico Chapecó e está aposentado há 12 anos por tempo de serviço. Casado. Sua esposa trabalhou durante 11 anos também no Frigorífico Chapecó no setor de estocagem. Ele trabalhou oito anos no carregamento e depois passou ao cargo de encarregado do setor de produção.
- Trabalhador B: 57 anos, trabalhou 17 anos na Sadia e está aposentado há sete anos por tempo de serviço. Casado. Sua esposa também trabalhou na empresa e compõe essa mostra sendo identificada como trabalhadora C. Ele começou no frigorífico trabalhando no carregamento, onde ficou por dois anos, e depois 15 anos no abate de frangos.
- Trabalhadora C: 53 anos, trabalhou 17 anos na Sadia e está aposentada há dois anos por tempo de serviço. Casada com o trabalhador B. Ela trabalhava no setor de abate de frangos e já fez uma cirurgia no joelho.
- Trabalhadora D: 32 anos, trabalhou cinco anos na Sadia. Cinco anos afastada e está aposentada há um ano por invalidez permanente. Ela já fez três cirurgias na coluna, é casada e tem duas filhas, uma de sete anos e outra de 12. Trabalhava na linha de desossa.

- Trabalhador E: 43 anos, trabalhou nove anos na Sadia e está aposentado há cinco anos por invalidez. Ele trabalhava no setor de frangos, no abate. Foram oito anos e meio no mesmo setor. Acabou tendo uma paralisia em uma das pernas, teve de operar a coluna, entretanto recuperou apenas 20% dos movimentos do braço direito. Ele é casado e sua esposa trabalha no frigorífico há 17 anos.

Várias foram as temáticas abordadas pelos sujeitos no debate promovido após a exibição do documentário, tendo em vista a experiência fílmica aliada à realidade por eles vivenciada. O trabalhador A disse ter ficado “espantado” com a questão da rapidez da linha de produção relatada no documentário. Disse que na época em que trabalhou no setor, há 12 anos, a linha de produção não era tão acelerada. Diferente da trabalhadora D que comentou trabalhar nas mesmas condições retratada no documentário: “Eu desossava em 14 segundos uma coxa e uma sobrecoxa. Eu trabalhava naquela função ali. No desosso de perna. É como mostrou ali, realmente.” O trabalhador A comentou que se o documentário “Carne e osso” fosse exibido em convenções de preparação para futuros trabalhadores de agroindústrias, a metade ia embora. “Eu acho que esse filme se passasse quando tem integração, a metade desistia, ia para casa.”

Nesse sentido, é revelador o depoimento da trabalhadora C: “Quando eu comecei em 1994 eram abatidos 73 mil frangos por turno. Quando eu saí já eram mais de 110/112 mil.” Ela conta que trabalhou durante dez anos separando miúdos, três anos classificando patinha, mais quatro anos na inspeção de carcaça. Para a trabalhadora C:

O documentário mostra um pouquinho só do que é, se for ver a realidade do dia a dia. Não tem exagero, é isso ali e muito mais. Dali para pior. Não é falar mal, é falar a realidade. Quando eu saí de

lá, eu já estava aposentada, mas eu já não estava trabalhando como antes, e daí até um dia eu falei para os meus colegas de serviço, há de ter um dia em que alguém veja e tome providência, porque está muito archoado para o funcionário, eles exigem demais e pagam pouco. As pessoas todas ali com dor, com sono, de dormir sentado. E daí estão sempre cobrando, sempre exigindo. (Em depoimento durante grupo focal, 22 mar. 2013).

O descaso das indústrias para com os empregados doentes também foi discutido entre os sujeitos. A trabalhadora D disse que por diversas vezes procurou o setor de saúde da empresa, porém foi tratada com o mesmo desprezo retratado no filme pela personagem Valdirene. Já a trabalhadora C lembrou que procurava trabalhar mesmo com dor, justamente porque via outros colegas passando pela humilhação de ser insultado pelos profissionais da saúde.

Esse tipo de situação também foi vivenciada pelo trabalhador E. Ele contou que precisou realizar cirurgia na coluna e necessitou antes do atestado da enfermagem da empresa. Entretanto, ele também frisou o descaso a que são submetidos os trabalhadores que adoecem e primeiro devem passar pelo ambulatório da empresa.

A trabalhadora C trouxe para discussão a redução da velocidade na linha de produção quando são anunciadas fiscalizações. “É como ali no vídeo uma pessoa falou, quando tem as auditorias daí eles diminuem a velocidade, é verdade! Daí eles diminuem bemquinho, pegam gente do outro turno pra ir lá ajudar. Quando têm as auditorias eles não veem, porque daí está tudo tranquilo.”

O documentário relata várias histórias de personagens que ficaram com membros do corpo inválidos em virtude da atividade repetitiva ou em razão de acidentes. Conforme a trabalhadora D, tais acidentes são rotineiros e a empresa pede para que não comentem fora do ambiente de trabalho o que acontece lá dentro.

Outra situação relatada no documentário “Carne e osso” e vivenciada pelos sujeitos participantes do grupo focal é relacionada às baixas temperaturas às quais os trabalhadores dos frigoríficos são submetidos. Os trabalhadores A e B disseram que o frio piora a dor nas pernas, braços e coluna no inverno. Um deles contou que em um dia de inverno pediu para o encarregado se poderia desligar o ventilador, ele respondeu que não porque os frangos poderiam morrer. Então o trabalhador A disse que comentou: “Então vamos fazer assim: ou tu desliga ou eu paro de descarregar, porque os frangos vão para o abate e eu sou vivente aqui, sofro, me dá problemas nas juntas. E foi o que aconteceu, tive problema nas juntas do braço, no fim eu não podia nem lá dentro trabalhar mais de dor por causa do frio, do esforço.”

A “sujeira” no local de trabalho, provocada pelo abate e corte de frangos, bovinos e suínos, evidenciada no documentário, foi comentada pela trabalhadora C, que frisou ser essa a realidade. Segundo ela, enquanto trabalhava, tinha direito de trocar os aventais uma vez ao dia, e o resto do tempo ficava com os aventais e roupas sujas. Sobre a ginástica laboral, exigida por lei, ela relata que não ocorria todos os dias e, quando era realizada, os funcionários não podiam sair do local de trabalho, rapidamente paravam para fazer os exercícios de alongamento e logo retornavam à tarefa.

Assim como os personagens do documentário, a trabalhadora C e o trabalhador B foram afastados da empresa por apresentar problemas de saúde. Quando retornaram ao trabalho, voltaram para o mesmo setor. Ela relatou que ficou afastada durante cinco anos e quando voltou a colocaram na linha de produção novamente – o que agravou ainda mais o seu problema de coluna. Muitas vezes emocionada com a exibição do filme, a trabalhadora C ainda conta que faz tratamento com psicóloga e psiquiatra justamente para

aceitar a situação de ser tão nova e não ter condições de realizar nenhum tipo de esforço físico. Com 14 parafusos na coluna, duas hastes e dois conectores, ela não trabalha mais.

Já o trabalhador B revela que sua esposa, que há 15 anos trabalha no frigorífico, também já apresentou problemas de saúde, no entanto tem medo “de entrar em depressão por ser ainda nova”. Durante os cinco anos em que está aposentado por invalidez, por duas vezes ele teve que recorrer ao tratamento psiquiátrico por estar com depressão.

Às vezes as pessoas acham que a gente não tem nada. Ah, tá aposentado, é vadio. Mas se eu caminhar mais de um quilômetro já começo arrastar a perna, se eu começar a fazer qualquer atividade com o braço, perco a força. Qualquer coisa que eu comece a fazer em casa, já não consigo mais. (Em depoimento durante grupo focal, 22 mar. 2013).

Dos cinco sujeitos estudados, três tiveram problemas e necessitaram de um tempo de afastamento, e todos foram unânimes quando disseram sentir-se “abandonados” pela empresa, porque nesse período não receberam nenhum apoio moral, nenhuma visita ou manifestação de preocupação. Apenas a trabalhadora C disse ter recebido visita domiciliar; entretanto, conforme ela, era apenas para saber se não estava realizando nenhum tipo de trabalho em casa que pudesse agravar ainda mais o problema.

A trabalhadora D pontuou na discussão o aumento de salário para os funcionários novos, assim como ela. Os trabalhadores B e C disseram ter presenciado tal situação. Segundo eles, os supervisores afirmavam ter que incentivar os novos para que permaneçam, tendo em vista que os “mais velhos” já estavam acostumados com o trabalho.

Considerações finais

Tendo em vista que o principal objetivo desta pesquisa foi estudar o documentário como objeto de mobilização social, partindo do pressuposto que cumpre o seu papel na sociedade como mídia cidadã, pôde-se chegar a algumas considerações finais que estão muito longe de serem conclusivas.

A partir do grupo focal, relatado neste texto, é possível considerar que os indivíduos estudados no decorrer desta pesquisa, ou seja, os trabalhadores de agroindústrias em Chapecó, conseguiram fazer acepções individuais do documentário, trazendo para a sua realidade, tendo em vista o seu cotidiano e a sua experiência de vida. Em várias situações os sujeitos se identificaram com os personagens apresentados no filme, viram projetadas as suas vidas e de pessoas que conhecem.

Eles demonstraram essa relação e identificação não apenas nos relatos e desabafos verbais, mas também nas expressões corporais durante a exibição do filme, sinais assertivos com a cabeça e na emoção manifestada. Como objeto de pesquisa, o documentário pode contribuir para compreender melhor a relação do audiovisual com a mídia cidadã. Suas observações, aproximação e comparação com a realidade fílmica já provocam por si só uma mobilização intrapessoal. Levando-se em consideração as asserções sobre o mundo ou “o mundo” que Ramos (2008) cita em seu livro sobre documentário, cada sujeito realizou a sua asserção partindo de um problema comum entre os envolvidos.

Ramos (2008) argumenta que a definição do campo documentário não deve vincular-se à qualidade de verdade, de realidade ou de objetividade. Portanto, tornar essas asserções sobre o mundo um instrumento de mobilização social é outro parâmetro a ser

estudado. O que se pode concluir é que cada indivíduo dentro da sua comunidade, a partir da sua bagagem e repertório, é capaz de inquietar a sociedade a fim de tornar público aquele problema que é comum entre todos.

O “se assistir” no documentário foi fundamental para realizar essas asserções, sabendo que cada personagem tem a sua história de vida, mas que se assemelha à realidade de muitos dos sujeitos apresentados no filme. Há uma forte identificação, mas não necessariamente gera uma “mobilização” no sentido da promoção de ações ou atitudes. É no campo da consciência, da percepção e da reflexão que o documentário provocou reações imediatas: emoção e indignação, logo contidas por um sentimento de impotência e conformismo. Os indivíduos que participaram do grupo focal expuseram sentimentos e histórias, mas não demonstraram interesse em levar a discussão adiante, consideraram o documentário importante, mas não mostraram interesse em promover novas exposições ou discussões a respeito. É certo que são muitos os fatores em torno dessas reações, um amplo estudo dos contextos social, econômico e político é bem-vindo para ampliar a compreensão e aprofundar assuntos como esse.

Referências

BERNARDET, Jean-Claude. **Cineastas e imagens do povo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

DA-RIN, Silvio. **Espelho partido**: tradição e transformação do documentário. São Paulo: Azougue, 2004.

GODOY, Christian. À luz com as massas midiáticas: o prazer como mediação no contexto da recepção. In: COMPÓS, 12., Recife, 2003. **Anais eletrônicos...** Recife, 2003. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1033.PDF>. Acesso em: 5 nov. 2010.

GOLDSCHMIDT, Ilka. **Sujeito no olhar**. Relatório de pesquisa apresentado à Unochapecó. Chapecó: Unochapecó, 2009.

GUTFREIND, Cristiane Freitas. O filme e a representação do real. **Compós**, v. 6, 2006. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/90/90>>. Acesso em: 6 jul. 2012.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico 2010**: Características da população e dos domicílios: resultados do universo. Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em: <<http://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 12 set. 2012.

LABAKI, Amir. **Introdução ao documentário brasileiro**. São Paulo: Francis, 2006.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas: Papirus, 2005.

NÓVOA, Jorge; BARROS, José D'Assunção (Org.). **Cinema-história**: teoria e representações sociais no cinema. 3. ed. Rio de Janeiro: Apicuri, 2012.

PENAFRIA, Manuela. Análise de filmes: conceitos e metodologias. In: CONGRESSO SOPCOM, 6., Lisboa, 2009. **Anais...** Lisboa, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2013.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal...: o que é mesmo documentário?** São Paulo: Senac, 2008.

RAMOS, Jocenei Francisco. **Pesquisa de intervenção no bairro Efapi**. 2007. Monografia (Graduação em Arquitetura) – Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, 2007.

RIBEIRO, Carolina Maciel; MOREIRA, Rejane Mattos. Documentário e comunicação: construção de possibilidades. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 14., 2009, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0295-1.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2013.

ZANDONADE, Vanessa; FAGUNDES, Maria Cristina de Jesus. **O vídeo documentário como instrumento de mobilização social**. 2003. 73 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo) – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis/Fundação Educacional do Município de Assis, Assis, 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/zandonade-vanessa-video-documentario.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2012.

O olhar além das telas: o adolescente como receptor audiovisual

*Daniel Mendes Moreira
Ilka Goldschmidt*

Introdução

No cenário brasileiro, mesmo com os muitos avanços realizados no campo dos estudos de comunicação, a temática que relaciona o adolescente com a mídia continua a ser um campo ainda não valorizado. Com esta pesquisa, busca-se avançar, sobretudo, na linha de investigação que compreende o adolescente como sujeito da pesquisa. O estudo apresentado aqui focará nas relações dos adolescentes com o cinema, cultura e sociedade, tomando como lugar da observação o ponto de vista do próprio sujeito de pesquisa. A pesquisa terá como perspectivas teóricas os estudos de recepção. Esse tipo de estudo é uma abordagem da teoria da comunicação que indaga sobre o lugar do espectador, nesse caso espectador de audiovisual, em suas práticas culturais e também na vida cotidiana.

O cinema encontra um espaço privilegiado no cotidiano da sociedade contemporânea e configura-se como um dos principais mercados de entretenimento em todo o mundo, atingindo surpreendentes patamares de produção. Em 2017, só no Brasil¹, as salas de cinema receberam 180 milhões de espectadores, e foram lançados 160 longas-metragens nacionais. A questão é que sendo

1 Agência Nacional do Cinema (Ancine). Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/mercado-audiovisual-brasileiro>>. Acesso em: 16 jun. 2018.

o cinema uma indústria, um negócio, a sua distribuição está sujeita ao fluxo capitalista. Os filmes exibidos nas salas de cinema e na televisão não seguem a lógica da diversidade produzida, e sim da concentração de investimentos (Silva, 2010, p. 17). Dessa forma, os mesmos filmes chegam aos espaços formais de exibição em todo o mundo. No Afeganistão e no Brasil, na Itália e no Japão, os cartazes são os mesmos e correspondem aos *blockbusters*² americanos, situação que contribui para a padronização do comportamento, para um olhar pouco criterioso e pensamentos domesticados.

Cinema

Foi em 1896 que os irmãos Lumière projetaram para uma plateia o primeiro filme animado. Eles não achavam que estavam criando uma indústria de entretenimento. Mas, anos depois, Georges Méliès, mágico do teatro francês, teve outra ideia: realizar filmes como espetáculos de entretenimento. Após os Lumière, Méliès foi o principal personagem na evolução da indústria. Ele produziu os primeiros filmes de ficção, *Viagem à Lua* e *A conquista do Pólo*. Coube também a Méliès a construção do primeiro estúdio de filmagens do mundo (Turner, 1997). Em sua história de afirmação social, cultural e comercial, e como o primeiro entretenimento de massas, o cinema chamou a atenção. Logo foram identificadas especificidades em sua forma de expressão e, em especial, um caráter estético, o que veio a lhe fazer alcançar o título de Sétima Arte, e, como

2 *Blockbuster* é um termo de origem inglesa que indica um filme ou documentário produzido de forma exímia, sendo popular para muitas pessoas e que pode obter elevado sucesso financeiro a partir de ampla circulação.

afirma o pesquisador João Rodrigues da Matta (2009), a única arte realmente moderna.

De lá para cá muita coisa evoluiu no formato e na exibição, porém o cinema continua com seu mesmo objetivo, reproduzir a realidade com a maior precisão possível. É por conta disso que, atualmente, muito mais que uma forma de entretenimento, o cinema também é compreendido como função social, algo que vai além do estético e apenas visual. Agora, o cinema está cada vez mais popular e com uma forte presença no cotidiano das pessoas.

Essa função social de exibição, que vai além do circuito comercial e que faz questão de chegar ao grande público, garante que qualquer espaço possa se tornar sala de exibição, já que tradicionalmente as exibições de filmes em salas de cinema ocorrem em um salão totalmente escuro, com uma grande tela branca e cadeiras dispostas em fileiras. Isso, de certa forma, ainda cria uma relação com a primeira sessão de cinema, que, segundo Machado (1997), aconteceu há mais de dois mil anos, muito antes dos irmãos Lumière e de Méliès, na imaginação de Platão, e veio a ser conhecida posteriormente como a “alegoria da caverna”.

O mito da caverna é a cena inaugural da metafísica do Ocidente, na qual beberam, e ainda hoje bebem, gerações sucessivas de pensadores. O seu princípio, todavia, é relativamente simples e está fundado numa distinção básica entre um ‘conhecimento sensível’, enganoso em sua materialidade fantasmática, e a visão fulgurante que nos redime das ilusões cotidianas; ou, para usar a terminologia mais elaborada de Hegel (1977, p. 159): a cisão entre a ‘representação do mundo sensível ao homem’ e a consciência de uma realidade supra-sensível [...]. (Machado, 1997, p. 29).

Tem cinema, e não é em sala escura

Espaços alternativos também podem se configurar em um local de exibição de filmes. Uma ferramenta bastante importante e alternativa para a circulação de filmes são as distribuidoras de filmes independentes, que atuam diretamente na formação de público e na aproximação de realizadores e exibidores brasileiros. Geralmente, a proposta dessas produtoras é a valorização e a difusão da produção independente autoral, sob licença, para serem utilizadas e distribuídas de maneira livre para os pontos de exibição não comerciais existentes no País, como cineclubes, mostras e festivais. Festivais de cinema são importantes para a propagação de filmes produzidos com baixo orçamento. Esses festivais, realizados no Brasil ou no exterior, são importantes vitrines para os produtos audiovisuais, contribuindo para a formação de plateias.

Para o curta-metragem, os festivais são a principal janela de exibição em tela grande. Ainda relacionando ao campo de exibição e difusão, observamos que os festivais atuam na promoção do filme, dos artistas e profissionais envolvidos, e são fortes instrumentos de visibilidade para patrocinadores e apoiadores. Por seu caráter eventual, que quebra uma rotina, vimos que com frequência um festival possui forte poder de mobilização de mídia gerando inúmeras matérias durante o período de realização. Mesmo os festivais de pequeno porte podem mobilizar uma mídia local. (Mattos, 2013, p. 117).

Os festivais cumprem um papel muito importante também quanto à mediação que fazem entre o filme e o seu público. Mattos (2013) acredita que os festivais são uma peça fundamental na en-

grenagem do cinema. Outro ganho, segundo a autora, é que festivais têm características simples, diferente dos eventos culturais tradicionais que se apresentam cada vez mais ancorados no espetacular (Mattos, 2013).

Além das distribuidoras independentes, das mostras e dos festivais, outra forma de acesso dos espectadores a filmes que não chegam tão facilmente às salas de cinema comerciais e que vem atuando fortemente na formação de público são os cineclubes. Eles geralmente são associações, sempre sem fins lucrativos, que exibem, discutem e provocam a reflexão sobre o cinema. Hoje em dia o cineclubes “[...] fortalece o potencial transformador da sociedade que está inserido no cinema, e mais que a exibição de filmes, busca a formação de público.” (Butcher, 2006, p. 38).

Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis

A Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis³, que completa 14 anos em 2015, foi o primeiro evento cinematográfico, acrescido de debates e atividades ligadas ao cinema, voltado exclusivamente para o público infantil no País. De acordo com Mattos (2013), esse tipo de evento sempre privilegia discussões que estão mais voltadas para o conteúdo dos filmes exibidos. O público desse perfil de festival é mais segmentado e quase sempre ligado ao tema.

Existe uma rica produção mundial voltada para o público infantojuvenil, mas é desconhecida por questões de financiamento e distribuição. As produções que compõem a Mostra traduzem a multiplicidade cultural do Brasil e do mundo. De acordo com os orga-

3 Disponível em: <<http://www.mostradecinemainfantil.com.br/>>. Acesso em: 10 out. 2015.

nizadores, a diversidade é valorizada porque é considerada fundamental para o desenvolvimento da consciência e cidadania. Outro fator importante considerado na seleção dos filmes que compõem a Mostra é a representação cultural, isso porque o cinema infantil deve atuar no País para que as crianças conheçam as imagens, os sotaques e a riqueza cultural do Brasil.

Os filmes são espelhos onde cada povo pode se ver na tela e refazer os caminhos de sua cultura e sua história. Por isso, também, a preservação do cinema é fundamental para a nossa história, a nossa memória e a nossa identidade cultural. Um povo que perde a memória de sua cultura está condenado a assumir os valores das culturas dominantes e será submetido à colonização cultural, a pior das colonizações, pois retira a capacidade desse povo de pensar a si próprio e assim definir os seus próprios destinos, segundo suas identidades e suas características econômicas, sociais e culturais. (Lins, 2008, p. 2).

Todos os filmes exibidos na Mostra possuem uma curadoria específica. Segundo os responsáveis, os curadores envolvidos no processo de seleção dos curtas têm a função de trazer para a Mostra filmes feitos para crianças e adolescentes, com temas interessantes para eles e com uma abordagem adequada para esse público, seja no campo da educação, da ficção ou do social.

A internet e a nova forma de ver cinema

A internet criou novos hábitos na sociedade contemporânea, incluindo a forma de se comunicar e também a de se relacionar socialmente. Junto com essas mudanças surgiram novos hábitos

ligados ao consumo de filmes pela internet. Avanços nas áreas de telecomunicações e transmissão digital de dados trouxeram novas possibilidades para realização de uma enorme variedade de produtos audiovisuais. As possibilidades de consumir bens culturais *on-line* são amplas e cada vez menos o espectador precisa sair de casa ou de onde está para conseguir ver um filme. A qualquer momento o usuário tem à disposição filmes de ficção, documentários, projetos experimentais, animações, entre outros.

Com essa possibilidade de distribuição na internet, aliada ao aumento de recursos públicos que fomentam a produção audiovisual no País, o cinema independente, aquele feito com bem menos recursos, tem crescido bastante. De acordo com Martinez (2013), que analisou o contexto cinematográfico em Pernambuco, o cinema independente se desenvolve a caminho da construção de uma indústria cinematográfica, devido à quantidade cada vez maior de filmes produzidos.

Recepção cinematográfica

A pesquisa de recepção fílmica está se desenvolvendo cada vez mais e necessita ampliar ainda mais a experimentação metodológica dos vários meios existentes. Para Costa e Citelli (2011), essa experimentação deve acontecer através de projetos integrados, que atinjam várias disciplinas e que procurem combinar os avanços teóricos com as construções empírico-descritivas, além de realizar uma interpretação crítica, cultural e política dos processos de recepção de comunicação, e que, dessa forma, também possam firmar uma ótica teórica compreensiva. Assim,

[...] investigar a recepção exige pensar tanto o espaço da produção como o tempo de consumo, ambos articulados pela cotidianidade (usos/consumo/práticas) e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos e discursivos (gênero) da comunicação de massa. (Costa; Citelli, 2011, p. 47).

Segundo a autora, a comunicação a partir da recepção permite entender o papel dos meios de comunicação na vida da sociedade contemporânea, como eles atuam no cotidiano dos grupos sociais, nas diferentes comunidades e culturas. A pesquisadora Lopes (1996) afirma que com os avanços das pesquisas de recepção orientadas por novas premissas, o processo de recepção é visto para além da relação do sujeito com os meios. Ele é captado na trama de sentidos pelas mediações que operam no cotidiano das pessoas.

Martín-Barbero (1995) observa que nos estudos de recepção o espaço geográfico é extremamente importante, apesar de as pessoas interagirem diferentemente nesse mesmo espaço. É no bairro que a pessoa é alguém, tem um nome, tem uma vida, tem uma história. Guedes (1997) reforça a ideia de que os estudos de recepção na área da comunicação podem ser definidos como o estudo do outro, pessoal ou impessoal, caracterizados pelo diálogo estabelecido entre o pesquisador e o pesquisado, na compreensão do receptor como sujeito do processo de recepção, e no entendimento do meio social onde ele está inserido.

Há três lugares fundamentais de mediação para Martín-Barbero (1995): a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural, em que a família é uma situação primordial de conhecimento, e o bairro pode ser visto como “lugar” de reconhecimento – trata-se dos processos de reconhecimento como “lugares” de constituição de identidades, permitindo, assim, um me-

lhora entendimento das mediações que reconfiguram os processos de recepção ao longo dos tempos.

Para compreender a recepção, principalmente de adolescentes, que são o foco deste estudo, devemos estar atentos também ao mundo que a cerca, as vivências, o seu grupo de amizades e também a sua comunidade. García Canclini destaca em seu livro *Consumidores e Cidadãos* (1991) que entender a recepção deve levar em conta quem é esse indivíduo e de onde ele vem.

Há uma certa coerência entre os lugares onde os membros de uma classe e até a fração de classe se alimentam, estudam, habitam, passam as férias, naquilo que leem e desfrutam, em como se informam e no que transmitem aos outros. (García Canclini, 1991, p. 62).

Para Ronsini (2010), Martín-Barbero (1985) trabalha em três lugares de mediações que se transformam em dimensão: a ritualidade, a tecnicidade e a sociabilidade. Ela destaca que a ritualidade consiste em pensar o ritmo da vida cotidiana, contribuindo para a definição de identidade e de pertencimento a um determinado local social (Ronsini, 2010). Orozco-Gómez (1993) propõe que as mediações se manifestam em forma de ações e de discursos que podem se originar em várias fontes: classe social, gênero, subjetividade, orientação sexual, idade, etnicidade, meios de comunicação, instituições sociais e situações contextuais. Para o autor, por exemplo, a televisão produz sua própria mediação e utiliza recursos muito particulares para representar a realidade social.

Conforme Monteiro (1990), um filme é capaz de suscitar uma infindável variedade de interpretações, que se modificam não só de acordo com o contexto cultural do receptor, mas também ao longo do tempo. Além disso, Maffesoli (1984) ressalta que a câmera tem

o poder de transformar a realidade em algo fantástico, mostrando que o comer, o vestir são compostos de sonhos, de estetismo, de instrumentalidade e magia que só a câmera poderá ressaltar.

Orofino (2008) destaca em seu artigo “Ciranda de sentido: crianças, consumo cultural e mediações” que as pesquisas sobre a relação entre os meios de comunicação e as crianças precisam necessariamente promover uma virada, um deslocamento, uma renovação dos quadros teóricos que nós conhecemos.

O cinema atua no imaginário infantil distinguindo-o de outras mídias a partir de seus meios expressivos. É justamente “[...] a natureza imaginária do significante fílmico que faz dele um catalisador tão poderoso de projeções e emoções.” (Metz, 1974 apud Stam, 2003, p. 142). E é nessa dimensão psíquica da impressão de realidade do meio cinematográfico que os teóricos psicanalíticos buscam explicar o poder do cinema sobre os sentimentos humanos. Considerando que a experiência do espectador não se limita às sensações luminosas e sonoras do filme, o cinema também envolve a memória, que atua evocando coisas que dão e constroem sentidos, e situam melhor as cenas, as palavras e os movimentos na mente do espectador. Essa função impulsionadora de relações está tanto ligada à memória quanto à imaginação do adolescente.

No Brasil, mesmo com os muitos avanços realizados no campo dos estudos da comunicação, a temática das crianças e dos adolescentes com as mídias continua a ser um campo pouco explorado. A pesquisadora Orofino (2015) destaca que pesquisas nessa área ainda estão em um campo marginal. Ela acredita que apesar dos estudos de recepção terem avançado muito ao longo desses últimos vinte anos, as pesquisas com relação a crianças e adolescentes não tiveram o destaque necessário, em especial no Brasil, local onde atuamos. No que diz respeito aos estudos sobre infância e adoles-

cência, e também sobre os meios em que ela vive e está condicionada, ainda prevalece a visão predominante da mídia influente:

Ainda se pensa o adolescente como uma vítima frágil, leitor incompetente, sujeito manipulável, sem questionamento, corpo dócil e indefeso. Já sob o ponto de vista do mercado, cada vez mais a criança é vista como consumidora ativa para quem são desenhadas estratégias do marketing promocional, com os mais coloridos e divertidos anúncios da sociedade do consumo conspícuo e da espetacularização. (Orofino, 2015, p. 371).

Discussão geracional

As narrativas audiovisuais para o público adolescente movimentam uma indústria que envolve milhares de profissionais, gerando impressionante receita mundo afora e participando ativamente na formação de um público consumidor fiel dessas e de futuras produções. Cada vez mais vemos ações de *marketing* para lançamentos de novos filmes sendo direcionadas exatamente ao público infantil e adolescente. É uma forma de conquistar os pais por meio dos “pequenos” espectadores e também um caminho de fidelização a essa determinada marca e/ou personagem desde cedo. Essa atitude positiva em relação ao produto quase sempre se deve ao percurso desenvolvido, que inclui a *performance* de diferentes tipos de produtos, como um caderno, uma mochila, uma caneca. Dessa forma, compreende-se o adolescente como um novo nicho consumidor e também motivador de inúmeras novas vendas a cada dia.

É correto afirmar que o nosso destino é fruto de um consumo. E, assim, o modo como o adolescente consome decide o destino dele. Mello, Castro e Geiger (2004) afirmam que entrar nessas su-

posições parece banal, porém, é assim. O problema com que os adolescentes se confrontam hoje é uma extensão do tempo, por conta da urgência.

Os adolescentes são um público muito desejado por certa parcela do mercado. Esse tipo de consumidor, que é considerado muito ativo e também manipulável, é uma fonte de dinheiro para diversas companhias. Os veículos de comunicação e principalmente o cinema (distribuidoras e produtoras) usam a principal característica do adolescente, que é a de se sentir aceito, para explorarem a vontade de consumo nessa fase.

No estudo “Consumo de mídia e identidades juvenis”, Ronsini (2007) explica que essas empresas indicam regras de conduta aos jovens consumidores e de certa forma vão conduzindo e colocando em pauta os assuntos que consideram mais relevantes oferecendo soluções eficazes para dar conta da inserção otimizada no mundo da visibilidade e do reconhecimento. O cinema, enquanto produto, mantém um poderoso comando de tendências para adolescentes.

O interesse pela cultura globalizada não significa somente a subordinação à cultura da mídia que os leva a consumir produtos, programas e a reproduzir o repertório da música internacional, mas pode indicar o anseio por novos padrões de vida, isto é, novas possibilidades materiais e simbólicas, diante da inconformidade dos jovens quanto às características de funcionamento das relações no entorno social. (Ronsini, 2007, p. 56).

O público adolescente tem uma relação conflituosa com seus corpos, nem por isso deixa de ser o meio principal da experimentação no mundo. Experimentação que se inscreve nos corpos dos jovens de várias maneiras, particulares ou expressivas, de padrões

mais gerais. É possível considerar essa faixa etária como categoria completa de traços de comportamento socioculturais.

Eles possuem linguagem própria, gosto pela aventura, ligação com o presente e rejeição ao passado, recusa da experiência de outras pessoas como referencial, conflitos de geração, tendência à rebeldia, adesão ao movimento e ao jogo, busca pela auto realização, exaltação da vida privada, adoção de ideais de beleza, amor e felicidade. (Rocha; Silva, 2007, p. 12).

O estudo – análises e percepções

O local escolhido para o estudo foi a Escola de Educação Básica Marechal Bormann, localizada na Travessa Brasil, 31 D, no centro de Chapecó (SC). É o mais antigo educandário da cidade, tendo iniciado seus trabalhos em meados de 1930. Atende a aproximadamente mil alunos nos turnos matutino, vespertino e noturno, nos níveis fundamental e médio, e ainda dispõe de serviço de Educação Especial para todos os educandos que apresentam necessidades educacionais especiais, caso de um dos receptores.

A primeira etapa do estudo aconteceu com a pesquisa exploratória, em 2014. Durante essa etapa foi possível entender em que ambiente o adolescente estava inserido, e também como era o seu consumo cultural, principalmente de cinema e audiovisual como um todo. Foi durante a pesquisa de exploração que se chegou à escolha de uma turma que tivesse a faixa etária correspondente à idade em que a criança está passando de fase, iniciando a adolescência. Foi possível compreender que ao mesmo tempo em que ainda eram crianças, pelas maneiras como se comportavam e/ou reagiam às provocações, já se percebia uma desenvoltura significativa nos diá-

logos e socializações das percepções, o que contribuiu para compor os dados que geraram as primeiras percepções do grupo.

Para exibição dos filmes, os próprios receptores selecionaram, por meio de votação baseada nos *trailers* de cada produção, quatro filmes da Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis de 2014. Os selecionados foram *Entre latinhas*, uma ficção de Carla Leoni e Richard Dantas; *Tai ó...! Uma aventura na lagoa*, também ficção, dirigido por Mauricio Venturi; *Pierre e a mochila*, outra ficção, de Iuli Gerbase; e a animação *A varinha mágica*, de Ramon Faria.

A pesquisa também buscou entender as particularidades, o consumo e as mediações dos receptores. A partir do grupo focal, realizado após as exibições, foram selecionados dois meninos e duas meninas, três com 12 anos de idade e um com 13, para a realização de entrevistas individuais, com profundidade, nas casas desses estudantes. Para a escolha desses alunos, uma série de fatores foi levada em consideração. A localização da moradia, todos residem em lugares distintos. Dos quatro entrevistados, um possui três irmãos, dois um único irmão e um é filho único. A forma de consumir filmes e audiovisuais foi o principal critério para a escolha dos quatro, dois possuem TV a cabo, um possui TV a cabo e também é assinante de plataforma *on-demand*, e um possui apenas TV aberta. Dois assistem com a família, um com os amigos e um assiste sozinho. Os desenhos elaborados pelos estudantes também foram considerados, visto que cada um representou um filme diferente, em razão de a proposta após a exibição era que procurassem representar em um desenho o que mais havia chamado a atenção deles em determinado filme. O repertório cultural e fílmico dos receptores também influenciou no mapeamento dos receptores entrevistados individualmente.

Os quatro filmes foram exibidos em uma sala que recriasse o ambiente do cinema, incluindo a disposição das cadeiras, pipoca e

uma grande tela. O espaço era totalmente escuro e não havia ruídos externos, a sala estava climatizada, o som estava alto e adequado para a compreensão.

Figura 1 – Exibição realizada na Unochapecó



Fonte: fotografia de Henrique Zorzi.

O primeiro curta exibido aos receptores foi *Entre latinhas*, que possui várias temáticas reflexivas em um único roteiro. Para surpresa, a discussão não teve seu ponto central ligado às causas ambientais, que é um dos principais temas abordados no filme. O que mais chamou atenção foi o amor à primeira vista entre os protagonistas. Todos os receptores concordaram, quando questionados, que existem diferentes formas de encontrar o amor da vida. “Não, eu não gostei daquela hora em que ele fica seguindo por causa das latinhas. Acho que tinha que ter mais imaginação”, apontou uma das receptoras abrindo para a discussão sobre o que é imaginação e especificamente que tipo de imaginação a mais precisava ter no

filme. “A palavra amor não combina com imaginação”, destaca o grupo, que justificou que o amor do século XXI é diferente porque não chega mais no cavalo branco e é preciso se acostumar com isso.

“A minha é igual a dele, fica um montão de tempo no celular”, destaca outra participante, se referindo ao tempo que a mãe passa no aplicativo do celular. A identificação dos personagens com eles, os próprios adolescentes, foi muito comum, todos se viam refletidos na tela da sala.

O segundo curta exibido, *Tai ó...! Uma aventura na lagoa*, conta a história de João, um garoto que foge de casa e decide ir atrás de sua avó, conhecida como bruxa, na Costa da Lagoa, aonde só se chega de barco. Logo após a exibição, durante o grupo focal, os comentários eram sobre o enredo do filme, que no início parece ser de terror e com bastante suspense e depois acaba se tornando mais simples. “O *trailer* mostrava só as melhores partes, não é um filme tão ruim, mas também não é muito bom”, chegou à conclusão a turma de receptores de um dos grupos focais.

Outro destaque durante a conversa após a exibição foi que João decidiu deixar a sua casa porque a mãe estava grávida de outro irmão e ele não queria mais alguém, já que os pais não davam atenção para ele nem antes de ter outro filho. Essa conclusão foi tomada em conjunto pela turma, já que em nenhum momento aparece algo no curta que possa identificar que João não tem a atenção dos pais.

No decorrer do curta, o protagonista encontra Zé, um menino nativo da região, e acabam sendo parceiros no desafio de chegar à casa da avó, uma senhora que muitos descrevem como a bruxa da lagoa. Quando questionada sobre os comentários dessas outras pessoas em relação a avó, a turma afirma que não se pode julgar uma pessoa sem conhecê-la. “Todo mundo julgava a vó dele de bruxa, mas ela era uma pessoa simpática”, declarou um dos receptores, empolgado.

Sobre *Tai ó...! Uma aventura na lagoa*, outro fato que se destacou foi que, durante a viagem, os dois amigos, João e Zé, iniciam uma amizade e uma aventura repleta de descobrimentos que despertou interesse dos adolescentes. “Eu acho sim que uma amizade verdadeira pode nascer de um pequeno momento”, declarou um dos receptores durante a conversa que abriu discussão para a origem de suas amizades.

Quando questionados sobre a origem do filme, que é a Lagoa da Conceição, um lugar repleto de lendas, localizado em Florianópolis, capital de Santa Catarina, todos sabiam onde o filme foi gravado, pois no início apareceu o nome da cidade. Porém, nesse mesmo questionamento foram abordados os filmes produzidos em Santa Catarina, e todos afirmaram não ter como hábito ver filmes do estado, e nem do País. “Filme bom é aqueles produzidos nos Estados Unidos”, afirmou um dos receptores.

E a preferência pelo cinema *hollywoodiano* foi unanimidade na opinião dos receptores. “Os filmes aqui do estado não dá nem vontade de assistir, são mais parados, parecem que nunca mais terminam”, comenta a receptora Ana⁴, que disse já ter assistido a um filme catarinense e não ter se sentido nem um pouco atraída.

Morin (1987) comenta que esse público, alvo da materialização do sujeito que busca o jogo, o divertimento, o mito e consequentemente a identificação com aquilo que vê, de certa forma se projeta e vê representar no filme algo fantasioso à realidade que existe em sua volta.

A linguagem adaptada a esse *anthropos* é a *audiovisual*, linguagem de quatro instrumentos: imagem, som musical, palavra, escrita. Imagem

4 O nome foi trocado para preservar o anonimato do receptor.

tanto mais acessível na medida em que é envolvimento politônico [polifônico] de todas as linguagens. Linguagem, enfim, que se desenvolve tanto e mais sobre o tecido do imaginário e do jogo que sobre o tecido da vida prática. (Morin, 1987, p. 45).

O terceiro curta, *Pierre e a mochila*, despertou nos adolescentes a imaginação para coisas e fatos que acontecem no seu cotidiano, tais como as apresentações de trabalhos e estudos em classe, a amizade entre meninos e meninas e também temas que precisam ser explorados na sala de aula.

No filme, o personagem principal fala com seu tio sobre o machismo. Para os adolescentes, não houve machismo em nenhuma parte do filme, mas essa questão é importante e precisa ser debatida. Na sala de aula deles não existe a separação de meninas e meninos quanto ao conhecimento. A separação, segundo os estudantes, é por questão de aptidão e interesse, uns gostam de uma coisa e outros de outra, e é isso que define quem anda com quem. A partir desse filme foi possível estabelecer vários debates sobre essa temática, ainda mais considerando crianças e adolescentes que estão inseridas num contexto de normativa machista.

É possível perceber que nos filmes *Pierre e a mochila* e *Tai ó...! Uma aventura na lagoa* a experiência cinematográfica não está limitada à história, que é o principal foco do enredo (tais como a escolha de elenco, enquadramentos, movimentos de câmera e fotografia). Os filmes despertaram o receptor para questões sobre as quais eles nem sabiam que tinham interesse. “As meninas deram a ele uma *catapulta*, acho que eu queria ter uma dessas também, será que daria para usar aqui?” indaga Antônio⁵,

5 O nome foi trocado para preservar o anonimato do receptor.

que estava o tempo todo tentando entender como as personagens do filme conseguiram criar uma. A adolescente Ana acreditou por um tempo que a avó Zilda era uma bruxa: “A câmera não mostrava ela, e sim partes e coisas da casa que remetiam a castelos e coisas mal-assombradas, e quando ela chegou do nada atrás deles, eu tive certeza.”

A partir das colocações dos receptores, foi possível analisar como as propostas estéticas e narrativas influenciaram a percepção deles. “Assim como o filme, no seu conjunto, é a expressão visualmente elaborada de um ponto de vista, cada plano será a tradução em detalhe desta perspectiva global que deve contaminar todos os passos da realização.” (Xavier, 1984, p. 43).

Outro fato marcante da adolescência, e que foi possível verificar com os alunos receptores, é a relação dificultosa, e também certo distanciamento dos pais. Ao perceberem que a mãe do personagem Pierre não estava presente na história e que no outro curta, “Entre latinhas”, a protagonista também não tinha seus pais próximos e tampouco os tinha o menino, os adolescentes logo identificaram essa situação como algo que também acontece com eles.

O conflito com os pais também pode ser respondido pelas proibições e vetos que acontecem em casa. Durante a conversa, os adolescentes sempre preferiam, em relação ao pai e à mãe, aquele que era mais liberal e condizia mais com os seus pedidos. Segundo Hall (2005, p. 9), o indivíduo na sociedade moderna tem a ideia de “sentido de si” abalada, já que suas “[...] paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade [...]” estão fragmentadas. Todo adolescente se encontra em um período de transição, em que são permitidas algumas atividades e muitas outras são proibidas.

Mello, Castro e Geiger (2004) conceituaram a adolescência como uma fase especial no processo de desenvolvimento que, pela confusão de papéis e pelas dificuldades para estabelecer uma identidade própria, é marcada como um modo de vida entre a infância e a vida adulta. Por isso, a identificação com os personagens que estão em conflito consigo mesmo e também com aqueles que estão sofrendo com algum sentimento se sobressai nos comentários: “Pierre está triste porque ninguém o entende; a mãe do Gregorinho não escuta nada do que ele quer falar; o menino fugiu de casa porque os pais não davam bola para ele; o senhor é solitário, por isso é triste.”

Os filmes trouxeram para perto do público questões reais, como o difícil relacionamento dos jovens com seus pais que são atarefados e muitas vezes não conseguem dar ao adolescente a atenção necessária. O resultado disso é a utilização de efeitos que integralizam personagens e suas sensações para demonstrar esse relacionamento muitas vezes complicado com alguém e/ou com a família.

No filme *A varinha mágica* houve certa decepção de quase toda a turma que esperava um filme com falas e com maior tempo de duração. Nos questionários, os alunos responderam que tudo o que a menina fazia era para o mágico ficar feliz. Quando questionados sobre o que fariam caso tivessem uma varinha mágica, Antônio comentou que se tornaria o bruxo mais forte de todos; Jéssica⁶, que se tornaria muito rica para poder tirar todas as pessoas da rua ou ajudar aqueles que necessitam muito; Luciano⁷ disse que ia querer uma pista de carrinhos de controle remoto, um coelho e uma arara de estimação; e Ana gostaria de conhecer *Nárnia* e ter uma biblioteca repleta de livros só para ela.

6 O nome foi trocado para preservar o anonimato do receptor.

7 O nome foi trocado para preservar o anonimato do receptor.

É possível compreender que o filme é uma ferramenta que conduz o espectador a uma análise de como está a sua vida. É um meio que pode contribuir não só para a distração e reflexão rápida, mas também para a construção do conhecimento crítico e até de um autoconhecimento, olhando-se como protagonista de sua própria história. Torna possível, depois de refletir o que se passou na tela, a consciência frente a opiniões que foram repassadas aos adolescentes, e também de preconceitos e estereótipos, como por exemplo: “Pierre que só tem amigas meninas, e vive com seu pai e com seu tio ao invés de ser com os pais; a menina que recolhe latinhas.”

Para Souza (2014), faz-se necessário entender o cinema como representação e como produtor de afetos e sentidos no interior de um quadro que compõe todo o sistema mundial. Isso quer dizer que, a depender do tipo de produção e da conexão da obra fílmica com o contexto em que sua audiência vive, outras relações podem ser enfatizadas. Os espectadores narram o que viram, narram os filmes assistidos e isso envolve processos que muitas vezes são por eles criados, já que nunca são passivos.

No caso dos que se manifestaram mais por desenhos, podemos observar o estudante Luciano, que desenhou um barco todo colorido representando o filme *Taí ó...! Uma aventura na lagoa*. Depois, durante a conversa, compreendeu-se que o desenho feito pelo receptor também representava um sonho do adolescente que é ter um barco e ser como seu primo do litoral que anda de barco nos fins de semana. O filme trouxe ao estudante lembranças e desejos que ele possui.

Figura 2 – Desenho retratando um dos filmes



Fonte: desenho feito pelo estudante Luciano.

A estudante Jéssica desenhou o carrinho que Pierre, no filme *Pierre e a mochila*, utilizava para transportar a pesada e grande mochila vermelha até a escola. A estudante não ficou muito satisfeita com o resultado do desenho e questionou o pesquisador e seus colegas se o desenho estava conseguindo passar o que ela havia imaginado.

Figura 3 – Desenho retratando um dos filmes



Fonte: desenho feito pela estudante Jéssica.

Considerações finais

Trabalhar com pesquisas de recepção é procurar entender o processo, suas mediações e os usos de cada grupo ou indivíduo estudado, localizando dentro dos aspectos culturais e sociais os que embasam a reconstrução dos significados das imagens recebidas.

Essa análise possibilita perceber e, de certa forma, compreender como a recepção e o sentido que os receptores têm dos filmes pode e é influenciada pelos hábitos de consumo já existentes, seja

neles, seja no meio em que vivem. Esses comportamentos preestabelecidos geram “cargas” culturais mediadas pela família e pelas indústrias cultural e cinematográfica.

Nessa perspectiva, provocar o olhar dos alunos em relação a filmes que não possuem uma narrativa “*hollywoodiana*” gerou certo estranhamento em relação às produções exibidas. Eles demoraram a perceber os elementos de narrativas que demandam uma reflexão maior. Alguns pontos passariam quase que despercebidos, não fosse o debate após as sessões.

Apesar de não ser o primeiro contato dos adolescentes com esse tipo de produção, as reclamações continuam as mesmas, ou seja, algo que não está no padrão que eles “gostam” e costumam assistir (duração, trilha, contexto, atores e cor).

O olhar desses receptores já está condicionado para situações e acontecimentos que são debatidos no âmbito escolar ou da sociedade em que vivem. Como foi possível perceber com os temas que são abordados nos curtas. Essa situação reforça a importância de ampliar o olhar crítico e reflexivo dos jovens, através de um cinema menos comercial, mais comprometido com a cidadania e com temas mais relacionados à identidade cultural de cada lugar, país, estado.

A recepção fílmica é subjetiva e nem tudo é percebido, relatado ou respondido logo de imediato ao assistir ao filme. O conhecimento, as reflexões, a identificação ou não com personagens e histórias. Os sentimentos provocados podem ser manifestados e percebidos com o passar do tempo, ainda mais quando o público é jovem e se dispersa facilmente. Por esse motivo, é importante comentar que os dados observados neste estudo não são absolutos. Ao provocar o olhar para filmes com uma narrativa diferente da que predomina no mercado, sabe-se que a intenção é habituar a recepção a outras percepções e conteúdos estéticos.

O foco deste estudo é compreender como se dá essa primeira percepção e, neste caso, é importante observar que os estudantes conseguem se manifestar, em algumas ocasiões mais por desenhos do que pelo texto; outros mais pela expressão oral do que pela escrita; e outros, com poucas palavras, revelam sentimentos e percepções muito intensas.

Esta pesquisa abordou receptores de diferentes meios sociais, e assim foi possível concluir que independentemente da classe social em que o sujeito estiver inserido, não significa empobrecimento nas percepções e análise dos filmes assistidos. O mesmo filme não é compreendido da mesma forma pelos adolescentes, o que colabora ainda mais para a afirmação defendida por inúmeros autores neste estudo, de que sempre existirão vários níveis de entendimento e percepção segundo suas situações emotivas ou suas experiências.

Durante as exposições, foi possível observar que o cinema é um criador de sentidos por parte dos adolescentes, que em vários momentos se reconheceram e de certa forma se viram na tela. É importante também observar que esse pertencimento ao que está projetado varia muito de acordo com o nível cultural e de aprendizado do espectador. Assim como afirma Monteiro (1990), que o cinema não coloca nada alheio à criança, mas dá lugar à possibilidade de ação ao que já existe nela, é possível dizer que cada adolescente receptor que participou desta pesquisa absorve o filme de um jeito próprio e singular.

Durante o estudo foram provocadas reflexões referentes à interpretação das situações vivenciadas nos filmes pelos principais personagens. Atividades como essa, de acordo com Queiroz (2011), são importantes para, a partir de uma abordagem informal, criar espaço para a discussão sobre temas que estão presentes em seus contextos sociais, mas não são efetivamente contemplados pelo

ensino formal. Percebeu-se, também, que as atividades lúdicas, no caso os desenhos elaborados pelos adolescentes após as exposições, podem resultar em uma aproximação maior dos sujeitos com os personagens dos curtas, mas essa estratégia não funciona com todos os estudantes.

Os adolescentes utilizam seus próprios critérios para selecionar as mensagens que estão sendo transmitidas pelos filmes. Os critérios para essa seleção podem estar ligados a seus sentimentos e também suas emoções momentâneas.

Durante as entrevistas em profundidade, realizadas nas residências dos receptores, foi possível observar que cada família possui diferentes hábitos de consumo midiático, e isso influencia no comportamento da recepção. Cada receptor manifestou “costumes” que foram apropriados às relações sociais em que estão inseridos. Outra consideração importante é que todos os receptores possuem acesso à internet em algum dos ambientes que frequenta – casa, escola ou cursinho –, o que facilita o acesso a diversos produtos audiovisuais.

Acredita-se que questionamentos sobre o que influencia o adolescente na recepção fílmica, em que contexto social e econômico vive esse receptor e como se dá a relação dos adolescentes com o audiovisual apresentado tenham sido respondidos. Foi possível constatar que os adolescentes vivem cercados de uma produção tradicional de TV, de cinema e de internet. A partir da apresentação de filmes diferenciados e que demandam mais atenção e reflexão, eles podem perceber novas maneiras de ver e mostrar o mundo.

Com este estudo fica claro que espaços e produções alternativas de exibição, como as realizadas pela Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis e outras citadas no decorrer do relatório, contribuem e deixam os indivíduos mais críticos, mais conscientes e autônomos.

Ao final da pesquisa, constata-se que os principais objetivos foram alcançados. Porém, não se tem a pretensão de esgotar o tema. Há muito ainda para pesquisar e refletir sobre a recepção fílmica a partir do olhar adolescente, e muito mais ainda em se tratando de filmes que, como os curtas exibidos durante o estudo, não possuem grande circulação e nem audiência expressiva, mas mesmo assim não deixam de ser bons e ter conteúdos reflexivos e agregadores.

Referências

BUTCHER, Pedro. **A dona da história**: origens da Globo Filmes e seu impacto no audiovisual brasileiro. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

COSTA, Maria Cristina Castilho; CITELLI, Adilson Odair. **Educomunicação**: construindo uma nova área de conhecimento. São Paulo: Paulinas, 2011.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1991.

GUEDES, Enildo Marinho. **Curso de Metodologia Científica**. Curitiba: HD Livros, 1997.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

LINS, Luiza. **A importância do desenvolvimento do cinema infantil no Brasil**. 2008. Disponível em: <http://www.culturainfancia.com.br/portal/index.php?view=article&catid=54%3Acinema&id=106%3Aa-importancia-do-desenvolvimento-do-cinema-infantil-no-brasil&format=pdf&option=com_content&Itemid=94>. Acesso em: 10 out. 2015.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisas de recepção e educação para os meios. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 6, p. 41-46, maio/ago. 1996.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas**. Campinas: Papi-
rus, 1997.

MAFFESOLI, Michel. **A conquista do presente**. Rio de Janeiro: Roc-
co, 1984.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação,
cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

MARTINEZ, Kianny Gil. **A distribuição do cinema pernambuca-
no**: um gargalo do mercado (2002-2012). 2013. 80 f. Trabalho de
Conclusão de Curso (Graduação em Cinema e Audiovisual) – Uni-
versidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013.

MATTA, João Paulo Rodrigues da. Marcos histórico-estruturais da
indústria cinematográfica: hegemonia norte-americana e conver-
gência audiovisual. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLI-
NARES EM CULTURA, 4., 2008, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA,
28 a 30 maio 2008. Disponível em: <[http://www.cult.ufba.br/en-
cult2008/14363-01.pdf](http://www.cult.ufba.br/en-
cult2008/14363-01.pdf)>. Acesso em: 24 jul. 2016.

MATTOS, Tetê. Festivais pra quê? Um estudo crítico sobre festivais
audiovisuais brasileiros. In: BAMBÁ, Mahomed (Org.). **A recepção
cinematográfica**: teorias e estudos de caso. Salvador: EDUFBA,
2013.

MELLO, Adriana; CASTRO, Ana Luiza de Souza; GEIGER, Mylène
(Org.). **Conversando sobre adolescência e contemporaneidade**.
São Paulo: Crp7, 2004.

MONTEIRO, Marialva. **A recepção da mensagem audiovisual pela
criança**: a busca de um olhar antropológico diante do espectador
cinematográfico infantil. 1990. 157 f. Dissertação (Mestrado em
Educação) – Fundação Getúlio Vargas, Instituto de Estudos Avança-
dos em Educação, Rio de Janeiro, 1990.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: o espírito do tem-
po. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

OROFINO, Maria Isabel. Ciranda de sentidos: crianças, consumo cul-
tural e mediações. In: FANTIN, Monica; GIRARDELLO, Gilka (Org.).

Liga, roda e clica: estudos em mídia, infância e cultura. Campinas: Papyrus, 2008. p. 113-125.

_____. O ponto de vista da criança no debate sobre comunicação e consumo. **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales**, Niñez y Juventud, v. 13, n. 1, p. 369-381, 2015.

OROZCO-GÓMEZ, Guillermo. **Recepção televisiva:** três aproximações e uma razão para seu estudo. México: Universidad Iberoamericana, 1993.

QUEIROZ, Luis Ricardo Silva. Educação musical e cultura: singularidade e pluralidade cultural no ensino e aprendizagem da música. **Revista da ABEM**, Porto Alegre, v. 12, n. 10, p. 99-107, mar. 2004.

ROCHA, Rose de Melo; SILVA, Josimey Costa da. Consumo, cenários comunicacionais e subjetividades juvenis. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação** [on-line], ago. 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/168/169>>. Acesso em: 24 jul. 2016.

RONSINI, Veneza V. Mayora. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: ENCONTRO DA COMPÓS, 19., Rio de Janeiro, 2010. **Anais...** Rio de Janeiro: Compós, 2010. Disponível em: <http://compos.com.puc-rio.br/media/gt12_veneza_ronsini.pdf>. Acesso em: jul. 2016.

_____. **Marcadores de sentido:** consumo de mídia e identidades juvenis. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SILVA, Hadija Chalupe da. **O filme nas telas:** a distribuição do cinema nacional. São Paulo: Ecofalante, 2010.

SOUZA, Maria Luiza Rodrigues. Modos de ver e viver o cinema: etnografia da recepção fílmica e seus desafios. **Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual**, São Paulo, v. 3, n. 5, jan./jun. 2014.

STAM, Robert. **Introdução à teoria do cinema**. Campinas: Papirus, 2003.

TURNER, Graemer. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus, 1997.

XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

Apontamentos sobre a experiência de uma oficina de produção audiovisual organizada pelo projeto Cine Uno Itinerante

Carolina Boufleuer Florêncio

Daniela da Silva

Dafne Reis Pedroso da Silva

Introdução

A intenção deste texto é compreender os processos construtivos de um episódio-piloto para *websérie* intitulado “Uma viagem ao nada”, levando em consideração os contextos heterogêneos, com ênfase nos sujeitos envolvidos e nas condições de produção do audiovisual, articulando a proposta da oficina Cinema de Garagem ofertada pelo Cine Uno Itinerante e os resultados percebidos através da oficina de sensibilização audiovisual.

O projeto de extensão Cine Uno Itinerante iniciou suas atividades na Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) no início de 2015, com apoio financeiro da Fundação de Apoio à Pesquisa e à Extensão (Fapex). Suas atividades incluíam a exibição gratuita de filmes em diferentes locais da cidade de Chapecó¹, especialmente a disseminação de audiovisuais nacionais,

1 Cidade do oeste de Santa Catarina, com pouco mais de duzentos mil habitantes, considerada a capital brasileira da agroindústria e a capital estadual do turismo de negócios.

com foco nas produções dos alunos dos cursos de comunicação da Unochapecó. Com formato cineclubista, realizou sessões de cinema com espaço para discussão sobre as temáticas dos filmes exibidos e também para conversas sobre o consumo cotidiano de produtos midiáticos dos espectadores, priorizando o cinema.

Entre as atividades do Cine Uno Itinerante, no primeiro semestre de 2015, foi realizada uma oficina de sensibilização audiovisual, ofertada a crianças participantes do Centro de Esportes e Artes Unificados (CEU), de Chapecó, projeto do Ministério da Cultura, que compartilha a gestão com os municípios em que há a presença dessa estrutura. Na cidade, o projeto está em atividade desde março de 2013 e conta com cineteatro com capacidade para sessenta pessoas, quadra poliesportiva, equipamentos de ginástica e biblioteca.

Anexa ao projeto, uma iniciativa intitulada Circuito CEU Aberto Para as Artes foi promovida no primeiro semestre do ano com verba disponibilizada através de edital da Fundação Nacional das Artes (Funarte) e do Ministério da Cultura. O projeto vencedor em Chapecó foi da Cia Contacausos, que recebeu o valor de R\$ 100 mil para investimento em apresentações artísticas, debates, mostras e oficinas de capacitação, buscando a promoção de experiências artísticas e culturais no ambiente em que o CEU está instalado.

Através do Circuito, o Cine Uno Itinerante conseguiu espaço para a realização de atividades no CEU. Realizada em junho de 2015, a oficina foi construída em três módulos – “O que é audiovisual e como escrever um roteiro”, “Pré-produção e como fazer um filme” e “Exibição do episódio-piloto e possibilidades de distribuição audiovisual” –, cada um equivalente a um dia de atividade, sempre durante as tardes de sexta-feira. O primeiro dia foi reservado para a apresentação do Cine Uno Itinerante aos presentes, conversa sobre

a construção do roteiro, definição de papéis da equipe técnica e de atores e troca de ideias sobre o audiovisual que seria produzido.

No segundo dia, ocorreu a gravação das cenas, que foram montadas e exibidas no terceiro dia de oficina, juntamente com a aplicação de questionários e conversa sobre as percepções das crianças a respeito da atividade.

Contextualização e pesquisa teórica

Toledo (2010), em pesquisas sobre a educação audiovisual popular no País, articula o movimento cineclubista com os desafios pedagógicos enfrentados nas tentativas de ensino do cinema e inserção profissional no mercado.

Do ponto de vista histórico, o ensino de cinema tem em seus primórdios um vínculo profundo com essa indústria, então nascente. A primeira iniciativa de estudos cinematográficos do mundo surgiu em 1919 na União Soviética. (Toledo, 2010, p. 40).

Naquele momento, a educação audiovisual era experimental, propiciando a troca de informações e geração de conhecimentos entre docentes e alunos.

Já no Brasil, a primeira iniciativa de ensino de cinema ocorreu na década de 1920 com a Escola de Artes Cinematográficas Azurri, que tinha como objetivo formar profissionais para trabalhar em todos os setores do audiovisual. Nas décadas seguintes, com a implementação dos primeiros cineclubes brasileiros, “[...] começaria a se formar no Brasil uma efetiva cultura de reflexão sobre o fazer cinematográfico.” (Toledo, 2010, p. 41).

O Cine Uno Itinerante se insere no contexto regional da educação audiovisual como uma possibilidade de democratização do acesso à produção, alfabetização audiovisual, capacitação, inclusão, enfim, são muitas as expressões usadas para denominar essas oficinas de realização audiovisual. O exercício principal de muitas dessas oficinas é a realização de curtas-metragens, e as temáticas selecionadas colaborariam para a difusão de elementos das culturas dos realizadores, ou seja, são projetos que articulam a formação audiovisual e fomentam o registro de diferentes identidades culturais.

Para Haussen (2009), os diversos cenários, históricos, sociais, de produção, podem ser revelados por meio das narrativas dos filmes:

As condições de produção, a bagagem cultural dos realizadores, o país de onde o filme é originário, o contexto político e econômico do período da sua produção influenciam resultados. A realização de um filme, desta forma, se caracteriza também por ser uma prática social além de uma representação do social. (Haussen, 2009, p. 80).

Procedimentos metodológicos

Pesquisas são realizadas com o propósito de não somente conhecer e compreender, mas, também, de questionar as características de determinado objeto de referência e propor novas práticas de aprimoramento.

Durante a oficina no CEU, percebeu-se potencialidade de sensibilização para produção audiovisual em um determinado local da cidade, mas também uma oportunidade de debater sobre a educação audiovisual no País.

De acordo com Tripp (2005), a pesquisa-ação² é um modelo de investigação que mescla características de práticas rotineiras e da pesquisa científica com o objetivo de aprimoramento da prática através da investigação a seu respeito. Ele diz ainda que a “[...] pesquisa-ação é uma forma de investigação-ação que utiliza técnicas de pesquisa consagradas para informar a ação que se decide tomar para melhorar a prática.” (Tripp, 2005, p. 447).

A pesquisa-ação é construída em três ciclos: planejamento, implementação e avaliação, sempre acompanhados da reflexão, que permite compreender com mais clareza a pesquisa que está sendo realizada e o porquê de sua existência, além de colaborar na tomada de decisões das etapas subsequentes. O propósito de realizar pesquisa-ação participante é propiciar a conexão entre a teoria e a prática, promovendo troca de informações e transformações dos dois campos. Percebe-se maior inclinação para a teoria como propulsora de modificações na prática, mas o caminho inverso também deve ser estimulado na academia (Tripp, 2005).

O público da oficina Cinema de Garagem eram as crianças que frequentam o CEU diariamente para realizar atividades e oficinas ofertadas pelo espaço. No entanto, para divulgar nosso projeto, visitamos em maio de 2015 uma das instituições de ensino municipal da região, a Escola Parque Cidadã Cyro Sosnosky. Nesse dia, foram realizadas vinte inscrições, com crianças das turmas 62 e 64 da 6ª série. No primeiro encontro da oficina, dia 12 de junho, contamos com cerca de dez alunos. Desses, menos da metade eram daqueles

2 Não existe comprovação de qual teórico cunhou o termo “pesquisa-ação”, pois este método é utilizado há muito tempo com a finalidade de investigar a prática e melhorá-la, inclusive, um ciclo muito semelhante ao utilizado pela “pesquisa-ação” era utilizado por antigos empiristas gregos. Porém, atribuiu-se a construção do processo a Lewin (1964), o primeiro teórico a publicar um trabalho com o emprego do termo “pesquisa-ação” (Tripp, 2005).

que haviam se inscrito. A maioria chegou até nós por curiosidade, querendo entender melhor a movimentação diferente que estava acontecendo no espaço e se era uma atividade que lhes despertava interesse. Uma prática que, mal sabíamos, seria constante nos dias seguintes de oficina.

O que é audiovisual e como escrever um roteiro

No primeiro dia de oficina foi realizada uma rodada de apresentações, e os participantes criaram crachás com seus nomes. O entra e sai de crianças que vinham conferir o que estava acontecendo era constante. Os presentes tinham idade entre sete e 12 anos, eram muito agitados, levantavam, tiravam o calçado, queriam tomar água. Logo, nos damos conta de que a oficina não seguiria um modelo padrão de explicação, discussão, realização. Bem como aponta Toledo (2010, p. 161-162), as oficinas de produção audiovisual podem ser divididas em duas categorias: a primeira com um “[...] objetivo concreto, realizado a partir de etapas planejadas (por exemplo, realização de uma oficina completa voltada para a realização de curtas-metragens) [...]”, e a segunda, como aconteceu no caso do Cine Uno Itinerante, composta por uma “[...] sequência didática envolvendo atividades e objetivos diversos (cadeia planejada de atividades, mas com múltiplas possibilidades de caminho).”

Nesse sentido, alteramos a didática previamente planejada e partimos para uma conversa e discussão de exemplos práticos da nossa produção. Ainda assim, alguns conceitos básicos sobre o que é audiovisual e as etapas que contemplam a construção de um filme foram repassados às crianças. Em seguida, partimos para a

discussão e coleta de ideias, já que o objetivo do primeiro encontro era introduzir o tema e finalizar a tarde com uma primeira ideia de roteiro. A oficina Cinema de Garagem se aproxima da proposta defendida por Toledo (2010, p. 177), no âmbito em que busca

[...] despertar a sensibilidade de novos espectadores críticos e potenciais produtores audiovisuais em locais com pouco acesso a cinemas e, menos ainda, a esse tipo de formação, permitindo, especialmente, que os alunos construam suas próprias imagens e pontos de vista sobre o espaço social em que vivem.

As sugestões para o roteiro se mesclavam aos comentários acerca das experiências fílmicas dos participantes. Um dos primeiros apontamentos realizados pelas crianças era de que na história que eles desejavam contar o mal deveria vencer no final. Sete entre dez participantes acompanhavam a novela infantil Carrossel, da emissora SBT, e reclamavam: “Têm uns personagens que chegam a dar nojo de tão bonzinhos.” Além de questionarem: “Por que os do bem sempre ganham no final?”.

As ideias eram anotadas em um quadro: os personagens deveriam ser maus; um acidente de avião tinha que acontecer e ele deveria cair em uma ilha misteriosa. Alguém aponta que o cenário da queda poderia ser em um espaço próximo ao CEU, que todos conheciam e se referiam como “matinho”. Já o avião seria montado no improviso com cadeiras dentro do anfiteatro.

Figura 1 – Primeiro contato e conversa com os participantes



Fonte: fotografia de Henrique Zorzi.

Figura 2 – Construção do roteiro e do figurino dos personagens



Fonte: fotografia de Henrique Zorzi.

Ao questionarmos os integrantes em relação ao desenvolvimento da história se formaram duas categorias de personagens: os integrantes do “Grupo do Bem” e os do “Grupo do Mal”. O ápice da história seria o confronto entre eles na ilha, já que a preferência por filmes dos gêneros de ação e de terror é predominante entre as crianças. Nesse sentido, Lyra e Santana (2006, p. 13) explicam que

[...] um filme de bordas é codificado da maneira mais previsível possível, às vezes beirando o precário. O modo narrativo exhibe conteúdos marcados, com valores semânticos bem definidos, personagens sem nuances psicológicas e em oposição. A ambiência costuma focar-se em lugares exóticos, fantásticos, insólitos, além dos já costumeiros.

Posteriormente, explicamos como era exercida cada função da equipe técnica e, juntamente com as crianças, definimos as responsabilidades de cada um. Os atores dividiram-se entre o “Grupo do Bem” e o “Grupo do Mal”. Nós havíamos levado uma caixa repleta de fantasias, pois nossa proposta era que eles utilizassem esses materiais para caracterizar os personagens. As figurinistas ficaram responsáveis por separar o que seria de cada um. O plano inicial era estar com o roteiro pronto ao final do dia, para que eles pudessem levar as falas para casa, contudo, como o fluxo de pessoas em volta da criação era grande e a captação de som seria complicada tendo em vista a quantidade de atores e a gravação em locação externa, optamos por uma história sem falas, mas com narração.

Com as oficinas de capacitação, percebe-se o que Odin (1999) nos traz ao afirmar que o aprendiz, para se tornar cineasta, deve ter uma socialização, receber os conhecimentos e participar de um ritual que o torne parte de um novo grupo. É nessas oficinas

que os sujeitos começarão a aprender os modos de fazer cinema, e, ainda que possuam a experiência do consumo de filmes, possivelmente não dominam as expressões técnicas e as especificidades dessa prática.

Bentes (2010, p. 8) nos fala que não há “[...] ‘inclusão’ ou partilha sem a posse das linguagens, o último muro ou barreira para uma partilha do sensível.” Ou seja, além do acesso às tecnologias, há a necessidade da formação de competências para a utilização desses recursos e para o exercício de cidadania que se expressa também na visibilidade das diversidades culturais. Souza (2012, p. 530) também se refere a essa questão: “Num passado não muito distante, era imprescindível saber ler e escrever; hoje, além disso, é preciso ter a clareza sobre o potencial de uma imagem e saber utilizá-lo.”

Pré-produção e como fazer um filme

No segundo encontro da oficina, que aconteceu no dia 19 de junho, os participantes vieram preparados para começar a gravar. Na aula anterior já haviam demonstrado ansiedade em manusear as câmeras e experimentar os figurinos. As duas meninas responsáveis pela maquiagem do elenco levaram consigo os produtos necessários e, também, mais uma peruca de casa. A direção de arte juntamente com os atores decidiu que o “Grupo do Mal” usaria maquiagem forte e o “Grupo do Bem” desenharia pintas e barbas no rosto, uma alternativa para diferenciá-los. Assim como no primeiro dia, novos participantes chegaram para integrar a oficina, alguns apareceram logo no início e os outros se aproximavam no decorrer da oficina, conforme avistavam os preparativos da produção com as fantasias e as maquiagens.

Figura 3 – Maquiagem do “Grupo do Mal”



Fonte: fotografia de Henrique Zorzi.

Figura 4 – Maquiagem do “Grupo do Bem”



Fonte: fotografia de Henrique Zorzi.

Os filmes realizados com as características do cinema de bordas, termo cunhado por Lyra e Santana (2006), são produções que surgem da garra, do precário, misturam aspectos regionais ao midiático, têm um pé no local e filtram imagens que já foram vistas, com presença marcante da criatividade.

Também como os folhetins, os filmes de bordas se perpetuam em repetições, atualizam os mesmos conteúdos, apresentam um mínimo de informação e um máximo de previsibilidade e, desse modo, acabam por conformar os gêneros – policiais, melodramas, comédias rasgadas, comédias românticas, ficção científica, filmes de horror, filmes pornô, entre outros. (Lyra; Santana, 2006, p. 13).

No CEU, os cinegrafistas foram para trás das câmeras e começaram a fazer perguntas sobre as formas de usá-la. As palavras mais utilizadas por eles eram “ação” e “corta”. Quando os atores estão prontos, iniciamos as primeiras gravações. Auxiliamos a produção a organizar as cadeiras em fileira, simulando os assentos de um avião. Para o segundo módulo da oficina, pensamos previamente em alguns enquadramentos e *takes* importantes para contar a história. Dessa forma, durante as filmagens direcionávamos os cinegrafistas, mas eram eles que operavam a câmera. Fora de quadro é a produção que dá dicas para os atores: “Mais medo”, “Grita”, “Se joga no chão”.

Podemos dizer que o processo de produção do episódio-piloto de “Uma viagem ao nada” compartilha elementos do cinema de bordas, ao se aproximar de filmes brasileiros independentes, feitos por autodidatas, em situações precárias de produção, improvisadas, sendo realizados em pequenas cidades brasileiras, que relacionam elementos locais com apropriações de gêneros cinematográficos.

Na gravação externa a equipe segue a pé, com equipamentos e figurino, para o “matinho” ao lado do CEU, onde serão feitas as cenas da ilha. Lá, escolhemos o local ideal para filmar e as gravações seguem. Três meninos revezam como cinegrafistas e, sem medo, eles testam as possibilidades que a câmera e o espaço oferecem. Enquanto isso, os demais, uma vez ou outra, pedem para olhar pela tela da câmera.

Os atores seguem os direcionamentos da equipe de acordo com a necessidade de cada cena. Em meio à gravação, alguns participantes que não são da equipe de atores pedem um figurino para atuar, outros atores querem trocar de “Grupo”, e o fazem. Ao final das gravações uma das meninas questiona se aquilo é o ensaio de uma peça de teatro para apresentar na próxima sexta-feira.

Exibição e possibilidades de distribuição audiovisual

No último encontro da oficina, realizado no dia 26 de junho, não havia nenhum participante novo, a não ser a irmã de uns dos alunos que veio para acompanhá-lo e assistir ao audiovisual. Levamos o episódio já editado para exibir às crianças. A decisão de editar previamente o material surgiu por questões de espaço e tempo, pois não era possível deslocar todas as crianças para a universidade onde dispomos de equipamento para edição.

Dessa forma, a montagem do produto final foi concebida pela equipe do Cine Uno Itinerante, tendo em vista as imagens feitas pelas crianças e levando em consideração o roteiro criado por eles. O professor do curso Letras da Unochapecó, Valdemir Antônio de Oliveira, foi o convidado para narrar a história, seguindo o texto escri-

to pela equipe do projeto de extensão. O episódio-piloto ficou com 4'39", mas ainda estava sem nome.

Assim sendo, após a exibição do episódio, realizamos uma votação para a escolha do nome. Entre as sugestões: “O combate”, “Uma viagem ao nada”, “Viagem para ilha”, “A queda”. Oito votos a quatro para “Uma viagem ao nada”, nome definido para o episódio. Em seguida, aplicamos um questionário referente ao consumo audiovisual das crianças e suas percepções sobre a didática da oficina e experiência durante a produção audiovisual.

Análise fílmica

Ao analisar o produto final observamos a manifestação dos gêneros de ação e suspense, um fato que se conecta às experiências audiovisuais citadas por eles durante a oficina. Na aplicação de questionário sobre o consumo audiovisual, eles apresentam uma mescla de gêneros, temas e estilos sem a predominância de um deles. No entanto, em relação aos filmes citados, prevaleceram os gêneros de terror, ação, suspense e comédia. “Em suma, as técnicas dos filmes de bordas não primam pela originalidade ou pela novidade. Algumas, sobretudo, se fazem em altíssimo grau de esteoripagem.” (Lyra; Santana, 2006, p. 13-14).

Os personagens não apresentam profundidade, e o nome dos grupos brinca com os estereótipos de “bem” e “mal”, comuns entre os *blockbusters* e produções *hollywoodianas*. A história retrata uma luta entre dois grupos e a utilização de “armas”, características ligadas aos filmes com a temática de super-heróis. Nesse sentido, como apontam as ideias de Bentes (2010), muitas vezes os objetivos dos filmes de oficinas de capacitação audiovisual são legitimados por

uma ideia de afirmação de identidades, de elevação de autoestima, sem que pensemos que tipo de cinema é feito, que histórias são contadas, como são contadas e quais suas relações com o contexto em que estão inseridas.

As perspectivas tanto do cinema de bordas quanto do cinema amador enfatizam a questão do contexto, das escolhas que são feitas em decorrência das possibilidades concretas, muitas vezes calçadas no improviso, como trata Souza (2012). No caso do episódio “Uma viagem ao nada”, observamos logo na primeira cena o improviso na construção do interior de um avião. Os efeitos sonoros adicionados na edição e a inclusão da narração auxiliam na construção do cenário no imaginário de quem assiste.

Figura 5 – Cena do “Grupo do Bem” minutos antes da queda do avião



Fonte: “Uma viagem ao nada”.

A locação externa indicada pelas crianças, onde foram gravadas as cenas da ilha, é um espaço rodeado por casas e frequentado

pelos moradores, algo que fica explícito em algumas cenas. Na história, a ilha é descrita como um lugar deserto e místico.

Figura 6 – Cena em que o “Grupo do Bem” acorda na ilha



Fonte: “Uma viagem ao nada”.

Além da função de cinegrafistas, os participantes da oficina também estavam no papel de exploradores, experimentando as possibilidades de um equipamento ao qual pouco têm acesso. Dessa forma, mesmo com as nossas dicas, eles tinham liberdade para manusear a câmera durante as gravações. Uma prática que rendeu imagens tremidas, filmagens aleatórias do cenário e dos atores, e enquadramentos como o da figura abaixo.

Figura 7 – Cena de transformação dos personagens em super-heróis



Fonte: “Uma viagem ao nada”.

Os figurinos com uma temática de fantasias e super-heróis foram uma proposta do Cine Uno Itinerante, já as apropriações dos materiais pela turma da oficina foram exclusivamente feitas pelas figurinistas e pelos atores. Junto com a maquiagem, os figurinos exerceram a função de diferenciar os núcleos “bem” e “mal”. No entanto, o figurino tornou-se para eles uma espécie de diversão. É possível perceber que alguns elementos aparecem nos dois grupos, pois no intervalo das gravações eles trocavam fantasias, para se vestir de outro personagem. Sobre o cinema de bordas, Santana (2012, p. 9) destaca que

[...] uma vez que contam com as precariedades decorrentes de baixos orçamentos, os filmes acabam por adequar os gêneros tradicionais a uma estética que pode ser mais ou menos impura, mista, *trash* ou tosca, dependendo da intenção ou da pretensão de cada realizador.

Figura 8 – Cena em que o “Grupo do Bem” aparece



Fonte: “Uma viagem ao nada”.

Figura 9 – Cena em que o “Grupo do Mal” aparece



Fonte: “Uma viagem ao nada”.

De acordo com Suppia (2013, p. 55), o cinema de bordas é “[...] essencialmente voltado para o deleite espectral dos envolvidos em sua realização.” Odin (1979 apud Suppia, 2013, p. 54) complementa esse entendimento quando diz que “[...] o filme doméstico tem, de fato, a particularidade de ser feito para ser visto por aqueles que vivenciaram (ou viram) o que é representado na tela.”

Considerações finais

O CEU é um espaço onde as crianças têm liberdade para envolver-se nas atividades tendo em vista as suas necessidades e interesses, com autonomia para ir e vir entre as oficinas e usufruir do ambiente como um todo. O Cine Uno Itinerante, ao se inserir nesse cenário, através da oficina Cinema de Garagem, precisou adequar-se à dinâmica do espaço e ministrar uma oficina que chamasse a atenção e despertasse o interesse dos participantes em meio ao vai e vem das crianças. Com isso, acabamos por desenvolver junto com eles tanto o formato de apresentar a oficina quanto a lógica de produção e filmagem do audiovisual.

As interferências do espaço e dos sujeitos são latentes ao observarmos o processo produtivo: o desejo de ser ator para se fantasiar; poder organizar roupas e separar os figurinos de cada grupo; observar as filmagens acontecendo em tempo real e “dentro da câmera”; ser um personagem do “mal”, uma vontade quase unânime. Eles se apropriavam dos conceitos repassados acerca do meio audiovisual e os relacionavam com exemplos práticos do seu cotidiano, um ato que proporcionou que o desenrolar dos módulos fosse divertido. Essas apropriações ficam presentes também no produto final: nas atuações que em determinados momentos olham para a câmera, ora sorriem em momentos tensos.

Referências

BENTES, Ivana. Deslocamentos subjetivos e reservas de mundo. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 19., Rio de Janeiro, 2010. **Anais...** Rio de Janeiro: Compós, 2010. Disponível em: <http://compos.com.puc-rio.br/media/gt10_ivana_bentes.pdf>. Acesso em: 13 set. 2015.

HAUSSEN, Luciana Fagundes. Deu pra ti, anos 70 e estudos culturais: juventude e representação social. In: GUTFREIND, Cristiane Freitas; GERBASE, Carlos (Org.). **Cinema gaúcho: diversidade e inovações**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LYRA, Bernadette; SANTANA, Gelson (Org.). **Cinema de bordas**. São Paulo: A lápis, 2006.

ODIN, Roger. La question de l'amateur. **Communications**, n. 68, p. 47-89, 1999. Disponível em: <http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1999_num_68_1_2030>. Acesso em: 10 set. 2015.

SANTANA, Gelson. Introdução. In: LYRA, Bernadette; SANTANA, Gelson (Org.). **Cinema de Bordas**. 3. ed. São Paulo: A lápis, 2012.

SOUZA, Gustavo. Estética do improviso no cinema de periferia. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 19, n. 2, p. 530-542, maio/ago. 2012. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/11005/8283>>. Acesso em: 12 set. 2015.

SUPPIA, Alfredo. À procura do pré-sal do cinema: ferramentas para a perfuração de poços audiovisuais subterrâneos. In: DENNISON, Stephanie (Org.). **World cinema: as novas cartografias do cinema mundial**. Campinas: Papirus, 2013.

TOLEDO, Moira. **Educação audiovisual popular no Brasil: panorama 1990-2009**. 2010. 361 f. Tese (Doutorado em Práticas de Cultura Audiovisual) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

TRIPP, David. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 443-466, set./dez. 2005.

A fotografia e sua interface com a comunicação alternativa: uma reflexão sobre a produção do “Imagens do Povo”

Angélica Lüersen

Kaehryan Fauth

Suellen Santin

Introdução

O Imagens do Povo, programa que engloba educação, comunicação e fotografia com foco crítico, desenvolvido no complexo de favelas da Maré, Rio de Janeiro (Brasil), insere fotógrafos populares no mercado de trabalho e objetiva sua profissionalização por meio da formação mais humanizada e da cobertura de diferentes pautas sob perspectivas distintas da mídia convencional. Para isso, tem entre seus principais projetos a Escola de Fotógrafos Populares, na esfera de educação, e a Agência Escola, que permite a prática profissional em trabalhos de cobertura fotográfica. Ao compreender a estrutura do programa, a proposta deste artigo é expor e analisar de que modo esse modelo contribui para inserção de novos atores no campo comunicacional e como a linguagem fotográfica trabalhada no programa passa a ser um instrumento de autorrepresentação.

Indivíduos antes marginalizados e representados pela grande mídia de forma estereotipada e, muitas vezes, tendenciosa e limitada, agora se tornam produtores e difusores de informação com foco na valorização cultural e na construção de novos olhares sobre o território onde vivem. A comunicação alternativa, um dos conceitos

centrais deste artigo, é reflexo do distanciamento que há entre a mídia e a sociedade e, essencialmente, diz respeito à insatisfação com o conteúdo veiculado. Nesse viés, podemos afirmar que o programa *Imagens do Povo* contribui para a democratização do acesso à construção dos discursos visuais e afirma o caráter alternativo da mídia, tendo em vista a formação dos cidadãos que atuam na agência.

Um dos importantes meios pelos quais se pode averiguar essa formação cidadã está na abordagem diferenciada das pautas fotográficas e também na proposição das pautas. Olhamos aqui para o processo de produção da fotografia documental, que emerge como elemento capaz de proporcionar a democratização nas práticas fotográficas. Nessa perspectiva, avançamos na discussão trazendo uma análise fotográfica realizada sob a perspectiva da comunicação alternativa das fotografias produzidas pelo programa durante o carnaval de 2014, comparando-as com imagens produzidas pelo jornal *O Globo*. A reflexão que propusemos resulta de uma pesquisa que vem sendo desenvolvida por pesquisadores ao longo de três anos.

A fotografia no contexto informacional

A grande circulação de imagens, facilitada pelas novas tecnologias e pelo acesso que se tem aos meios, desperta uma relação de proximidade com a produção fotográfica. Há um número crescente de fotografias que podemos acessar cotidianamente, muitas das quais repetitivas e sem tanto valor estético ou informacional, mas outras tantas com qualidade evidente, muito significativas e, até mesmo, bastante informativas.

Atualmente, o jornalismo se vale desse fato ao construir um espaço notório para a visualidade nas publicações. No passado, ao

contrário, o texto predominava, restando à fotografia apenas a função de ilustrá-lo. Foi no cenário político e econômico da Primeira Guerra Mundial que a fotografia se firmou como um modo de informar no jornalismo (Giacomelli, 2008).

Entretanto, hoje, a tônica que demarca o espaço da fotografia na imprensa ultrapassa o conceito de ilustração e coloca-a junto aos fatos, como um discurso visual. A fotografia, nesse sentido, é um discurso visual e o seu valor de composição está no plano fotográfico como narrativa. Não há na fotografia somente informação (pensando aqui em termos jornalísticos), mas fazem parte de sua natureza constitutiva os valores (de vida, estéticos, plásticos, dinâmicos, éticos etc.) que se imbricam, movimentam os sentidos e afirmam verdades, nesse caso, verdades sobre as quais o jornalismo quer se firmar. De fato, o que ocorre é que na fotografia encontra-se a garantia de que algo aconteceu, pelo seu apelo à evidência e por ser naturalmente uma linguagem de acesso universal. Ou seja, naturalizamos a ideia de que a fotografia permite certa aproximação dos fatos, de tal forma que percebemos nela a testemunhalidade que muitas vezes não está tão aparente no texto jornalístico. Nesse sentido, o valor comunicativo das fotografias na imprensa

[...] en mayor grado que el texto escrito aparece con una tremenda fuerza de objetividad. Si una información escrita puede omitir o deformar la verdad de un hecho, la foto aparece como el testimonio fidedigno y transparente del acontecimiento o del gesto de un personaje publico. (Vilches, 1997, p. 19).¹

1 “[...] em um grau maior do que o texto escrito aparece com uma tremenda força de objetividade. Se uma informação escrita pode omitir ou distorcer a verdade de um evento, a foto aparece como um testemunho confiável e transparente do evento ou do gesto de uma figura pública.” (Vilches, 1997, p. 19, tradução nossa).

Além do mais, a fotografia de imprensa é determinada pelo contexto no qual se inscreve e isso implica dizer que o espaço de publicação contribuirá para a interpretação que faremos dela. A fotografia, portanto, é resultante de um processo criativo e informacional determinado pelo equipamento fotográfico (sem o qual não temos fotografia), pelas capacidades técnicas e de percepção do fotógrafo e, ainda, pela ação editorial dos veículos de comunicação, cujo direcionamento determinará as imagens que circulam no espaço midiático.

Em 14 de novembro de 2013, o jornal francês *Libération*² publicou uma edição sem quaisquer fotografias, apenas espaços vazios, marcando a ausência das imagens, o “silêncio visual” e, mais do que isso, reforçando a importância e o valor da fotografia. No entanto, junto aos espaços vazios, os créditos reforçaram o fato de que as imagens foram escolhidas, passaram pelos critérios de seleção e apenas não foram disponibilizadas na edição especial por uma opção editorial.

Os espaços vazios, ou em branco, na página de um jornal não são indiferentes ao sentido. Isto é, a linguagem, os espaços, parágrafos, enquadramentos etc. são elementos que, uma vez mobilizados, pertencem à ordem do dito. Assim, uma fotografia é entendida como tal, porque os elementos ali aparentes fazem dela especificamente uma fotografia, e ela, por seu uso em dispositivos jornalísticos, está envolta em novas arrumações (que não dispensam os elementos anteriores, mas acoplam a esses novos significados e sentidos). Do mesmo modo, “[...] o discurso do jornal não está solto no espaço; está envolvido no que chamamos de ‘dispositivo’ que, por sua vez, não é uma simples entidade técnica, estranha ao sentido.” (Mouillaud, 2002, p. 29).

2 *Journal Libération*, 14 nov. 2013. Disponível em: <http://journal.liberation.fr/publication/liberation/1395/#!/0_0>. Acesso em: 29 abr. 2015.

É nesse sentido que a publicação francesa reafirma a força da fotografia ao publicar a edição sem imagens. Há uma organização discursiva que demarca lugares e sentidos, entre os quais a fotografia, que contribui para a significação e interpretação dos fatos. As marcas da ausência, nesse caso, dizem tanto quanto a presença, mas dizem outras coisas. Isso porque o texto visual fotográfico não está ali, não há os elementos plásticos que informam.

A utilização cotidiana de imagens pela mídia e o acesso facilitado aos equipamentos fotográficos tornou o público mais próximo e também mais participativo em relação aos processos que envolvem o fazer fotográfico. Não apenas a mídia impressa, mas também a televisão e, sobretudo, a internet aproximam o público ao contingente imagético diário, expandindo a quantidade de imagens veiculadas, tornando-o enunciador de textos fotográficos. Esse foi o *insight* do *Libération* que, ao publicar a edição especial sem imagens, chamou a atenção para a importância da fotografia e também do fotojornalista.

Há dois aspectos para enfatizar nessa via. O primeiro claramente chama a atenção para a importância da fotografia, sobretudo quando aparece junto aos dispositivos midiáticos e é compreendida como uma representação real e verdadeira de um fato (o que é questionável, dada a discussão exposta acima). Outro aspecto diz respeito ao fato de que o acesso facilitado aos meios, sobretudo facilitado pela *web*, possibilitou que determinados grupos sociais pudessem conceber novas formas discursivas, formatos fotográficos e novos discursos. Se antes esses indivíduos eram apenas representados pela grande imprensa, agora se colocam no lugar do produtor do discurso e apresentam outras verdades. É nessa ideia que se firma o *Imagens do Povo*, com a proposta de construir novos discursos fotográficos.

Imagens do Povo: apontamentos sobre o Programa, a Escola e a Agência

Inserido no complexo de favelas da Maré, no Rio de Janeiro, o programa Imagens do Povo foi idealizado pelo fotógrafo documentarista João Roberto Ripper e, desde 2004, integra o programa socio-pedagógico do Observatório de Favelas. Ao atuar com base no tripé Escola de Fotógrafos Populares, Agência Escola e Banco de Imagens, o projeto possibilita, mediante formação de fotógrafos que vivem em um espaço historicamente marginalizado, sua inserção no mercado de trabalho e a produção de um acervo que reúne todo um trabalho fotográfico preocupado em romper com estereótipos sobre a favela.

As ações do programa são direcionadas a fomentar o acesso, especialmente dos moradores de espaços populares, à linguagem fotográfica como um meio de representação social. Para isso, o Imagens do Povo promove uma experiência conjunta de aprendizado, na valorização de manifestações culturais e do cotidiano das periferias, além de incentivar a formação de multiplicadores desse conhecimento.

Com princípios baseados em uma representação mais democrática sobre a favela e sobre o reconhecimento desse lugar, não apenas como estereótipo de violência, entende-se que o programa trabalha com essa perspectiva para contribuir com a redução das fragilidades dos espaços populares. Com interpretações mais humanas sobre esse espaço, é possível visualizar os aspectos positivos dessas comunidades e analisar criticamente os contrastes do Rio de Janeiro.

Dessa forma, ao compreender as realidades social, econômica e cultural do Rio de Janeiro, percebe-se a clara divisão entre os espaços e as classes sociais. São diferenças gritantes que fazem emergir a necessidade pela construção de alternativas ao processo vigente. Paiva e Santos (2008) acreditam que o Rio, assim como o

Brasil, é dividido por desigualdades que emanam dos diversos setores, como políticos, educacionais e culturais. “Indivíduos de diversas faixas etárias, residentes em favelas, se inserem, de forma instável e precária, no mercado de trabalho, bem como no acesso à educação e a bens culturais.” (Paiva; Santos, 2008, p. 9).

A Escola de Fotógrafos Populares

A Escola de Fotógrafos Populares, como cerne do Imagens do Povo, desde o início se propôs a atuar na formação técnica e ética de fotógrafos documentaristas como um instrumento de acesso desses moradores a um curso de qualidade, sem que as barreiras geográficas, financeiras e sociais interferissem nessa possibilidade.

Além de instigar o senso crítico, o conteúdo repassado aos alunos da escola não é exclusivamente de cunho técnico sobre a fotografia, mas, principalmente, ideológico, a partir do momento que propõe uma reestruturação do pré-julgamento existente sobre o espaço favela. A mídia educação toma para si, nesse aspecto, uma formação cidadã arraigada na reflexão crítica da realidade (Deliberador; Lopes, 2011) que deve, portanto, refletir em uma visão oposta às visões massivas. Desse modo, a escola contribui para o reconhecimento dos moradores da favela como sujeitos e não objetos de uma história, a fim de que a democratização da informação repassada por ela se concretize na valorização desses sujeitos pela essência do que são e não por um contexto generalista difundido, em grande parte, pelas mídias massivas.

Ao longo dos anos foram criados módulos para suprir as demandas básicas às quais um curso se propõe, apresentando conteúdos que transcendem a técnica fotográfica e abordando um estudo conceitual e contextual no ensino. O conteúdo curricular prima

pelo ensino reflexivo e exploratório a partir do ensino da linguagem e técnica fotográfica, mas também tem conteúdos relacionados à informática, história, fotografia documental e direitos humanos. A Escola oferece toda a estrutura e equipamentos necessários para o aprendizado do fotógrafo, incluindo câmeras profissionais, acessórios (tripé, *flash*, entre outros), computadores para seleção e/ou edição fotográfica e acesso à internet.

“Muito mais do que a simples perpetuação de uma cena, a fotografia é um testemunho, um depoimento silencioso que, assim como a pintura, a escultura ou outras linguagens, carrega a identidade de seu autor.” (Martins, 2010, p. 16). Além de representar uma oportunidade de profissionalização e de ser um ambiente que propicia a evolução ideológica, o Programa também reacende a identificação sociocultural dos fotógrafos, com representações identitárias.

“O papel da fotografia é conservar o traço do passado ou auxiliar as ciências em seu esforço para uma melhor apreensão da realidade do mundo.” (Dubois, 2008, p. 30). A criação e a produção fotográfica feitas pelo programa Imagens do Povo faz com que seja reafirmada a identidade dos fotógrafos e dos fotografados por meio do relato-imagem. Além de proporcionar um meio alternativo de estímulo à prática fotográfica, sob perspectivas diferenciadas, há uma reafirmação do compromisso social. Portanto, a Escola trabalha não apenas o aprendizado da fotografia, mas também instiga os participantes do projeto a serem vetores de mudança e reafirmação de valores sociais.

A Agência Escola

Um dos braços do programa Imagens do Povo, a Agência Escola cumpre, essencialmente, a função de profissionalizar os fotógrafos formados pela Escola de Fotógrafos Populares. Com uma pro-

posta de atuação mais humanizada e atenta para as representações sociais, seus fotógrafos realizam registros documentais encomendados, mas também incluem em suas pautas serviços como a cobertura fotográfica de eventos com cunho institucional e esportivo.

A agência funciona como uma etapa de pós-formação, ao possibilitar o desenvolvimento de noções técnicas, bem como da reflexão crítica em torno do papel social da fotografia. Mais do que a inserção no mercado de trabalho, a agência amplia suas perspectivas por desempenhar uma função educacional, “[...] contribuindo para o processo de democratização e ampliação da conquista de direitos da cidadania.” (Peruzzo, 2000, p. 658).

Pela forma como se dá a organização desse dispositivo e pela construção dos princípios editoriais, é possível dizer que a fotografia é aliada ali a uma proposta comunicacional alternativa e transformadora. Cidadãos que antes se viam como personagens de um cenário estereotipado passam a construir um novo olhar sobre sua realidade e transportar essa produção fotográfica para outros canais, rompendo barreiras entre os espaços da cidade.

Do ponto de vista pragmático, a agência não vai contra a mídia de massa. Algumas das produções, inclusive, ganham espaço de publicação nos veículos tradicionais da grande imprensa, que contratam os serviços dos fotógrafos populares justamente em busca de coberturas mais humanizadas. O que reforça seu viés alternativo é o caráter mobilizador na inserção de novos atores em processos de formação, produção e difusão de conteúdo visual.

Para Araújo (2008, p. 209), é possível pensar mobilização como uma “estratégia redistributiva”. Enquanto quem está no centro do poder de fala exerce o domínio dos meios, aqueles que vivem na periferia precisam criar estratégias para circular seus discursos em outros espaços, de forma mais plural e igualitária (Araújo,

2008). Por isso, o programa tem como foco permitir o acesso à “[...] fotografia como técnica de expressão e visão autoral da sociedade.”³

Esse discurso é reafirmado na abordagem diferenciada que os fotógrafos da agência conferem às pautas, aliando a linguagem fotográfica a uma percepção crítica. O repertório político e o lado comercial – na cobertura de pautas para diferentes clientes e atividades – coexistem e complementam a proposta da agência de modo a atender as necessidades de seus atores em manter uma linha editorial e, ao mesmo tempo, projetar seu trabalho para outros segmentos.

A rotina de trabalho funciona, em aspectos gerais, como a de uma agência convencional. Os clientes não passam por um processo de triagem específico para contratar os serviços, a diferença é que os fotógrafos são livres para escolher as pautas. A formação que todos carregam da escola do *Imagens do Povo* influencia nos próprios critérios adotados pelos profissionais nesse processo. Até mesmo quem busca pelos serviços da agência o faz por conhecer sua proposta de atuação. Esses fatores contribuem para que a atuação do canal, como um todo, não se desvincule do discurso institucional.

De todas as atividades desenvolvidas pela Agência Escola, a produção para o banco de imagens é onde mais nítida fica a proposta do programa. A equipe de gestão se reúne com os fotógrafos para sugestões de temas. No entanto, os fotógrafos têm autonomia para investir nessas ideias ou sugerir suas próprias propostas para alimentar o acervo digital, que fica hospedado no *site* oficial do *Imagens do Povo*.

Toda essa produção é estimulada pelo registro de questões sociais em torno do cotidiano das favelas e espaços populares como um todo, na busca por representações distintas da mídia tradicio-

3 Disponível em: <www.imagensdopovo.org.br>. Acesso em: 22 abr. 2015.

nal. A coordenação acompanha o processo de elaboração dos ensaios, no sentido de orientar a valorização de abordagens críticas e humanizadas sobre os cenários e personagens retratados. Esse processo de reflexão é extremamente construtivo para questionar abordagens limitadas acerca da realidade desses espaços, visto que, muitas vezes, “[...] os veículos de comunicação priorizam os aspectos negativos da realidade social destes grupos.” (Nóra; Paiva, 2008, p. 23).

De quantas histórias é feito o carnaval?⁴

A paralização dos garis em dois contextos⁵

Com a proposta de difundir representações da favela distintas daquilo que é divulgado na mídia de massa, os fotógrafos populares que atuam na Agência Escola dedicam-se, em seu trabalho, a descobrir outros olhares sobre cada pauta. Um dos exemplos da cobertura alternativa proposta pelos profissionais foi a greve dos garis, no Rio de Janeiro, que aconteceu paralelamente ao carnaval.

A manifestação por melhores condições de trabalho levou às ruas da cidade cerca de quinhentos funcionários da Companhia Municipal de Limpeza Urbana (Comlurb) do Rio de Janeiro. O que as fotografias publicadas pelo jornal *O Globo* mostravam, no entan-

4 Este tópico do artigo foi elaborado com base nas produções da acadêmica e bolsista Juliana Matiello, sob orientação da professora Angélica Lüersen, que integrou o Núcleo de Iniciação Científica em Mídia Cidadã e contribuiu para esta pesquisa.

5 A greve dos garis e a abordagem que a imprensa deu ao tema foi objeto de análise em texto feito por Sylvia Debossan Moretzsohn, publicado em 11/03/2014 no Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/caderno-da-cidadania/_ed789_uma_conquista_que_os_jornais_nao_explicaram/>. Acesso em: 20 abr. 2015.

to, era apenas o amontoado de lixo nas avenidas. Pouco se mostrou sobre as pessoas que estavam envolvidas com a causa. A capa da edição de 2 de março (figura 1) veio acompanhada da chamada “Após garis entrarem em greve, ruas do Centro e da Lapa amanheceram cobertas de lixo.”⁶ Tanto durante quanto depois do carnaval, a greve dos garis gerou grande repercussão e foi capa do jornal outras três vezes (figura 2).

Figura 1 – Capa do jornal *O Globo*, Carnaval de 2014



Fonte: *O Globo* (2014).

Figura 2 – Capas do jornal *O Globo* sobre a greve dos garis



Fonte: *O Globo* (2014).

6 Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/apos-garis-entrarem-em-greve-ruas-do-centro-da-lapa-amanheceram-cobertas-de-lixo-11765351#ixzz3SHaXmGWL>>. Acesso em: 19 jul. 2015.

Sobre a mesma pauta, o *Imagens do Povo* produziu uma série de fotografias sob um olhar diferente dos demais jornais, como podemos observar na figura 3. Enquanto na mídia tradicional o acúmulo do lixo ganhou destaque, no *Imagens do Povo* foi a manifestação que ficou mais evidente nas imagens, que retrataram, sobretudo, as pessoas que fizeram parte das reivindicações e os motivos pelos quais os garis estavam realizando a greve. Mesmo levando em consideração que, nos jornais, além da fotografia há o texto que complementa as informações e que explica os motivos da manifestação, as fotografias do *Imagens do Povo* são bastante expressivas e possuem uma plasticidade carregada de sentidos.

Figura 3 – *Imagens do Povo*, Carnaval de 2014



Fonte: *Imagens do Povo* (2014).

Nota-se uma significativa mudança na abordagem. Em uma observação comparativa sem delongas podemos verificar que as

fotografias produzidas pelo programa Imagens do Povo possuem uma linguagem fotográfica diferenciada, não apenas quanto ao apelo estético em evidência, mas, sobretudo, pela abordagem em relação ao tema fotografado.

Ora, é fato que toda abordagem fotográfica evidencia um ponto de vista ou mesmo um modo de olhar a realidade. No entanto, é notável que a comunicação alternativa desempenha um papel diferente daquele praticado pelas mídias tradicionais. Nas imagens do jornal *O Globo*, o que percebemos em maior evidência é o lixo acumulado nas ruas do Rio de Janeiro. Já nas fotografias produzidas pelo IP, a ênfase está na reivindicação dos garis e na relação deles para com o carnaval. Aqui podemos discutir o papel que as abordagens têm na constituição de uma fotografia noticiosa.

A realidade da fotografia não corresponde (necessariamente) à verdade histórica, apenas ao registro expressivo da aparência. A realidade da fotografia reside nas múltiplas interpretações, nas diferentes 'leituras' que cada receptor dela faz num dado momento. (Kossoy, 2002, p. 38).

Ou seja, ao mesmo tempo que informa, a fotografia registra determinada realidade que é, por essência, um recorte marcado pelo olhar do fotógrafo, pelo exercício de síntese de um fato ou mesmo pela orientação de pauta. Além do mais, a interpretação da informação fotográfica se plenifica no contato com cada receptor, possibilitando diferentes leituras – dentro do cabível – sobre dado recorte.

O caráter informacional e “objetivo” das fotografias são atributos indispensáveis (há uma inegável e constante presença) nas produções informacionais da atualidade, vistosos efeitos de verdade que a imagem confere às notícias. Crê-se que o aspecto fotografia *versus* realidade seja inerente aos efeitos de sentido de verdade e de teste-

munhalidade dos quais os textos visuais vêm acrescidos no jornalismo. Vê-se aqui uma discussão pertinente, uma vez que a “verdade” expressa nas imagens fotográficas é sempre um recorte de determinada realidade e, como recorte, é capaz de mostrar ou omitir e, ao mesmo tempo, criar novas realidades. Ao selecionar uma pauta, ou mesmo no momento de fotografar determinada cena, o fotógrafo faz escolhas que são significativas no processo de enunciar da fotografia.

Considerações finais

Desde seu surgimento até a atualidade, a fotografia sofreu uma significativa mudança nos processos de concepção, circulação e interpretação. No jornalismo, percorre o caminho que vai desde a ilustração dos fatos (nos primórdios) até a representação testemunhal e criativa, e se firma, hoje, como aquela que apresenta verdades. Verdades construídas ora pelo olhar do fotógrafo, ora pelo sujeito que observa e interpreta a imagem segundo seu repertório cultural, ora pela linha editorial do veículo que a publica. São verdades inegáveis, já que geralmente a imagem fotografada parte de sujeitos e cenas reais. No entanto, são verdades que não são totalidades, pois apresentam, sempre, um recorte permeado pelos olhares diversos, já expostos aqui.

Em busca de ressignificar representações marginalizadas sobre os espaços populares, os atores que integram o programa Imagens do Povo veem na fotografia uma forma de autorrepresentação. Ao estudar a linguagem fotográfica sob seu aspecto social e com base nos direitos humanos, eles usam formas alternativas de organização para se tornarem agentes de transformação social. O trabalho de registro do cotidiano das favelas e comunidades tradicionais ganha

projeção através de um conjunto de ações do projeto, que inclui, além de uma escola de fotógrafos, uma agência e um banco de imagens.

Para além desse contexto, enquanto profissionais, os fotógrafos também multiplicam seu discurso em coberturas distintas, produzidas para meios tradicionais. Ao circular pelos dois campos, o alternativo e o de massa, o programa contribui para democratizar a prática fotográfica como forma de comunicação, propondo novas possibilidades de informar. Nessa interação, estimula “[...] o acesso de correntes de opinião variadas a cada um dos meios e assegura a participação social para garantir o desenvolvimento da mais ampla democratização em matéria de comunicação e informação.” (Grinberg, 1987, p. 28).

No seu caráter informativo, a fotografia aliada ao jornalismo contribui para multiplicar discursos, pois cada imagem, em sua singularidade, ajuda a construir a realidade. A mídia cidadã constitui, no âmbito do *Imagens do Povo*, a viabilização de um meio alternativo de expressão para determinada comunidade ou grupo que integra a ação social, tendo grande valor para a formação de uma comunidade capaz de melhorar sua concepção sociológica a partir da apuração do senso crítico, não apenas estimulando intelectualmente, mas provocando também uma sensibilização em prol da defesa social e como forma de incentivo à profissionalização sobre fotografia para pessoas carentes.

Referências

ARAÚJO, Inesita Soares de. Mobilização comunitária: o que se diz, o que se faz, o que se pode pensar. In: GARCIA, Débora; BRANDÃO, Ana Paula (Org.). **Comunicação e transformação social**: a trajetória do Canal Futura. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2008.

DELIBERADOR, Luzia Yamashita; LOPES, Mariana Ferreira. Mídia educação e a formação cidadã: análise das oficinas de rádio da Escola Municipal Olavo Soares Barros de Cambe - PR. **Intercom** – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 34, n. 1, p. 85-103, 2011.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. 11. ed. Campinas: Papirus, 2008.

GIACOMELLI, Ivan Luiz. Critérios de noticiabilidade e o fotojornalismo. **Revista Discursos Fotográficos**, Londrina, v. 4, n. 5, p. 14-36, 2008.

GRINBERG, Máximo Simpson (Org.). **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1987.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Cotia: Ateliê, 2002.

MARTINS, Nelson. **Fotografia: da analógica à digital**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2010.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Universidade de Brasília, 2002.

NÓRA, Gabriela; PAIVA, Raquel. Comunidade e Humanismo prático: a representação da periferia no Rio de Janeiro. In: SANTOS, Cristiano Henrique Ribeiro dos; PAIVA, Raquel (Org.). **Comunidade e contra-hegemonia: rotas de comunicação alternativa**. Rio de Janeiro: Mauad X; FAPERJ, 2008.

PAIVA, Raquel; SANTOS, Cristiano Henrique Ribeiro dos (Org.). **Comunidade e contra-hegemonia: rotas de comunicação alternativa**. Rio de Janeiro: Mauad X; FAPERJ, 2008.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. **Comunicação e Sociedade 2**, Cadernos do Noroeste, São Paulo, v. 14, p. 651-668, 2000.

VILCHES, Lorenzo. **Teoría de la imagen periodística**. Barcelona: Paidós, 1997.

Inclusão cibernocial: a relação dos idosos chapecoenses com a internet

*Ana Paula Bourscheid
Mariângela Torrescasana*

A internet está se difundindo em uma velocidade cada vez mais acelerada quando comparada com qualquer outro meio de comunicação, como o rádio e a televisão. Nos últimos anos, a inclusão cibernocial tornou-se fundamental para o desenvolvimento de políticas públicas. Através da inclusão é possível diminuir as desigualdades sociais e encurtar distâncias geográficas, aumentando a participação da população nas decisões políticas e econômicas. O modelo de vida atual torna necessária a presença do computador, com acesso à internet. Essa regra se aplica devido à necessidade que as pessoas têm de estar em contato diário com esse espaço interativo.

As facilidades e a comodidade que a internet oferece fazem com que ela seja a principal companheira para qualquer atividade. Tudo é rápido e prático: fazer compras, marcar encontros, falar com os amigos. E o melhor, sem precisar sair de casa. Para Castells (2001), vive-se a cultura da virtualidade real.

A cultura da tecnologia tem como peça chave a internet e é difundida para todos os lados, alcançando crianças, adolescentes, adultos e idosos. Essa é uma oportunidade para se fazer valer as práticas propostas pela mídia cidadã. Para Peruzzo (2005), o cidadão deve ter acesso à informação e, a partir disso, construir sua forma de comunicar.

Participar desse mundo de tecnologias é fácil para quem domina as ferramentas e tem acesso ao computador. Porém, para quem não conhece o computador e suas ferramentas (junho/2015), a inclusão se torna mais difícil. Esse, por exemplo, é o caso dos idosos, para quem o computador e a internet ainda são, ao mesmo tempo, algo que provoca medo, receio de manusear e objeto do desejo a que todos têm direito. Os idosos de hoje estão mais ativos do que nunca, e os recursos da internet podem representar o acesso às informações, a troca de sentimentos, a interatividade, o lazer, a comodidade dos serviços e a segurança, a condição de ser “visto e ouvido”, a ratificação de sua condição de cidadão ativo e participativo.

Justamente para compreender como essa parcela da população utiliza o computador, como se relaciona com a internet, como participa das mídias sociais e que dificuldades e facilidades enfrentam nesse processo, é que surgiu esta pesquisa. O texto tem como objeto de estudo o grupo de idosos do projeto Sesc Idoso Empreendedor, desenvolvido pelo Serviço Social do Comércio (Sesc) de Chapecó (SC).

Para a coleta de dados, foram aplicados questionários, realizadas entrevistas individuais e preenchido um diário de campo. Como esta pesquisa tem um caráter mais qualitativo, o universo investigado não reflete a opinião da maioria, mas serve como indicativo importante para a compreensão da realidade. O método adotado para a coleta dos dados passou pela pesquisa bibliográfica e documental, a fim de levantar os conhecimentos produzidos na área da inserção dos idosos nas tecnologias digitais.

O estudo de caso foi utilizado por permitir a observação e análise da realidade do grupo de uma forma mais direta. Esta pesquisa, ao trazer como proposta compreender como os idosos que participam do projeto Sesc Idoso Empreendedor de Chapecó (SC) se relacionam com a internet e, em especial, a sua participação nas mídias

sociais, ganha importância pela sua contribuição com os estudos sobre o impacto das novas tecnologias no cotidiano dos idosos.

A internet, expressão máxima das tecnologias digitais, passou a ocupar um espaço importante, mediando relações, novas formas de interação e até mesmo de comunicação. Rosa (1998) aponta em seus estudos que a internet é uma grande biblioteca eletrônica mundial. Paz (2007) não só concorda com essa afirmação, como vai além ao discorrer sobre o que a internet pode oferecer. De acordo com a autora, as possibilidades na internet parecem ser inúmeras. Hoje é possível navegar, pesquisar, enviar e receber *e-mails* e mensagens, comprar, vender, anunciar, discutir, debater, ler, escrever, dar sugestões e opiniões para empresas e sites, ter a sua própria página, *site*, *fotolog* ou *blog*, bater papo, baixar programas e músicas, jogar com pessoas do outro lado do mundo ou com o vizinho da sua rua, enviar cartões, charges ou lembretes, mandar mensagens para celulares, ouvir webrádios ou músicas, assistir webTVs, filmes, vídeos e trailers, visitar os mais diferentes lugares, ler jornais, revistas e livros, participar de cursos à distância, fazer transações bancárias (extratos, saldos, transferências e pagamentos).

O termo ciberespaço foi criado pelo escritor de ficção científica, William Gibson, no livro *Neuromancer*, em 1984. No entendimento de Silva (2003), o ciberespaço agrega uma estrutura criada através da evolução dos recursos tecnológicos e das construções sociais, resultantes das ações feitas pelos indivíduos.

Assim, o ciberespaço é visto como uma dimensão da sociedade em rede, onde os fluxos de informação definem novas formas de relações da sociedade. Para Lévy (1999), o ciberespaço é um espaço não físico ou territorial, composto de um conjunto de redes de computadores através das quais todas as informações estão livres para circular.

Lemos (2003) explica que a cibercultura é a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais. Na visão do autor, ela não é o futuro que vai chegar, mas o nosso presente (*homebanking*, cartões inteligentes, celulares, *palms*, *pages*, voto eletrônico, imposto de renda que pode ser preenchido através da *web*, entre outros).

Definida por Lévy (1999) como um conjunto de técnicas, práticas, atitudes, modos de pensamento e valores que se desenvolvem com o crescimento da internet, a cibercultura é o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade. De acordo com o autor, constitui-se em um espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização, acesso e transporte de informação e conhecimento.

Moran, Masetto e Behrens (2000) enfatizam que na sociedade denominada sociedade da informação estão todos reaprendendo a conhecer, a comunicar, a ensinar e a aprender. De acordo com os autores, o saber aprender é fundamental para a inserção das pessoas nesse mundo das novas tecnologias cotidianas.

Entre as pessoas que precisam aprender estão os idosos, grupo que vem aumentando muito, especialmente no Brasil. Azevedo e Côrte (2009) avaliam que grande parte dos idosos se sente, de forma espontânea, incompetente diante da internet. O distanciamento das novas tecnologias se dá pela falta de familiaridade com essa nova ferramenta. Os pesquisadores ressaltam que a internet proporciona a oportunidade de comunicação ágil, eficiente e abrangente, portanto, permite a comunicação de muitos com muitos. A exploração da interatividade incentiva a criatividade e a sociabilidade.

Essa tendência de uso da internet pelos mais velhos parece ser mundial. Nos Estados Unidos, 90% dos idosos acessam regular-

mente a internet¹. O fenômeno contrapõe a ideia de que há um fosso digital entre as gerações. As causas desse aumento do interesse pela internet são variadas: manter contato com amigos e familiares, buscar informações ou pagar conta, o que não seria possível se tivessem que se deslocar fisicamente até esses lugares, por causa de limitações motoras e da necessidade de acompanhantes ou transporte específico.

No Brasil, Farias (2004) estudou o uso da internet pela terceira idade e os denominou como “ciberidosos”. A pesquisa revelou que 72% dos entrevistados faziam uso do computador e da internet, enquanto 28% não os utilizavam. Dos idosos que utilizavam a internet, 33% aprenderam a usá-la sozinhos. Questionados sobre as habilidades no uso da internet, a maioria, 61% dos entrevistados, considerou como “boa”.

De acordo com Lahwon (1996 apud Lima, 2007), a população idosa ainda experimenta muitas dificuldades em lidar com certos recursos tecnológicos em função de não conseguir assimilar as ferramentas. Estudos como de Richardson e colaboradores (2005 apud Lima, 2007) esclarecem que os idosos formam o grupo etário que menos utiliza tecnologias computacionais. O autor considera que dentre os recursos tecnológicos presentes no cotidiano das pessoas, a televisão possuía preferência em relação às atividades de lazer e bem-estar psicológico e emocional dos idosos, sendo eles os que mais consomem essa mídia. De acordo Richardson e colaboradores (2005 apud Lima, 2007), os idosos apontam que a televisão satisfaz suas necessidades psicossociais. Já o computador, ao mesmo tempo que contribui para melhoria da qualidade de vida das pessoas, também acaba excluindo quem não está interessado nele.

1 Disponível em: <revistaepoca.globo.com/>. Acesso em: 16 maio 2012.

Pretto (1996 apud Kachar, 2003) menciona que o analfabeto do futuro será o indivíduo que não souber ler as imagens geradas pelos meios de comunicação. Na visão do autor, a informática beneficia e auxilia o idoso na reinserção social. Além disso, a internet incentiva as pessoas a ler, pensar e se concentrar sobre o que estão lendo. Por outro lado, também pode ser considerado um *hobby* para o aposentado, principalmente nas comunidades virtuais, que permitem conversar e trocar ideias sobre os mais diversos assuntos.

Entre as barreiras que os idosos enfrentam diante do uso do computador e da internet, Lima (2007) inclui as dificuldades físicas e as sociais, motivadas pela falta de incentivo para a aprendizagem, principalmente da própria família. Para ele, a grande barreira é a do aprendizado, uma vez que a maioria dos idosos apresenta dificuldades de memorização e aprendizagem. Machado (2010) explica que é preciso contar com espaços instrucionais motivadores e que auxiliam no aprendizado. Porém, para a autora, a inclusão cibersocial faz parte de uma inclusão maior, a inclusão social.

Irigaray (2006) expõe em seus estudos que é possível considerar que vários fatores influenciam na forma como cada indivíduo lida com as perdas e as transformações que ocorrem durante o processo de envelhecimento, e no modo como esse indivíduo busca adaptar-se às suas transformações, em especial as físicas e aquelas que ocorrem no meio onde ele está inserido. Para a autora, uma velhice bem-sucedida é retratada em idosos que mantêm autonomia, independência e envolvimento ativo com a vida pessoal, com outras pessoas, com o lazer e com a vida social. Isso resulta em produtividade, conservação de papéis sociais adultos, autodescrições de satisfação e de ajustamento. De acordo com Irigaray (2006), os idosos que têm um envelhecimento bem-sucedido são reconhecidos socialmente, pois contribuem com a sociedade. Eles são vistos como

um modelo de velhice saudável, embora seja pequeno o número de pessoas que conseguem atingir completamente esse padrão.

Conforme Palma (2000), os idosos se desmotivam facilmente. Isso se deve ao fato de sofrerem perdas e limitações causadas pela própria idade. Dessa forma, oportunizar a participação dos idosos nas novas tecnologias é uma forma de trabalhar os aspectos motivacionais do idoso, além de estimular sua consciência cidadã. Thorton (2006 apud Sales et al., 2009) menciona fatores sociais e psicológicos que influenciam na participação dos idosos em atividades de aprendizado, e argumenta que idosos gostam de atividades que compartilham conhecimento, que estimulem o seu interesse pela sociedade através de discussões. Desse modo, para os idosos são necessárias atividades que respeitem suas limitações físicas e motoras.

A escolha do projeto Sesc Idoso Empreendedor, desenvolvido pelo Serviço Social do Comércio (Sesc) de Chapecó (SC) como objeto de estudo desta pesquisa não foi ao acaso, pois o projeto vai de encontro com as ideias dos autores citados acima e trabalha na perspectiva de incentivar a inclusão social e estimular participação do idoso na sociedade, através da utilização da tecnologia como mediadora dessa inclusão.

O projeto Sesc Idoso Empreendedor iniciou em junho de 2007, atualmente é desenvolvido em vinte unidades do Sesc de Santa Catarina, atendendo pessoas na faixa etária acima de cinquenta anos. Não é classificado como um curso, mas como um encontro grupal, no qual os idosos, além de serem incluídos nas novas tecnologias, compartilham experiências de vida, o que proporciona aos participantes a possibilidade da troca de conhecimentos. Em Chapecó, o projeto foi implantado no final de 2009 e, atualmente, atende 36 pessoas com idades entre 51 e oitenta anos. Os participantes estão divididos em quatro grupos, e os encontros ocorrem nas segundas

e quartas-feiras, no turno vespertino, e nas terças e quintas-feiras, nos turnos matutino e vespertino.

Para esta pesquisa foram selecionados dois grupos de idosos que participam do projeto: um grupo de iniciantes e outro de nível intermediário. O módulo iniciante atende a proposta de iniciar de apresentar o computador e suas ferramentas aos idosos participantes, e tem a duração de dez meses. Já o segundo grupo, que também tem a duração de dez meses, funciona baseado na ideia de dar continuidade e aprimorar as temáticas tratadas no módulo anterior.

Conforme a coordenadora do projeto, a assistente social Auriane Parizotto, ao iniciar na iniciativa cada grupo é batizado com um nome que é usado até o final do projeto. Os idosos escolhem o nome dos seus respectivos grupos baseados em nomes de países ou entre nomes de pessoas ilustres. Para a coordenadora, essa proposta instiga os participantes a pesquisar e buscar informações para dar um nome ao seu grupo.

O primeiro a participar deste estudo foi o grupo intermediário Ilse Tutt², formado por seis idosos, entre eles cinco mulheres e um homem. Os encontros ocorreram nas segundas e quartas-feiras à tarde, no horário das 13h30 às 15h. O outro grupo foi o chamado Paraguai³, composto por dez idosos, sendo oito mulheres e dois homens. O grupo se reunia nas segundas e quartas-feiras, das 16h às 17h30.

Conforme os dados do último censo demográfico realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2010, viviam no Brasil cerca de 21 milhões de pessoas com mais de sessenta anos de idade. Os dados revelam que as mulheres são a maio-

2 Ilse Tutt – Senhora de origem alemã que iniciou na Alemanha em 1971, o movimento Seniorentanz (Dança Sênior). Ilse faleceu em 1997, aos 86 anos.

3 Paraguai é o país situado no sul da América do Sul e faz fronteira com o Brasil.

ria, 55,8%. O IBGE apurou que a expectativa de vida feminina é de 77 anos, superior à masculina, que é de 69 anos (IBGE, 2011).

Na pesquisa realizada no grupo do projeto Sesc Idoso Empreendedor, desenvolvido pelo Serviço Social do Comércio (Sesc) de Chapecó (SC), foi possível confirmar esses dados. Dos 16 participantes pesquisados, 12 (75%) são mulheres e apenas quatro (25%) são homens. Veras (1994) explica que as razões da grande taxa de mortalidade masculina estão ligadas à exposição dos homens a acidentes de trânsito e de trabalho, ao consumo de tabaco e álcool e, principalmente, à falta de atenção do homem com a própria saúde física e mental.

Em relação ao nível de escolaridade, 38% dos participantes possuem o ensino médio completo, e aqueles com ensino superior completo totalizam 31%. Isso demonstra que a maioria tem um bom nível de instrução. A escolaridade está relacionada à profissão dos entrevistados, conforme os dados coletados, 44% dos idosos exerceram a função de professor, 25% desempenharam funções de auxiliar administrativo e outros 25% de donas de casa.

No grupo pesquisado, assim como a atual realidade brasileira, a maioria dos idosos vive da aposentadoria. Entre os entrevistados, há ainda os que não recebem nenhum benefício, que são as donas de casa, que nunca exerceram atividades remuneradas e com carteira assinada. Essas dependem economicamente do marido ou dos filhos.

Mesmo vivendo da aposentadoria, a renda da maioria dos entrevistados pode ser considerada satisfatória. No cruzamento dos dados é possível verificar a interferência da escolaridade na renda, pois 37% afirmaram receber mensalmente acima de um e menos que três salários mínimos, ou seja, uma renda que varia entre R\$ 622,00 e R\$ 1.866,00. Outros 19% disseram receber mais de três e menos que cinco salários mínimos, o que significa valores entre R\$

1.866,00 e R\$ 3.110,00. Já 19% estão na faixa acima de cinco salários mínimos, valor superior a R\$ 3.110,00.

No grupo pesquisado, 25% dos idosos estão na faixa etária dos 56 a sessenta anos e outros 25% têm entre 61 e 65 anos. A maioria, 38% dos participantes, tem entre os 66 e setenta anos de vida. O grupo é, basicamente, formado por idosos casados, 63%, mas o que chama atenção é o grande número de idosos viúvos, 25%.

Conforme dados do IBGE (2011), o envelhecimento da população corresponde a um aumento da participação dos idosos na sociedade, principalmente nos domicílios, pois, conforme o IBGE, 64,1% dos idosos brasileiros que participaram da pesquisa realizada pelo instituto em 2011 são vistos como a pessoa de referência na residência onde vivem.

Esse dado mostra que os idosos com mais de sessenta anos são os responsáveis pelo sustento da família e, dessa forma, residem com filhos, netos e até bisnetos. O IBGE apontou que em 1991, 688 mil idosos se enquadravam nesse perfil. Em 2000, esse número aumentou para 1,1 milhão.

Na pesquisa realizada com o projeto Sesc Idoso Empreendedor, a maioria dos idosos entrevistados tem filhos e reside nos bairros da cidade de Chapecó (SC) com o companheiro. Carmem, de 67 anos, participa do projeto há pouco tempo e veio para se aperfeiçoar. Ela ressalta que depois que se é idoso, não há mais filhos menores para cuidar e como os netos já cresceram, as grandes responsabilidades já não existem mais, isso faz com que o idoso se sinta mais livre, com mais disponibilidade para apreender coisas novas. “Antes eu estava ocupada com meu trabalho e minha casa. Hoje estou livre, e não há nada que me segure para aprender coisas novas.” Ela esclarece que às vezes as pessoas falam em Facebook e ela tem interesse em saber o que é isso. “Não quero ficar parada no

tempo, quero ter assuntos em comum com os meus netos”, ressalta Carmem.

No Brasil, dados do Ibope⁴ de 2012 apontam que no quarto trimestre de 2009, 67,5 milhões de pessoas tinham acesso à internet em domicílios, trabalho, escolas, *lan houses* e outros locais. Em 2010, o número foi de 73,9 milhões, já em 2011 o acesso atingiu 79,9 milhões de brasileiros. Os ambientes mais utilizados para o uso da internet são casa e trabalho. No primeiro trimestre de 2012, o acesso em casa ou no trabalho atingiu 66 milhões de pessoas.

A pesquisa confirmou essa constante ascensão da internet, uma vez que todos os 16 idosos entrevistados responderam ter computador e internet em casa. Entre eles, 25% já utilizavam o computador antes de iniciar no projeto, 44% passaram a usar o computador no projeto, no ano de 2011. A internet começou a ser utilizada por 50% dos entrevistados em 2011, 19% começaram a usar a *web* em 2012 e outros 19% utilizam há mais de cinco anos. Constata-se que grande parte dos idosos aprendeu a lidar com o computador e com a internet frequentando o projeto Sesc Idoso Empreendedor.

Conforme a pesquisa, 44% dos idosos navegam na *web* diariamente, 31% usam semanalmente, entre uma a duas vezes por semana, 19% usam a internet de três a quatro vezes por semana. Conclui-se que o uso do computador e da internet na vida dos idosos pesquisados passou a ser frequente devido a sua participação no projeto. Edson, de 56 anos, é um exemplo dessa constatação. Ele conta que o primeiro contato com o computador no projeto foi fácil. “Coloquei na minha cabeça que iria aprender a mexer e tudo se tornou fácil. Tendo vontade, nada é difícil.” Para ele, é preciso que o idoso esteja incluído no mundo das novas tecnologias, e conta que

4 Disponível em: <www.ibope.com.br/>. Acesso em: 8 ago. 2012.

hoje os filhos e netos não dão muita atenção aos pais e avôs, por isso, Edson ressalta que é preciso que o idoso procure novas formas para ocupar seu tempo: “[...] estou na internet para buscar novas amizades, conhecer coisas novas.”

Já seu Celso, de 68 anos, não conhecia o computador: “Meus filhos são doutores em computação. Vim para cá porque eu queria saber e conhecer o que eles estudavam.”

Para ele, no início o computador era um bicho de sete cabeças, “duas, três cabeças eu já matei, agora só faltam cinco ou seis.” Celso argumenta que o computador e a internet foram úteis para que pudesse pesquisar sobre sua doença, a astenia: “[...] hoje eu sei pesquisar sobre a minha doença, sobre os cuidados que devo tomar e como posso me alimentar.”

As principais dificuldades dos idosos diante do computador e da internet, identificadas durante a pesquisa, estão relacionadas à dificuldade de digitar, ao cansaço físico e mental e à visão, devido à redução da capacidade de enxergar. Nota-se que os idosos apresentam pouca habilidade na utilização de todos os dedos das mãos, em localizar as teclas no teclado do computador, e em utilizar o *mouse* e seus botões direito e esquerdo. O constante cansaço físico e mental está atrelado à idade. Isso faz com que doam os dedos, os braços e as costas toda vez que é preciso digitar algum texto no Word. O cansaço mental causa no idoso o esquecimento, isso faz com que esqueçam quais são os atalhos que devem utilizar para abrir a página da internet ou qualquer outro programa do próprio Windows.

Entre as ferramentas mais utilizadas pelos idosos estão: o *e-mail*, citado por 50%; o MSN, mencionado por 31%; e o Facebook utilizado por 13%. O *e-mail* e o MSN, como têm comandos fáceis, são os mais utilizados pelos idosos. Por exemplo, no *e-mail*, ler, salvar, responder e apagar mensagens são tarefas fáceis. Já o MSN tem um *design* simples, com poucos menus, o que torna seu uso fácil e agradável.

Dona Siglinda, de 66 anos, entrou no projeto para sair de casa e adquirir conhecimentos. Ela já usava o computador no seu antigo trabalho, e veio para o projeto conhecer mais sobre a internet. No início sua dificuldade era em lidar com o *e-mail*. “Minha dificuldade era enviar *e-mails*, anexar arquivos, como fotos.” Para ela, o idoso não deve parar: “Não podemos nos isolar em casa, temos que buscar conhecer coisas novas, novas amizades, novas pessoas.”

O computador, criado durante a Guerra Fria em 1957, visto por diversas vezes como um “bicho de sete cabeças” e que já foi usado para auxiliar as tropas americanas durante a guerra, hoje é visto como uma ferramenta indispensável para serviço, comunicação e lazer. Os dados revelados neste estudo ratificam isso. O computador, na opinião dos idosos, é considerado instrutivo por 69% dos entrevistados, para 25% é avaliado como uma ferramenta que ajuda a passar o tempo. Para a grande maioria dos idosos, 56%, a internet é uma ferramenta de interação com o mundo. Outros 25% apontam que a internet é uma forma de comunicação, e para os demais, 19%, representa uma forma de conhecimento.

Alguns idosos veem o computador e a internet como instrumentos instrutivos. Eles argumentam que é possível encontrar de tudo dentro da *web*. Já para outros idosos, o computador e a internet são ferramentas que ajudam a ocupar seu tempo. Enquanto os filhos trabalham e os netos estão na escola, a maioria dos idosos está com seu tempo livre, isso faz com que o computador e a internet se tornem seus companheiros e até mesmo sua fonte de conhecimento.

Hoje os idosos buscam diversos conteúdos na rede. A internet, para os entrevistados, é referência para realizar pesquisas, tirar dúvidas, buscar notícias e conteúdos ligados à área da saúde. A terceira idade não é mais avaliada como a reta final da vida, mas como um período de aprimorar conhecimentos, buscar informação

e, principalmente, de aproveitar o tempo para fazer novas amizades e ficar próximo da família. Dona Odila está há dois meses no projeto. Aos setenta anos, afirma que a internet é a maneira que ela encontrou para se comunicar com amigos e familiares. A ferramenta que ela mais faz uso é o *e-mail*.

Odila confessa que gosta muito de música e sempre que pode entra na página do YouTube. “Pra mim no começo era tudo difícil, agora já aprendi a lutar com o computador”, avalia Odila. Para ela, a grande facilidade foi aprender a “digitar”. Ressalta que tem muitas dúvidas em relação ao uso do computador e da internet, “mas vou aprendendo devagarzinho”. O que a trouxe para o projeto foi a preocupação de ficar sem contato com a família. “Pensei. Vai que um dia meu filho e meus netos mudem de cidade, ou de país. Se eu souber lidar com o computador e a internet nossa comunicação será bem mais fácil.” Destaca que se sente feliz por saber entrar na internet, e evita faltar nos encontros do projeto.

Dona Janice tem 58 anos e está no projeto há dois anos. Ela conta que se sentia uma analfabeta em informática:

Comprava computadores para meus filhos e eu não sabia lidar com eles. Uma vez fui a uma reunião e pediram quem não acessava a internet e não tinha *e-mail*, levantei a mão, era só eu. Me senti excluída do grupo.

Hoje Janice usa a internet sempre quando precisa. “Busco sozinha informações sobre os assuntos que mais me interessam, como educação, saúde, e já não vejo nenhuma dificuldade.”

A participação desses idosos no projeto Sesc Idoso Empreendedor foi o primeiro passo para a inserção desse público na realidade atual, voltada para a área digital. Cada um tem seu próprio ritmo, que deve ser respeitado. Noelci aos 59 anos veio para o projeto por

curiosidade e necessidade. “Minhas netas mexiam no computador e também tive vontade de aprender.” Ela conta que sentiu dificuldades no início, o que para ela era comum: “Eu nunca havia imaginado usar o *mouse*. O idoso, às vezes, é muito isolado e o computador se torna uma companhia.” Conforme Noelci, hoje é possível fazer tudo pela internet, buscar informação, tirar dúvidas se comunicar com os filhos que estão longe. “Para mim, aprender a mexer no computador e na internet foi maravilhoso.”

Considerações finais

Com base nos dados obtidos, confirma-se que a inclusão cibernética é muito mais do que incluir o computador na vida das pessoas, é ensiná-las a utilizar as ferramentas de forma emancipatória. Dona Maria, de 64 anos, é exemplo disso. Ela veio para o projeto para adquirir mais conhecimento sobre o computador e a internet. Segundo Maria, hoje o idoso tem mais vitalidade, “[...] depois de tanto trabalho com filhos e netos é a hora de buscar uma vida melhor.” Ressalta que o idoso não quer ficar em casa, reclamando da vida, “[...] ele quer viver melhor, ter amizades, isso é saúde. Saímos do projeto e voltamos para casa felizes.”

Além das possibilidades descritas acima, a internet proporciona novas formas de relações sociais, abre espaços no campo jornalístico para uma comunicação mais democrática, permite que o cidadão interfira diretamente na produção da notícia, que emita sua opinião, que produza seu próprio discurso, que participe de forma ativa da construção da informação que será veiculada.

Siqueira (2004) afirma que a mudança tecnológica está apenas começando e que não se sabe exatamente aonde nos levará. O autor reforça que a única certeza é de que essa mudança traz com

ela uma ampla oportunidade de serviços, produtos, os quais hoje ainda não são nem imaginados. Portanto, vale reforçar a importância de cada cidadão buscar seu espaço na inclusão cibernética, e que tenha garantias de poder participar desse espaço, principalmente os idosos.

Os aspectos mais importantes que esta pesquisa revela, e que ratifica sua relevância, diz respeito à cidadania, à emancipação e ao direito à informação. Este estudo é uma forma de nos ajudar a compreender que é importante que os idosos não fiquem à margem da crescente informatização da sociedade moderna. Além de reforçar o direito do idoso, como cidadão, de ter amplamente facilitado o seu acesso às novas tecnologias de informação, especialmente àquelas que trabalham numa perspectiva cidadã, que buscam democratizar os espaços de comunicação e de conhecimento.

Referências

AZEVEDO, Celina Dias; CÔRTE, Beltrina. Breve reflexão sobre a internet e a longevidade: novos espaços da sociabilização preparam o silêncio da saúde. **A terceira idade**, São Paulo, v. 20, n. 45, p. 7-24, jun. 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**: a era da informação – economia, sociedade e cultura. Tradução de Roneide Venancio Majer. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001. v. 1.

FARIAS, Salomão A. Existe uma divisão digital ou cultural? O uso da internet por consumidores da terceira idade. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 1., Rio de Janeiro, 2004. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/68238274-Existe-uma-divisao-digital-ou-cultural-o-uso-da-internet-por-consumidores-da-terceira-idade-no-brasil-resumo.html>>. Acesso em: 7 ago. 2015.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico 2010**: Características da população e dos domicílios – resultados do universo. Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em: <<http://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 7 ago. 2015.

IRIGARAY, Tatiana Quarti. **Dimensões de personalidade, qualidade de vida e depressão em idosas da universidade para a terceira idade**. 2006. 150 f. Dissertação (Mestrado em Gerontologia Biomédica) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

KACHAR, Vitória. **Terceira idade & informática**: aprender revelando potencialidades. São Paulo: Cortez, 2003.

LE MOS, André; CUNHA, Paulo (Org.). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 1999.

LIMA, João Borges de. **A efetividade de um programa ergonômico em idosos ativos usuários de informática**. 2007. 93 f. Dissertação (Mestrado em Gerontologia Biomédica) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetailheObraForm.do?select_action=&co_obra=129741>. Acesso em: 6 jul. 2012.

MACHADO, Letícia Rocha. Inclusão digital: metas motivacionais de idosos. In: CONGRESSO INTERNACIONAL ABED DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, 16., Foz do Iguaçu, 2010. **Anais eletrônicos...** Foz do Iguaçu, 2010. Disponível em: <www.abed.org.br/congresso2010/cd/352010152916.pdf>. Acesso em: 6 jul. 2012.

MORAN, José Manuel; MASETTO, Marcos; BEHRENS, Marilda. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. São Paulo: Papirus, 2000.

PALMA, Lucia Terezinha Saccomori. **Educação permanente e qualidade de vida**: indicativos para uma velhice bem-sucedida. Passo Fundo: UPF, 2000.

PAZ, Marciane. **As necessidades dos internautas de Chapecó em relação ao fluxo de informação jornalística na rede**. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) – Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, 2007.

PERUZZO, Cicilia Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

ROSA, César Augusto Salabert. **Internet**: história, conceitos e serviços. São Paulo: Érica, 1998.

SALES, Márcia Barros de et al. Alternativa de inclusão digital para idosos: análise de 65 Correspondências múltiplas para identificação de multiplicadores na aprendizagem por pares. **Revista Científica de Educação**, Inhumas, v. 12, n. 12, jan./jun. 2009.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SIQUEIRA, Ethevaldo. **2015**: como viveremos? São Paulo: Saraiva, 2004.

PARTE III
Reflexão
teórico-metodológica

A comunidade do afeto: novas formas de comunitarismo e de comunicação alternativa

*Raquel Paiva
Marcello Gabbay*

Apresentação do contexto

Seria a comunidade ainda um destino? O fato é que, diante do atual ambiente de profundo estresse e ansiedade pelo cotidiano nas grandes cidades e incerteza com os próximos tempos, perceberemos todos que nos encontramos virtual e definitivamente ligados e dependentes uns dos outros, como nunca deixamos de ser e como talvez nunca gostaríamos de ter sido. No esforço de tentar visualizar e definir este sentimento/ambiente, antes de qualquer conceito, vem-nos à mente a impactante tela de Théodore **Géricault** (1791-1824), *Le Radeau de la Méduse*¹, sobre o famoso naufrágio ocorrido em 1816, próximo ao Senegal. Nada de radicalmente novo aqui: a obra de Géricault tem despertado a atenção de inúmeros pensadores, artistas e mesmo de produtores de massa.

Assim como uma obra literária pode se constituir num painel de sua época (Balzac, por exemplo), um grande quadro é capaz de deixar

1 A jangada da *Méduse*, ícone do romantismo francês, faz referência à embarcação improvisada pelos tripulantes da *Méduse*, a fragata francesa que naufragou a caminho do Senegal. O quadro de Géricault retrata o 12º dia do naufrágio da embarcação, que inicialmente tinha 150 pessoas e chegou a 15 homens, que para sobreviver chegaram a recorrer ao canibalismo e assassinato dos menos fortes.

transparecer, na metáfora do acontecimento, a crise visceral de uma sociedade. Com *Le Radeau de la Méduse* não poderia mesmo ser diferente. Em exposição permanente na sala 77 no Museu do Louvre, em Paris, o tema desse quadro com dimensões avantajadas (491 x 716 centímetros) causou impacto desde o momento em que Géricault, afetado pela notícia do naufrágio, resolveu estudar os relatos dos sobreviventes. O acidente e a obra têm produzido inúmeros discursos e reflexões, a começar pelas causas do naufrágio: a imperícia e a inexperiência de um capitão de origem monárquica. Mas, as informações sobre a perda de todos os postulados éticos e morais e a vigência de uma regra baseada na sobrevivência, com a eliminação dos mais frágeis e o relato do canibalismo, não eram menos chocantes.

Nosso propósito aqui é levantar a hipótese de que, nessa fase do capitalismo financeiro, podemos estar vivendo o instante imediatamente anterior e posterior ao do naufrágio da *Méduse*. Analogicamente, estamos nesse momento em que os modelos vigentes já não contam, e os futuros podem ser decididos e planejados. Na falta de compreensão da crise, há a perspectiva de nos confrontarmos com situações em que reduzidas serão as opções de escolha.

Apesar de partirmos do pressuposto de que as questões implicadas na semiose do *Radeau de la Méduse* – ou seja, os índices de desaparecimento da ética e da moral – são conhecidos e de domínio público por definirem o horizonte da sociedade atual, elegemos com a função de postulado/máxima um trecho escrito pelos autores franceses Lipovetsky e Serroy (2011, p. 148), publicado pela primeira vez em 2008, cujo subtítulo resume bem o teor da proposta: “resposta a uma sociedade desorientada”. Diz assim:

Um pouco em toda parte vê-se ao mesmo tempo um sentimento de desorientação e de impotência coletiva em controlar o curso do futuro [...] Sem dúvida alguma, a tarefa de mudar o existente não

é das mais simples, ainda mais que as grandes ‘soluções’ da era moderna perderam credibilidade. A economia administrada faliu, a social-democracia começa a não dar certo; quanto ao neoliberalismo, não cessa de mostrar cruelmente seus limites e suas injustiças em todo o planeta. É por isso que, mais do que nunca, deve-se dar lugar à imaginação, à multiplicidade de projetos e ideias.

Esse cenário, em que se detecta a falência dos modelos até então existentes, tem norteado uma multiplicidade de produções em todas as áreas de conhecimento. Há alguns anos, o teórico português, Boaventura de Sousa Santos (2007), chegou a propor uma nova sociologia, a que deu o nome de “Sociologia das Ausências” e “Sociologia das Emergências”, num projeto de elencar seriamente os problemas que envolvem nossa sociedade atual e consequentemente estabelecer metas e soluções. A ideia central, a partir da Sociologia das Ausências, é produzir

[...] um procedimento transgressivo, uma sociologia insurgente para tentar mostrar que o que não existe, é produzido ativamente como não-existente, uma alternativa não-crível, invisível à realidade hegemônica do mundo. (Santos, 2007, p. 28).

Esse procedimento possibilita para a área da comunicação uma pesquisa concentrada na leitura crítica e análise de discurso, em suas variadas formas e escolas, sobre a produção midiática. Inúmeros são os exemplos que poderíamos eleger com esses objetivos, de questões fulcrais às banalidades, como também o espaço que as sociologias das ausências, das emergências e sociologia insurgente ocupam na produção midiática. Ou seja, investigar, na produção brasileira, o lugar e o tratamento destinado a questões ecológicas, como a Usina de Belo Monte até a 11ª edição do BBB. Aliás, investi-

gar a agenda da mídia de forma sistêmica, permanente e incansável é, sem dúvida alguma, uma das maiores obrigações da área.

Sem intenção panfletária, essa é a tarefa maior de todos os que estudam e pesquisam na área da comunicação, ainda que possuam objetos particulares: analisar o discurso e os silêncios. A partir dessa disposição, encaminhamo-nos para o que Santos (2007) designa como Sociologia das Ausências e das Emergências. Segundo o autor, é exatamente no entrecruzamento das duas sociologias que emerge a necessidade de redefinir o que se compreende por futuro. Sua proposta é abandonar a ideia de um futuro infinito e distante e concentrar-se no futuro concreto e contraído. A concentração no futuro imediato, tomado como presente, fará com que se eleja, diante da emergência de inúmeras experiências que até então estavam invisíveis, aquele que se apresenta “em caráter emergencial”.

Desenhando possibilidades: ainda comunidades tradicionais

Para inúmeras ciências, e em especial para a Sociologia, o ideal da estrutura comunitária se opunha à existência concreta da estrutura societária como um lugar ou um momento capaz de produzir um ambiente de maior confraternização entre os indivíduos. As ideias mais vigorosas em torno da estrutura comunitária surgiram a partir desse confronto entre as duas ordens. Entretanto, atualmente se diagnostica o surgimento da proposta em função principalmente da impossibilidade de persistência do modelo capitalista como aplicado até então. Esse novo cenário tem sido proposto por autores de diversas áreas, mas surpreendentemente também da área econômica, como André Lara Resende em entre-

vista ao jornal *O Globo*², citando as ideias apresentadas por outro expoente da proposta, o ambientalista inglês, Paul Gilding, no livro *A Grande Ruptura*³.

Não são autores novos nem “revolucionários”. Aliás, uma questão de fundo, que este nosso texto pretende trazer, pode ser enunciada sinteticamente da seguinte forma: grande parte da reinterpretação do pensamento comunitarista do século passado, ou seja, a tentativa de analisar a estrutura dentro dos cenários da atualidade, não se encontra referenciada por novos autores. Por outro lado, grande parte das análises realizadas não é retomada pelos novos profetas e defensores do viés comunitarista e de toda a sua temática. A primeira grande desculpa é que a estrutura comunitária, vista pelo prisma da Sociologia, atrela-se excessivamente a questões que poderiam ser computadas como dogmáticas na atualidade, sejam elas a espacialidade ou a vinculação excessiva entre os membros ou, ainda, o rol de obrigações que os vinculados possuem com o ideário do grupo.

Emerge outra questão, que parece mais de fundo psicológico, porque, diante de um cenário de tamanha incerteza, até mesmo quanto à possibilidade de sobrevivência da espécie humana, aparenta ser imprescindível que se busquem pensamentos e teorias que nunca foram pensados. A hipótese é que inserir ordens atualíssimas, como a questão tecnológica, em reflexões já dadas significar e descrever o *status-quo* e ampliar as possibilidades de soluções.

Por isso mesmo, ainda que este texto não pretenda retomar o percurso do conceito de comunidade, é inevitável mencionar os pensadores que realizaram o percurso, desde a sua consolidação

2 Jornal *O Globo*, 5 de fevereiro de 2012, caderno de Economia, p. 37.

3 Gilding, Paul. *The great disruption: why the climate crisis* (2012).

a partir da Sociologia com Tönnies (1979) e Durkheim (1996). A investigação presente pretende percorrer o caminho que mais consistência possa oferecer à hipótese de que, no horizonte, em contraposição à semiose da jangada da *Méduse*, desenha-se uma comunidade estabelecida por laços e marcas da afetividade. Supõe-se que a estrutura comunitária mova-se em direção a saídas para a “armação” presente na atualidade.

Faz sentido, assim, retomar algumas das propostas defendidas pelo comunitarista canadense, Charles Taylor, no início da década de 1990. Uma simples afirmação como “[...] nós não podemos abolir o mercado, mas nós não podemos mais nos organizar exclusivamente graças ao mercado [...]” (Taylor, 1994, p. 117) deixa transparecer as preocupações daqueles que, naquele momento, discutiam a excessiva concentração no que ele chamou de “razão instrumental”, ou seja, um distanciamento das questões basilares para a vida e sobrevivência dos indivíduos, como, por exemplo, a ecologia. No século passado, Taylor já previa que a ineficácia dos pequenos grupos na luta contra as ameaças às espécies e reservas naturais devia-se à inexistência de uma “consciência coletiva”.

A questão trazida por Taylor e outros neocomunitaristas estava no cerne da própria existência, para além do mero acesso aos bens de consumo e dos últimos aportes tecnológicos. De certa maneira, essas reflexões inseriram no contexto atual o sentido de mais responsabilidade pública para com a questão. Na verdade, uma postura mais engajada do que a prevista por Christopher Lash em meados dos anos 1980, quando ele aponta para o que nomeou como uma “retórica da crise”, promovida pela mídia, a partir de filmes, revistas, livros, músicas e noticiário que foram capazes de promover exatamente o contrário de uma preocupação efetiva e uma ação mobilizadora. A excessiva concentração na temática, a partir

dos anos 1960 nos Estados Unidos, principalmente, “[...] desvigorava a ideia de crise e deixa-nos indiferentes a apelos fundamentados na asserção de que algum tipo de emergência exige nossa atenção.” (Lash, 1987, p. 54). A saída, dizia Lash (1987), é que os assuntos energéticos, armamentistas, ambientalistas deveriam sair do escopo das questões técnicas, pelos meros gerentes da crise, e deveriam ser tratadas de forma política, cooperativa e democrática, ou seja, pela figura do cidadão.

É, assim, estratégica a ideia de cidadania. Vale relembrar que essa ideia, conforme a conhecemos, surge num contexto histórico marcado pelas transformações do poder tradicional, ou seja, na mudança da sociedade medieval para a era moderna, no momento em que se instauram as medidas que constituiriam a nova ordem social destinada a substituir o trabalho servil pelo trabalho livre. Para Habermas (1998), foi a burguesia urbana a responsável pela transformação dos súditos em cidadãos. Esse momento é importante porque todos os direitos que constituem a cidadania passam por profundas transformações, visando sempre à transformação da inserção do indivíduo na estrutura social. A conceituação de Marshall (1967) é bastante direta porque entende a cidadania como um *status* universal, enriquecida pelos direitos e regulada pelos contratos. Para ele,

[...] o *status* diferencial, associado com classe, função e família foi substituído pelo único *status* uniforme de cidadania, que ofereceu o fundamento da igualdade sobre a qual a estrutura da desigualdade foi edificada. (Marshall, 1967, p. 79-80).

A ideia do contrato social é muito cara à implementação da cidadania moderna. Isso porque se sabe que os direitos dos homens são uma invenção artificial, advinda das relações sociais e políticas. Os direitos dos homens e cidadãos constituem uma criação históri-

ca, uma construção social e política, realizada a partir de alterações estruturais nas sociedades e quase sempre fruto de lutas e embates sociais contrários à vigência das ordens arcaicas.

Entretanto, a constituição do direito, por mais abrangente que seja, possui uma visão parcial da estrutura social e não garante a presença efetiva de cidadãos. É preciso enfatizar – principalmente porque o nascedouro da ideia de cidadania é o enfeixamento dos direitos – que certos autores contestam a neutralidade ética do direito e permitem-se, como os comunitaristas Michael Walzer (1998) e Charles Taylor (1993), depois de investigarem o lugar e o papel do Estado de direito nas sociedades, considerar que o Estado de direito deve ser responsável também pela promoção da “boa vida”.

Essa perspectiva é importante, principalmente em sociedades como a brasileira, com uma excessiva concentração de riquezas e desníveis sociais muito marcantes. Dentro desse contexto, a inserção social passa a ser considerada como um ponto de partida básico, muito aquém da estrutura dos contratos sociais e dos ditames legais de toda jurisprudência dos direitos coletivos. O entendimento aqui é do papel fulcral do Estado para com as coletividades naquilo que é considerado “dever” de garantir as condições de uma existência digna a todos os indivíduos.

Essa é uma discussão que ainda se encontra em aberto diante das enormes zonas de exclusão existentes em países do terceiro mundo, como o Brasil. O entendimento do que constitui cidadania pode ser bem claramente expresso numa passagem do livro do Rapper Fiel, *Da favela para as favelas*, lançado no final de 2011, em que ele desenvolve a sua ideia de cidadania de exceção: “Ser cidadão é ter direito à liberdade, à vida, à propriedade, à igualdade, ter direitos políticos, enfim ter direitos civis [...] Cidadania no Brasil é papo furado!” (Fiel, 2011, p. 69). Em seguida ele passa a descrever uma série de

situações do cotidiano do morador de uma favela carioca, demonstrando a presença/ausência do Estado e a dificuldade de acesso a bens básicos, como tratamento de esgotos ou mesmo à simples entrega de correspondências. Fiel produzia uma rádio comunitária que foi recentemente fechada e agora se encontra na internet. No Morro Santa Marta, onde vive, o acesso à internet é gratuito. O *élan* não é o mesmo, visto que muitos moradores, apesar de terem computadores em casa, desconhecem que a rádio comunitária migrou.

Tal exemplo revela o quanto é difícil trabalhar ainda hoje no Brasil com uma temática que envolva cidadania, comunidade e comunicação, porque a questão legal, a legislação, os fluxos do mercado e suas idiossincrasias mesclam-se de maneira determinante no cotidiano dos indivíduos, fazendo-os conviver concomitantemente com ordens que definitivamente não deveriam mais pertencer ao estágio histórico da atual civilização. Mesmo reconhecendo esse terreno ambíguo de existência, o sentimento da cidadania ativa, entretanto, é de ser preciso avançar em direção a outras perspectivas, para além da necessidade de sobrevivência. Não se pode perder de vista o que já preconizava Aristóteles (1989) a propósito da cidadania grega, que importante mesmo é o acesso à boa vida, ou seja, aquela em que os homens estão em condições de deliberar sobre o mérito da excelência moral, desfrutam da participação política, compartilham os bens comuns e decidem sobre seus usos. Esse é considerado um estágio posterior ao do suprimento das necessidades mínimas de sobrevivência.

Assim, vemos emergir formas de produção da participação na vida social e de produção do comum que passam ao largo da noção estrita de contrato social. A inviabilidade de inserção na estrutura de bem-estar e direito – por vezes legitimada a partir de narrativas e valores impetrados nas classes corporativas –, em vez de conti-

nuar produzindo imobilidade e vazio psicológico, resulta em práticas inventivas do comum e do comunicar-se, que têm como *élan* fundamental não apenas o contrato social, mas os vínculos afetivos, a presença e a partilha da experiência.

Talvez seja precisamente essa característica – a da inserção integral na vida pública que marca o conceito de cidadania – a ligação da comunicação com a comunidade. A conjugação “cidadania, comunicação e comunidade” impõe à compreensão do processo comunicativo uma atuação para além do seu formato midiático, resgata a sua concepção etimológica da busca pela ação comum, caráter que define a estrutura comunitária segundo Esposito (1998), ao agregar o dever para com o outro. Juntas, comunicação, cidadania e comunidade partem em busca da realização do seu caráter destinal: o da busca do bem comum.

Atualidade e possíveis formas comunitárias

A ideia do filósofo italiano Gianni Vattimo (2003) sobre a comunicação pressupõe uma comunidade afetiva, mantida por um acordo de gostos em torno do problema da partilha coletiva de vozes e sensações. Mas, ainda que, aparentemente partindo de Kant, ele se revela plenamente heideggeriano quando assevera que “[...] a afetividade não é um acidente que se coloque ao lado da pura visão teórica das coisas [...]” (Vattimo, 1971, p. 39), por ser um aspecto constitutivo da abertura humana para o mundo. Ele diz também:

Se a situação afetiva é algo que encontramos sem dela podermos dar razão, a conclusão será que ela nos põe perante o fato de o nosso modo originário de captar e compreender o mundo ser algo cujos fundamentos nos escapam, sem ser,

por outro lado, uma característica transcendental de uma razão 'pura', já que a afetividade é precisamente o que cada um de nós tem de mais profundo, de mais individual e de mais cambiante. (Vattimo, 1971, p. 39).

Pressupõe-se, e este é o objeto central desta reflexão em que nos associamos aos dois autores citados, que a vinculação afetiva parece estar assumindo a vetorização da relação entre os indivíduos movidos muito mais por essa determinante do que pelos tradicionais laços de parentesco, consanguíneos, territoriais e mesmo legais.

Diante desse novo cenário, falar em comunidade e a sua presença na sociedade atual significa preocupação efetiva com a existência comum, para além de aspectos meramente legais e agendas políticas?

Por outro lado, o problema continua sendo o que foi detectado por Sodré (2006), ou seja, a determinação quanto a real natureza do sensível nos processos de comunicação ou de informação. De que a comunicação é um novo tipo de força produtiva, quase não há hoje mais nenhuma dúvida, uma vez que se multiplicam os reconhecimentos analíticos de que as estratégias do discurso e da sensibilidade integram decisivamente a produção e de que até mesmo a ação ética pode se definir como comunicação criativa.

Vale retomar aqui, para essa incursão, a reflexão de Sodré (2006, p. 72):

Ainda não se avaliou com profundidade a parte da dimensão afetiva no que se vem chamando de passagem do 'sensório-motriz' (caracterizado pela intervenção energética do corpo em trabalho) ao 'sensório sógnico', que se entende como o deslocamento da corporeidade ativa para o gestual de interpretação e controle sógnico (principalmente em sua forma indicial) dos dispositivos técnicos.

Talvez não possamos mais pensar em comunidade no sentido tradicional, em especial aquela centrada no enfoque da pertinência à localidade, uma das três formas previstas por Tönnies (1979), ao lado da comunidade de parentesco e da comunidade do espírito. Não podemos deixar de considerar, entretanto, que em alguns lugares do País, na atualidade, a palavra comunidade substituiu “favela”. É bastante comum a autonegação “sou de comunidade” por parte dos moradores desses espaços populares, no sentido do pertencimento a uma série de fatores além do territorial. Está implícito nessa autonegação o sentido de pertencimento a uma forma de existência, a uma turma, uma tribo, ao encontro daquilo a que se refere o sociólogo francês Maffesoli (1987).

É possível que a ideia da “comunidade de espírito” possa revelar com maior nitidez traços do que se pretende entender como a comunidade da atualidade. Uma estrutura comunitária não mais fundada no esquema proposto por Esposito (1998), em que o dever e a tarefa para com o outro sejam o elemento de ligação. Mas, e principalmente, uma possibilidade de vinculação em que o afeto, a simpatia, a igualdade de interesses e de partilha definam os contatos. Entender que esse formato seja mais descompromissado com o real histórico não constitui uma premissa básica. Ainda há muito a se investigar nesse sentido e esta se configura como a prerrogativa de agora em diante: descortinar as características e o perfil do que estamos nomeando por “comunidade do afeto”.

Rascunhos da “comunidade do afeto”

Nesse sentido, retomar o pensamento que Esposito (1998) desenvolve na introdução do seu livro *Communitas* pode ajudar a tracejar esse caminho que pretendemos construir. O autor parte da

ideia de que, até hoje, nós não fomos ainda capazes de pensar a comunidade de forma não essencialista. Temos pensado o ser-em-comum como um corpo de identidade; de uma identidade dada pelo compartilhamento de uma propriedade. Nessa perspectiva, o que define o grupo é o que ele tem em comum, a propriedade, seja essa propriedade uma característica dos indivíduos, seja o território, sejam os costumes.

Na tentativa de romper com essa perspectiva essencialista, a proposta de Esposito (1998) envolve uma ruptura com a própria linguagem da filosofia política moderna. Trata-se de encontrar um ponto de partida hermenêutico exterior à tradição filosófica. E o ponto de partida que vai transpô-lo a uma noção de comunidade diferente ele encontra na etimologia da palavra “comunidade”, ou seja, no termo latino *communitas*, que se forma a partir dos vocábulos *cum* e *munus*.

O vocábulo *cum* quer dizer “com”. Ele explica que *cum* é aquilo que nos coloca uns diante dos outros, uns em relação com os outros, um com os outros – é o que nos lança na experiência de estar junto. Portanto, *cum* é aquilo que liga, que junta o *munus*. Já o termo *munus*, ele explica, possui três significações possíveis, todas elas relacionadas à ideia de dever, de obrigação, de encargo, de função. São elas *onus*, *officium* e *donum* (ônus, ofício e dom ou doação). Assim, *munus* expressa, na relação dos homens uns com os outros, estabelecida pelo *cum*, um reconhecimento recíproco, um engajamento comum, uma espécie de comunhão. Esposito (1998) considera que aquilo que os membros de uma comunidade têm em comum não seja alguma coisa de positivo, como um bem ou uma propriedade, nem mesmo um pertencimento e nem uma essência. Para ele, o que possuem em comum é um “dever”, uma “tarefa”, uma “dívida”. O que une as pessoas é uma falta que as obriga a cumprir determinadas

tarefas. Ou seja, a dívida que todos têm para com todos, essa obrigação, nascida da falta, do vazio, do medo de cada um de nós.

Para Esposito (1998), ainda, na época moderna surge, em contraposição à ideia de *communitas*, a ideia de *immunitas*, que, aliás, é o título de outro livro seu. Para ele, *immunis* é aquele que não tem dívida, obrigação em relação aos demais homens. Ele considera que é a gratidão que leva o sujeito a se sentir devedor e a pagar com uma doação, e essa não é mais uma característica do homem moderno. O autor argumenta que os indivíduos modernos são *immunis* e estão dispensados da dívida que liga uns aos outros, estão liberados do contato que ameaça a sua identidade e a sua individualidade e de possibilidades que os exponham a um possível conflito com o seu vizinho.

A ideia da gratidão como elo entre os indivíduos também é desenvolvida por outro autor italiano, jornalista da RAI e cientista político, Marcello Veneziani, em seu livro *Comunitari o liberal: la prossima alternativa?*, publicado inicialmente em 1999 e reeditado em 2010. Depois de traçar todo um percurso tentando definir cada uma das duas ordens, ele apresenta um capítulo que trata da ética da honra e da ética da generosidade.

Veneziani (1999) argumenta que, apesar de o sentido da honra ser o núcleo da ética comunitária, assim como a generosidade ser a boa consciência da ética liberal, na verdade um não exclui o outro: honra e generosidade. Ele propõe um jogo belo com os sentimentos presentes em cada uma das duas éticas. Para ele, honra evoca responsabilidade, mérito. É um sentimento aristocrático e se opõe à humildade, que é uma virtude cristã. *Humilis* vem de *húmus* que evoca a terra, a horizontalidade. Ao passo que *honor* indica vocação vertical destacando-se da terra. Assim, sintetiza: “A honra é um sentimento vertical do horizonte comunitário; a generosidade

é um sentimento horizontal de uma existência fundada subjetivamente, fundamentada no sujeito.” (Veneziani, 1999, p. 65).

O autor faz uma abordagem sobre o que vem a ser a ética comunitária – trabalha com a questão da “honra” com um enfoque interessante, vendo-a como aparência e forma (Veneziani, 1999). Traça ainda uma distinção entre o que nomeia por: “Ética da honra”, que possui uma correlação entre direitos e deveres muito estreitos; “Ética da generosidade”, em referência direta com os direitos humanos; “Ética comunitária”, que é fundamentada sobre o princípio da responsabilidade e, para ele, transcende os direitos do cidadão e compõe também seus deveres. E, finalmente, a “Ética liberal”, como a que ultrapassa os direitos do cidadão, concebendo-os como aqueles considerados humanos.

Veneziani (1999) defende que os parâmetros de referência para a sociedade, segundo a ética comunitária, são a tradição e a maioria. Ainda, lamenta que na atualidade haja um pálido desenho sobre o que compõe a honra, lembrando que a honra nasce junto com a política, ela é o primeiro sentimento político. A generosidade, por outro lado, é, para ele, um sentimento impolítico na medida em que abole os limites e os conflitos.⁴ Ele define que a generosidade abate o limite e nega o conflito, ao passo que a política evoca a alteridade, o nós e eles. A generosidade nasce a partir da superação desses limites. Finalmente, depois de citar Hannah Arendt, para quem o altruísmo não pode ser uma virtude política, Veneziani (1999) expõe como deve ser uma nova cultura comunitária, onde basicamente deveriam ser reinterpretadas as duas propostas éticas (honra e generosidade).

4 Veneziani lembra que limites deriva de *limes*, o muro da *polise*, *polemos*, o conflito.

Acrescente-se a esse cenário a proposição de Maffesoli (2013) de que vivemos uma fase transitória entre a falência da vida moderna e o surgimento de novas formas de afecção e vinculação, amparadas em certo vitalismo, instinto instantâneo de partilha, que o autor define como “enraizamento dinâmico”, uma forma de pertencimento comunitário ao mesmo tempo enraizado na copresença e aberto à experiência da diferença, capaz de engendrar uma espécie de solidariedade de base. No estrangulamento de todas as formas modernas de produção contratual do respeito, da moral e das normas sociais, a solidariedade ressurgiu com bases essencialmente humanas; ou seja, em um estágio anterior à forma social, como desejo de produção do estar-junto, do comum.

No esforço por definir a natureza do que nomeamos por “comunidade do afeto”, é preciso ainda reforçar que certamente a compõe de maneira decisiva o contexto atual da densificação tecnológica e do altíssimo fluxo de informação a partir de novos mecanismos de conexão. As múltiplas formas de troca de mensagens oferecem uma conformação específica para esse novo formato de estar juntos – que não é certamente o mesmo do *Radeau de la Méduse*. Esse contexto deve ser considerado como algo definidor e definitivo para a época atual, não apenas no que se refere às conexões entre os sujeitos, mas também a sua própria forma de colocar-se frente à coletividade. No naufrágio do velho “social”, tecnologia e consumo, por si só, não ensejam o resgate dos valores e da dimensão afetiva imprescindível à vinculação humana. Na jangada da *Méduse*, a comunidade deveria ser uma emergência, mas resultou em ausência.

Acreditamos que a produção do comum estaria mais próxima da experiência estética, onde as trocas não se restringem aos códigos linguísticos ou informacionais, mas configuram-se em um âmbito abstrato, anterior ao código (Sodré, 2014). Na produção

do comum, por vezes, a linguagem corporal, presencial ou poética privilegia a imanência da emoção e não a intencionalidade da mensagem, quer dizer, a estrutura do texto poético ultrapassa a finalidade da mensagem. Assim, a comunicação afetiva é tudo aquilo que ultrapassa a finalidade objetiva e a intencionalidade prévia ou preventiva do emissor no ato de comunicar.

A prevalência dos sentidos diz respeito ao aspecto mais orgânico das relações e das práticas comunicacionais. A artista japonesa Yoko Ono (1980 apud Sheff, 2012) referiu-se a esse fenômeno como uma feminilização das relações com o mundo, com o outro e com o tempo, a partir da alegoria do útero, um órgão interiorizado, voltado para os sentidos, provocador de um comportamento comunicacional mais direto, afetivo, em oposição à “grande comunicação” massiva. É precisamente o que Maffesoli (2010, p. 7) denomina “invaginação dos sentidos”, em analogia antagônica ao caráter “espermático” e projetivo da modernidade. Abandonamos a ideologia progressista que nos colocava no porvir utópico e passamos a agir e reagir de dentro dos processos cotidianos de produção de sentidos:

Quer estejamos ou não conscientes, o ambiente específico da modernidade ocidental foi, em seu sentido etimológico, como acabo de remarcar, ‘espermático’. No quadro de suas instituições educativas, sociais, políticas, econômicas, o que prevaleceu foi mesmo a mobilização de energias, individual e coletiva, em vistas de uma salvação futura: a Cidade de Deus no céu (Santo Agostinho) ou o Paraíso terrestre (Karl Marx) e se realizar no longo prazo. (Maffesoli, 2010, p. 7-8, tradução nossa).

Isso nos ajuda a fincar os pés na experiência do tempo presente. Observar os fenômenos sociais, artísticos e comunicacionais a

partir de dentro. É somente quando superamos a expectativa projetiva e revolucionária – no sentido mitificado da palavra, vislumbrar formas de produção do comum cuja potência transformadora não se mensure em escala universalista, mas no movimento contínuo do dia a dia. Assim, a “comunidade do afeto” faz sentido se entendida como efeito inventivo da aglutinação comunitária. Ou seja, à formação de agrupamentos ligados pelos laços de afeto e estabelecidos em bases comunicacionais alternativas segue-se a geração de novos modos de expressão e novas formas de relação com o tempo, com o território e com os mecanismos comunicacionais em si.

Mas o que está por detrás da produção dos afetos? Maffesoli (2010) menciona o “sacral”⁵ como o elo comum baseado nos afetos, é o que está no fundo da vida em comum, o que anima – a alma – e o que fascina pelo retorno dos mistérios, do que é obscuro. O “divino social” de Durkheim (1996, p. 461-462) ressurgue como experiência comum, partilhada através da participação mística no outro, o mimetismo, o totemismo, o ser outro, uma “sensibilidade ecológica” que religa o homem ao território e ao convívio coletivo.

Tratam-se de formas de socialização baseadas menos no contrato social e nos impositivos morais e mais nos afetos, na experiência comum, no tato, no movimento de atrações e repulsões, no plano estritamente cotidiano. A divindade ecológica ou arbustiva⁶, enraizada e ramificada em diversas possibilidades de racionalidade, é um fenômeno propriamente coletivo e comunicativo, que coloca em jogo o dicotomismo racionalista ocidental em favor de racionalidades locais. Maffesoli (2010) dissocia o pensamento re-

5 Anotação de aula de Michel Maffesoli, do conjunto de seminários *L'érotiquesociale*, em 21 de março de 2011.

6 Anotação de aula de Michel Maffesoli, do conjunto de seminários *L'érotiquesociale*, em 4 de abril de 2011.

presentativo, aquele baseado em conceitos universais ou preestabelecidos, do pensamento representativo, baseado na experiência e na interação; donde vem a ideia de “conhecimento” como *cum nascere*, ou nascer com, em comum, processo de interação ligado ao conhecimento comum (ordinário), à vida da comunidade, suas formas de ser e de pensar, ao espaço que faz o vínculo.

O lugar faz o laço. O laço significa que o espaço, a natureza, e os elementos primordiais que a compõem tornam visível a força invisível do laço que me une aos outros. Donde a importância simbólica de um termo como ‘casa’, que, em seu sentido essencial, remonta a esse abrigo comum, onde podemos encontrar segurança e proteção. Certamente contra os desdobramentos dos elementos naturais, mas igualmente contra as adversidades sociais. (Maffesoli, 2010, p. 73, tradução nossa).

Assim, o novo comunitarismo poderia assumir a capacidade de interpretação e reinterpretação do mundo a partir de si, da “emergência” de sua própria realidade. O exercício de existir, como interpretar-se, colocar-se em questão, a si – a comunidade – ao outro e ao mundo, é próprio da vida cotidiana comum, segundo a leitura de Nunes (2010) sobre o ser-no-mundo heideggeriano; tal exercício reflexivo se localiza subterraneamente, em uma espécie de “liame mais primitivo e fundamental”, cuja forma de ação se dá no intercâmbio entre os âmbitos práticos e poéticos da vida cotidiana. O ser-no-mundo é, portanto, um exercício do ser-em-comum, a lida com o outro, seja positiva ou negativamente. Mas, acrescenta Nunes (2010), a interpretação de que é capaz o ser-em-comum parte de pressupostos discursivos, visões de mundo, verdades, conceitos, que, por meio do discurso que as faz fluírem, determinam a linguagem. O que pretendemos dizer com isso é que a linguagem é determinada pelas estru-

turas de verdades que permeiam a experiência coletiva. Se o mundo existe apenas a partir da experiência do ser, enquanto projeto, e se a verdade é de tal forma produto do ser-no-mundo, conforme ainda a interpretação de Nunes (2010), a teoria heideggeriana nos redireciona aqui para a possibilidade de formulação de linguagens mais legítimas ou adequadas para determinada experiência comum, para cada formulação de mundo. O processo comunicacional é, naturalmente, flexível a cada forma de experiência coletiva. A capacidade de reinterpretação, a potência criativa da “comunidade do afeto”, condiz com a possibilidade de propor meios alternativos de comunicação e expressão. A mera adoção de modelos consagrados no âmbito das sociedades urbanas ocidentais já não faz sentido de forma universalista, o que, deixe-se claro, não anula ou invalida a necessidade de interação, face a face, nesses mesmos meios.

Por fim, a capacidade de reinterpretação, como exercício de pensamento, reflexão, tem estreita relação com uma linguagem poética. “Pensamento do ser e dizer poético se entrelaçam”, conclui Nunes (2010, p. 45-46). A linguagem poética é o que induz às novas possibilidades, à invenção de outro mundo, à reinterpretação dos fatos da vida, às construções mais variadas sobre o ser-em-comum. É a linguagem poética também que estabelece as formas de temporalização e espacialização, as diferentes maneiras como uma coletividade pode lidar com seu tempo e seu território, e como, ao contrário, pode se deixar estimular por esses mesmos fatores.

A linguagem poética, então, é parte de todo um repertório de elementos vinculadores que agem pelo afeto, pelas maneiras de funcionamento do “espírito comum”. A *arkhé* de que fala Sodré (2008), um “[...] consenso quanto a representações que se projetam na linguagem e nos modos afetivos de articulação das experiências [...]”, fundando uma “economia invisível”, da cooperação, da solida-

riedade, do valor coletivizante fundado nas invocações, saudações, cantigas, danças, comidas, lendas, parábolas e signos cosmológicos “[...] que se transmitem inicialmente no quadro litúrgico do terreiro, mas que se irradiam para a sociedade global.”⁷

Trata-se de compreender a comunicação como exercício de interrogação, onde todo processo de trocas estabelecido pelo exercício comunicativo abra possibilidades de questionamento quanto a si, ao outro, e ao ser-no-mundo, num jogo orgânico de reinterpretação. E, como bem sabemos, para o jogo de reinterpretação é fundamental a capacidade criativa, o lúdico e o imaginário.

Referências

ARISTÓTELES. **Política**. Tradução Mário da Gama Kury. Brasília: UnB, 1989.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

ESPOSITO, Roberto. **Communitas**: origine e destino della comunità. Torino: Einaudi, 1998.

FIEL, Repper. **Da favela para as favelas**. Rio de Janeiro: Coletivo Visão das Favelas, 2011.

HABERMAS, Jürgen. **L'inclusione dell'altro**: studi di teoria política. Milão: Feltrinelli, 1998.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo**: resposta a uma sociedade desorientada. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MAFFESOLI, Michel. **Les nouveaux bien-pensants**. Paris: Éditions du Moment, 2013.

7 Palestra “A ignorância da diversidade”, por Muniz Sodré, em 2008, para a série “Invenção do Contemporâneo”, produzida pela TV Cultura.

- _____. **Matrimonium**: petit traité d'écophilosophie. Paris: CNRS, 2010.
- _____. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.
- MARSHALL, Thomas Humphrey. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- NUNES, Benedito. **Heidegger & Ser e tempo**. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007.
- SHEFF, David. **A última entrevista do casal John Lennon e Yoko Ono**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.
- SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**. Petrópolis: Vozes, 2014.
- _____. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.
- TAYLOR, Charles. **La malaise de la modernité**. Paris: Lês editions du cerf, 1994.
- _____. **Radici dell'io**: la costruzione dell'identità moderna. Milão: Feltrinelli, 1993.
- TÖNNIES, Ferdinand. **Comunidad y asociación**: el comunismo y el socialismo como formas de vida social. Barcelona: Península, 1979.
- VATTIMO, Gianni. Comunicação e transparência. In: FRANÇA, Vera (Org.). **Livro do XI Compós 2002**: estudos de comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- _____. **Introdução a Heidegger**. São Paulo: 70, 1971.
- VENEZIANI, Marcelo. **Comunitari o liberal**: la prossima alternativa. Roma: Laterza, 1999.
- WALZER, Michael. **Sulla tolleranza**. Roma: Laterza, 1998.

Transmetodologia, cidadania comunicativa e transformação tecnocultural

A. Efendy Maldonado G.

Mudança tecnocultural

A configuração de dimensões digitais culturais, nas três últimas décadas, expressa uma mudança profunda, qualitativa, que desestrutura os processos midiáticos e comunicacionais, e os enquadramentos de produção simbólica, estabelecidos pela matriz das grandes indústrias culturais do capitalismo oligopólico do século XX. Em confrontação e negociações com essa mudança, os sistemas midiáticos transnacionais e oligárquicos ainda permanecem hegemônicos no contexto mundial e nacional, da maior parte de países do globo. Porém, as transformações fluem em um conjunto de processos de produção de bens comunicativos e culturais, que se estruturam na multidimensionalidade do mundo digital (Castells, 2013). Nessas novas condições de fabricação de mensagens, de informação, de arte e de conhecimento, as possibilidades de renovação, experimentação e invenção são amplas, abrindo oportunidades de experimentação estética, comunicacional, política e social suscitadoras. Nessa perspectiva, são ilustrativos os exemplos de experimentação fotográfica, musical, radiofônica e audiovisual das novas gerações de produtoras e produtores que aproveitam as potencialidades e os recursos das tecnologias digitais para produzir conjuntos simbólicos de singular expressividade e força.

A revolução, em termos dos suportes de produção, é profunda. Em primeiro lugar, acabou a dependência produtiva do uso de materiais atômicos (papel, plástico, madeira, couro, vidro etc.), o que provoca a queda dos custos de produção. Em segundo lugar, geraram-se condições de interpenetração de subcódigos, códigos, lógicas, narrativas e formatos, os quais tornam possível a configuração de tempos/espacos hipertextuais que permitem avançar na manifestação de conceitos, ideias, percepções, noções e conteúdos de modo confluyente e dialético. É assim que a diversidade e a complexidade do real, na condição digital, se manifestam de modo mais adequado, amplo, rico e profundo se comparadas com as outras configurações textuais. Numa terceira linha, também de mudança, constata-se que o exercício da produção estética, tanto quando alcança os níveis de produção artística como quando se manifesta de modo artesanal/operativo, tem na realidade digital, no concreto produtivo digital, uma ampliação das possibilidades de participação, dado que as habilidades e os talentos na fabricação de conjuntos simbólicos/culturais dependem menos dos talentos corporais e instrumentais e mais do talento (eixo lógico paraconsistente) e das competências para lidar com a dimensão estética/sensitiva de configuração de objetos comunicacionais. Assim, as competências combinatórias, de estruturação, dialéticas e paradoxais contribuem mais para as construções digitais que as habilidades plásticas e corporais presentes nas estruturas pré-digitais. Num quarto aspecto constitutivo, esses suportes têm um potencial de propriedade comunicativa muito maior que os suportes atômicos, eles estão mais próximos da velocidade do pensamento, da complexidade da mente, da dimensão poética e científica do cérebro humano; se comunicam melhor e comunicam de maneira hipertextual o que é concebido, organizado e configurado pelos investigadores, artistas e pessoas comuns. Essa propriedade torna as tecnologias

digitais mais adequadas para a transformação, a mudança, a revolução e o exercício da cidadania comunicacional, tanto pela sua flexibilidade estrutural quanto pelo potencial de confluência que possuem. Para os propósitos dessa argumentação, numa quinta perspectiva, os suportes de produção simbólica digital, dada sua estrutura informática de abertura para ampliar conexões em rede, se distanciam da lógica estrutural física (urbana dos sofisticados guetos do mundo desenvolvido) e da lógica econômico-política da propriedade privada espacial, tanto no modelo de condomínios (muito similar ao das cidades feudais ou ao das aldeias puritanas conservadoras) quanto no modelo dos estados “pasteurizados” construtores de grandes muros de *apartheid* (Israel, Estados Unidos e em breve União Europeia).

Os suportes comunicacionais digitais favorecem assim as relações multiculturais; o intercâmbio de conhecimentos não oficiais; a mescla produtiva de arte e produção estética (mundo sensível manifesto); o conhecimento de outras formas de vida, de valores, costumes e hábitos sociais; o reconhecimento de epistemologias múltiplas (não só a razão axiológica, instrumental excludente). A categoria relação, inter-relação, que é um componente central da compreensão da comunicação nos processos digitais tem condições de expansão, aprofundamento e diversificação maiores; como também de novas qualificações, gerando redes de vários tipos, entre elas um número significativo que pensa e age pela construção de formas de vida que superem a hegemonia capitalista.

Nos processos comunicacionais digitais se constata inúmeras possibilidades de criação, produção e mudança social; mas, ao mesmo tempo, ainda existem grandes obstáculos culturais, educativos, políticos e sociais que freiam a mudança. Entre esses empecilhos, talvez o menos difícil de superar seja o do acesso às mídias e recursos digitais se considerarmos que a lógica do capital joga a favor

da expansão e intensificação dessas tecnologias em amplos setores da população, conforme mostra a história de penetração da internet no Brasil, na América Latina e no mundo. O capital precisa expandir-se constantemente, reestruturar seus produtos (modelos) em ciclos cada vez mais curtos. No caso da informática, esse fator é ainda mais acelerado, e o sistema, pela sua lógica produtiva, necessita constantemente diminuir custos (desemprego) e ampliar sua cobertura (oferece tecnologias para amplos grupos) (Piketty, 2014). É sintomático o que tem acontecido com o mercado de computadores no Brasil e na América Latina entre 2005 e 2015. Nesse período, a queda dos preços dos aparelhos se dá em proporção geométrica e, em sentido inverso, ao aumento de possibilidades técnicas das máquinas à disposição são maiores; cada vez mais a oferta se aproxima, em termos de qualidade, aos ofertados nesses mercados, dada a diminuição dos ciclos de vigência dessas máquinas (ciclos mensais). Nos países emergentes, por exemplo, vão se estruturando condições de base para superar os oligopólios (China, Índia, Brasil, Finlândia, Rússia, Coreia etc.); as leis e regulamentos desses países buscam favorecer a estruturação de pesquisa e indústria de informática, e procuram uma mudança estratégica de base da produção digital. O aspecto econômico-político do problema do uso, acesso e fruição das tecnologias digitais não é o maior, nem poderá impedir a penetração desses bens tecnoculturais nas nossas sociedades; nessa linha, a lógica capitalista seguramente se apresentará como civilizadora (Harvey, 2014).

O maior problema tecnocultural e comunicacional situa-se na dimensão do conhecimento e das tecnologias do espírito. É necessário promover uma revolução tecnocultural, que modifique os planos, modelos e programas de formação das novas gerações; há que se inserir a pesquisa, a experimentação empírica e a experimentação mental desde o ensino básico. A transformação na educação é urgente,

não podemos continuar com modelos disciplinares dos séculos XVII e XVIII; as sociedades, as crianças e os jovens necessitam da constituição de realidades socioeducativas que acompanhem a riqueza cultural produzida nos séculos XX e XXI. No campo da comunicação, é urgente superar o instrumentalismo funcionalista, que limita as pessoas a realizar práticas repetitivas, pouco inteligentes, mentalmente domesticadoras e redutoras das possibilidades inventivas, lúdicas, cognitivas e comunicativas, que as atuais tecnologias potencializam.

A transformação tecnocultural que a invenção e o funcionamento do tempo/espço digital tem tornado possível suscitou, também, um desenvolvimento da cultura das redes, dado que as conexões entre sujeitos apresentam-se factíveis e em condições de intensificação, intercâmbio, cooperação e fluxo mais eficientes e dinâmicos que nos formatos atômicos. Tanto em termos de abrangência, penetrabilidade, simplicidade de instalação e funcionamento quanto no sentido de potencialidade comunicacional e informacional, a mudança é qualitativa; contudo, sem a base eletrônica digital e o contínuo desenvolvimento de *software* livre, a produção de hipertexto e de processos transmidiáticos não seria possível e não teria condições de democratização mediante a constituição de uma cidadania complexa (Castells, 2009, 2013).

Apesar da existência de condições técnicas favoráveis para a mudança de paradigmas comunicacionais, a força das estruturas e dos modelos tradicionais continua produzindo obstáculos expressivos para a democratização da comunicação. A fascinação tecnológica e o condicionamento operativo organizado pelo exercício digital ofertado pelos oligopólios reduz qualitativamente a cultura comunicativa das pessoas usuárias da rede. Em confluência com isso, o instrumentalismo que as pedagogias preponderantes e as práticas profissionais fomentam favorece o enquadramento da vida

(trabalho, entretenimento, sexo, espiritualidade, luta) na lógica do lucro capitalista. Essa realidade precisa ser questionada e superada mediante estratégias fortes de educação em cidadania comunicativa digital; é necessário dotar aos produtores de conhecimentos (e de técnicas) de competências e recursos de trabalho inventivo. As lógicas de programação e de construção de estruturas informáticas necessitam penetrar as sociedades, é preciso partir da cultura dos usos inteligentes e críticos e chegar à instauração de fortalezas de conhecimento em cultura e cidadania comunicativa digital.

Processos político-sociais de mudança na América Latina

A América Latina, durante as décadas de 1980 e 1990, passou por uma fase de aplicações de receituários econômicos neoliberais e neoconservadores na dimensão política (Stiglitz, 2006; Chomsky, 2004; Mattelart, 2002). A maioria dos países esteve sob regimes ditatoriais explícitos, outros, como a Colômbia, tem sido “democracias” de fachada, que aplicam o terrorismo de Estado sob normas de exceção. Na fase seguinte ao período ditatorial, na América Latina foram instaurados governos sob o modelo da democracia liberal restrita, que avançaram na institucionalização de direitos em relação aos regimes anteriores, porém, não resolveram o problema de concentração de poder nas oligarquias, e os consequentes problemas administrativos, econômicos e políticos que esse modelo gera. É um fato histórico, reconhecido pela maioria de vertentes políticas, que a realidade da América Latina é distinta à realidade dos berços da democracia liberal europeia e norte-americana; apesar disso, em ensaios de empirismo abstrato paradigmático tem se insistido, de modo repetido e fracassado, na aplicação de modelos próprios de outras configura-

ções socioculturais, o que provoca defasagens graves entre realidade discursiva, normativa e simbólica e realidade socioeconômica, política e cultural. Essa situação é aproveitada por grupos de poder oligárquico, o que prejudica o potencial de fortalecimento, socialização e crescimento da constituição política de nossas formações sociais.

As forças políticas internas (elites tradicionais e modernizantes) e as forças hegemônicas internacionais (políticas e econômicas) confluíram no desenho de constituições, leis, planos econômicos, formatos de governo que pretendiam promover o desenvolvimento com base em concepções abstratas, fora das características multiculturais e socioeconômicas concretas das formações sociais latino-americanas. O resultado foi desastroso, como comprovam os relatórios anuais da Comissão Econômica para América Latina, os informes dos institutos de pesquisa econômica e social das melhores universidades e, até, os relatórios do Banco Mundial (BM). O modelo promovido pelo Fundo Monetário Internacional (FMI) e pelo BM, que tem por trás (principalmente) o interesse oligopólico e imperial do complexo militar industrial dos EUA, fracassou de maneira ampla e profunda. Uma das principais consequências disso foi o êxodo de milhões de latino-americanos para a União Europeia e América do Norte. Nos casos dos países da América Central, Caribe, Equador, Bolívia e Colômbia, o processo afetou a uma significativa porcentagem das suas populações (Maldonado, 2005). A tragédia econômica, a fragilidade institucional política e empresarial e a aculturação desagregadora, produzida pela mundialização cultural centrada nos sistemas midiáticos, foram componentes importantes das crises estruturais que se sucederam na virada de século na região. Não foi só uma mudança formal de século. No caso latino-americano, a passagem teve transformações reais de reconfiguração das forças políticas, sociais, midiáticas e econômicas.

O desgaste das receitas de subserviência econômico-política promovidas pelos EUA, o aumento da pobreza, do desemprego e a recessão econômica favoreceram a retomada de estratégias políticas e econômicas críticas, situadas no centro e na esquerda do espectro político da região. Foi assim que os partidos conservadores e liberais tradicionais tiveram que dar passo (no comando de um expressivo número de governos) a partidos e forças de liberalismo social, nacionalismo e socialdemocracia. As vertentes socialistas, enfraquecidas na década de 1990 pelas modas liberais e pós-modernas, apresentaram-se renovadas, e hoje influenciam uma parte significativa dos projetos de desenvolvimento sustentável na América Latina, do Chile até o México. Essa configuração crítica, com marcas das esquerdas, mostra que uma parte significativa dos cidadãos apoia as políticas democráticas de mudança; esse é um fator que os pesquisadores e intelectuais críticos têm que considerar como parte das condições favoráveis para produzir pensamento transformador estratégico.

Nessa orientação, é válido concentrar esforços na construção, divulgação, ensino e realização ampliada do conceito de cidadania comunicacional. Ideia que, no caso latino-americano, já tem tempo de problematização e que, lamentavelmente, não tem conseguido estabelecer uma cultura social e acadêmica ampliada, que a fortaleça na sociedade e nas instituições de formação de profissionais e pesquisadores em comunicação.

No campo das ciências da comunicação na região são hegemônicos os modelos instrumentalistas e os formatos de colonialismo intelectual; esse fato constata-se nos currículos, programas, modelos, referenciais teóricos, produção de teses e dissertações. Mudar essa heteronomia é uma necessidade básica de transformação cultural, educativa e científica. Há que se considerar que os componentes da realidade concreta têm de penetrar os campos educativo e comunicativo. Aceitar o desafio construtor de uma cultura de transfor-

mação, na qual as pesquisas teórica e empírica sejam promovidas, situadas e exercidas como um direito básico de emancipação intelectual. É imprescindível construir culturas cotidianas de subversão das lógicas hegemônicas (de perversidade, de exclusão e de atraso). É necessário estruturar um conjunto de redes conceituais, concepções e ideias operativas orientadas a mudar o mundo. Nessa estratégia, a construção de uma cidadania comunicativa complexa é crucial.

Na dimensão econômica é preciso quebrar a lógica do mercado capitalista fundamentalista, a lógica do conservantismo burocrático acadêmico (“coronelismo intelectual”) e os esquemas e sistemas de segregacionismo que enganam a maioria de nossos adolescentes e jovens com estruturas escolares produtoras de ignorância sistêmica conservadora. Hoje não se pode separar educação e comunicação, sistemas informáticos e práticas pedagógicas, ações sociais relevantes e produção de conhecimento. É imprescindível quebrar o elitismo intelectual e instrumental das universidades, é necessário penetrar nas sociedades, inserir nas suas estruturas acadêmicas componentes de cidadania, em especial de cidadania comunicacional. A revolução dos suportes técnicos da informática precisa ser acompanhada por uma revolução tecnocultural comunicacional que potencialize a riqueza da diversidade cultural, os talentos, as competências e as inteligências múltiplas (musicais, corporais, plásticas, pictóricas, matemáticas, literárias, sociais e intuitivas) (Gardner, 1995).

Na dimensão comunicacional é necessário educar (pesquisadores, estudantes, professores e pessoas comuns) sobre seu caráter multidimensional e multicontextual. Primeiro, é preciso educar nas concepções, dado que o instrumentalismo existe e funciona como uma ideologia naturalizada sobre o que é informação e comunicação. Segundo, é necessário entrar na lógica interna, no funcionamento, na vivência, nas possibilidades dos sistemas informacionais, comunicacionais e midiáticos; os exemplos produtivos e inovadores na Internet

e na comunicação alternativa são elucidativos das enormes possibilidades de transformação que contêm. Simultaneamente, é necessário configurar uma noção e imediatamente uma concepção de cidadania que supere sua redução aos critérios jurídicos e políticos, amplie sua compreensão para seu caráter multicultural, antropológico étnico, para suas implicações micro e macrosociais, e que leve sua definição para seus aspectos de gênero, atravesse o conservantismo, tocando seus aspectos comunicacionais, poéticos e axiológicos.

A conjuntura é favorável para pensar e agir a favor de transformações substanciais. A realidade digital e o processo de mudança que possibilita, independentemente e contra a preguiça burocrática, tornam possível a estruturação, o amadurecimento e a realização de projetos estratégicos nessa dimensão. Isso só será possível se nos alimentarmos dos saberes transdisciplinares e avançarmos em propostas e concepções transmetodológicas.

A opção transmetodológica

Experiências relevantes na pesquisa em receptividade comunicativa comprovam a necessidade de uma confluência multimetodológica para estruturar, trabalhar e resolver as problemáticas em comunicação (Martín-Barbero, 1993; Lopes, 2002; Bonin, 2004; Maldonado, 2002). Essa articulação cooperativa entre métodos provenientes de vários campos de conhecimento, e de várias perspectivas dentro dos mesmos campos, leva a uma exigência epistemológica de reconfiguração, atravessamento, desenho complexo, articulação, reformulação e aprofundamento dos desenhos e estratégias de investigação.

A perspectiva transmetodológica, na dimensão teórica, afirma o caráter transdisciplinar da produção de conhecimento crí-

tico/estratégico, em concordância com as epistemologias críticas transformadoras que o pensamento revolucionário gerou no século XX (Gramsci, 1978; Sartre, 1979; Gortari, 1976; Wallerstein, 1998; Bateson, 1998; Ianni, 2000; Santos, 2002; Mattelart; Mattelart, 2004; Harvey, 2005). Nessa ótica, dialoga também com o mais instigante do pensamento analítico (Wittgenstein, 1988; Pitkin, 1984; Haller, 1990), sociosemiótico (Bakhtin, 1993; Eco, 2003; Lotman, 2000), hermenêutico (Habermas, 1999), antropológico (Certeau, 1994; Hall, 2003; García Canclini, 1998) e heurístico (Bateson, 1998; Mills, 1995; Santos, 2005). Avigorando-se, também, na apropriação dos conhecimentos que os vários campos científicos têm construído em termos de sociologia da ciência, história da ciência e filosofia da ciência (Cassirer, 1993; Koyré, 1991; Kuhn, 1995; Bachelard, 1983; Popper, 1975; Japiassu, 1981; Haller, 1990; Norris, 2007; Lefebvre, 2013) para estruturar concepções fortes e dinâmicas sobre a produção de conhecimento e sua teorização abrangente de caráter epistemológico. Concebe-se, portanto, como um pensamento aberto, multilético¹, crítico, transformador e transmetodológico.

Transmetodológico porque parte da premissa de que a investigação científica em comunicação precisa da confluência profunda, cooperativa e produtora da estruturação de métodos mistos, múltiplos.

1 Multilética, termo que expressa uma *práxis* múltipla de caráter dialético que supera as reduções triádicas e dicotômicas do materialismo vulgar e da filosofia idealista. Refere-se à compreensão de processos, fenômenos e *práxis* de inter-relacionamentos dialéticos múltiplos, que expressam a densidade e a riqueza do concreto em movimento. Contradições, conflitos, nexos e inter-relações, nessa perspectiva, não têm formatos nem dicotômicos, nem triádicos, nem finitos. As possibilidades são múltiplas na fenomenologia dos problemas e objetos simples/complexos e nas mentalidades mais esclarecidas. Arranjos, dinâmicas, fluxos, configurações, estruturações e expressões qualitativas (que marcam distinção transformadora) realizam-se em confluências e exclusões de caráter inventivo, diverso, intenso (poético/ético denso) e amplo.

tiplos. Por conseguinte, suas lógicas, componentes teóricos, estratégias, táticas, operações e técnicas são redefinidas, indo além dos métodos de origem, sem, no entanto, desrespeitar o valor histórico/científico de cada método, em seu contexto de origem. Estrutura-se a vertente transmetodológica como uma proposição paradoxal que se nutre da riqueza metodológica do passado, não rejeita seu valor nos limites e contextos nos quais foi enriquecedora e geradora de saberes, mas, ao mesmo tempo, estabelece seus obstáculos epistemológicos, carências e problemas metódicos.

A transmetodologia aprende, também, dos conhecimentos socioculturais seculares que são um alicerce crucial para compreender problemáticas sociocomunicacionais profundas, como é o caso das matrizes milenares simbólicas que se atualizam, reconstituem e transformam nos ambientes técnico-eletrônicos, analógicos e principalmente digitais. Tanto a produção audiovisual da grande indústria quanto o mundo simbólico das centenas de milhões de internautas estão marcados por essas matrizes culturais de longo, amplo e profundo alcance. Mas o espectro de saberes contempla aspectos ecológicos, espirituais, sexuais, gastronômicos, medicinais, sociais e políticos. Reconhecem-se, assim, as epistemologias autóctones produzidas pela multiculturalidade humana, negando o caráter “absoluto” e “totalizante” do saber ocidental (greco-latino, anglo-saxão e germânico) que se considera como a “única epistemologia”.

Em termos axiológicos, afirma-se o atravessamento de ideologias no discurso da ciência; esta, como uma instituição social, como um produto humano com suas marcas de produção e concepção (Maldonado, 2009). Define-se a epistemologia como o produto de conhecimento atravessado, também, por concepções, teorias, lógicas e estratégias; retirando-a, assim, de um suposto pedestal de “pureza” e caráter absoluto que a tornaria “essencialmente crítica e absolu-

ta”; esse logocentrismo, comum nos pensamentos eurocêntricos e nas versões colonizadas da vulgata metodológica, é profundamente questionado na transmetodologia, que afirma o caráter limitado, social, histórico e ideológico das epistemologias (Marx, 1988; Mills, 1995; Gortari, 1976; Japiassu, 1986; Santos, 2008; Maldonado; Bonin; Rosário, 2013). Desse modo, estabelece-se a existência de epistemologias conservadoras, logocêntricas, excludentes, devastadoras, entre as quais, e a modo de exemplo, podemos apontar o darwinismo e malthussianismo sociais; o pensamento econômico de Friedman (1988); a epistemologia sistêmica de Luhmann (2001, 1998); e a epistemologia político-cultural de Huntington (1977). O pensamento e o conhecimento humanos fluem em distintas orientações. Em todas as épocas produziram-se conjuntos e sistemas teóricos, às vezes transformadores e críticos e muitas vezes ortodoxos, formais, etnocêntricos, retóricos. Na atualidade, o paradigma maior desse posicionamento é o logos hegemônico ocidental que nega as alteridades epistemológicas e suas diversas faces.

A transmetodologia, na versão argumentada aqui, concebe a epistemologia como uma dimensão do conhecimento que atravessa o conjunto das dimensões pertinentes e necessárias (teórica, lógica, metódica, técnica) para sua constituição. E, assim, nega seu suposto caráter exclusivo, gnosiológico (Maldonado, 2009), que a pensa como uma disciplina que estudaria o conhecimento enquanto dimensão teórica excludente (“ciência do pensamento”). Concebe-se a epistemologia no seu caráter geral, e ao mesmo tempo particular (na sua generalidade), como aquela dimensão/ação do pensamento que reflete, questiona, avalia, observa e propõe a partir de um exercício de compartilhamento com as dimensões técnicas, metódicas, teóricas e lógicas. Atravessa tudo, aprende em cooperação com as outras dimensões da produção de saberes. Produz conhecimento

profundo e estratégico, estabelecendo nexos maiores com a história da pesquisa, as experiências paradigmáticas, a filosofia da ciência, os processos socioculturais cruciais. Gera conhecimento construindo vínculos com as particularidades, obviedades, trivialidades, com as dimensões micro, como os detalhes, novidades e experimentações heurísticas. O fato epistemológico pode construir-se na lama, no cortiço, no bordel, nos cafés, nas ruas, trilhas e praças, nos palácios, fortalezas, arranha-céus e indústrias. Quebra-se a lógica de uma epistemologia unidimensional com propriedades eternas e essenciais. Ela é definida como um construto marcado pelas suas condições de produção, em especial pelos sujeitos pensadores que a fabricam, e nas suas subjetividades: as matrizes, os sistemas, as concepções e as orientações de pensamento que os configuram. Por conseguinte, a epistemologia na concepção transmetodológica é pensada no plural como epistemologias (Japiassu, 1986; Maldonado; Bonin; Rosário, 2013) que são o produto de distintos processos de estruturação de pensamentos, teorias, percepções, valores e ideologias.

É nessa diversidade e pertinência que a transmetodologia se inter-relaciona, aproxima e se torna adequada, operativa e cooperativa com as linhas de investigação que buscam a mudança, a transformação sociocultural, acadêmica e de formas de vida. Concebe-se como uma epistemologia crítica (definição que o formalismo e a vulgata gramatical considerariam tautológica) que configura pensamento, conhecimento, experiência, projetos e programas de ação para transformar o mundo.

Na perspectiva da cidadania comunicacional, a prática transmetodológica contribui para ampliar a concepção de cidadania (em construção) como um campo de pesquisa, empírica e teórica, crucial para a configuração de pensamentos que possibilitem compreender e trabalhar com as revoluções tecnológicas contemporâneas e

as mudanças socioculturais estruturadas na atualidade. Os aspectos jurídicos, políticos e sociais (da cidadania) precisam afinar-se com os componentes comunicacionais de sua constituição. Na fase atual, em que cada vez mais as pessoas se tornam e têm a possibilidade de serem produtoras de signos que circulam de maneira abrangente, diminuiu significativamente o empecilho técnico para divulgar mensagens para milhões de pessoas, a potência de transmissão não requer de custosas e poderosas antenas. Hoje a circulação depende mais de aspectos culturais para estabelecer pactos de comunicação, nexos de leitura, hábitos culturais, vínculos e reconhecimentos simbólicos.

No processo de mudança de civilização que se configura, os modos de vida (*éthos*) têm como elemento importante de sua constituição a participação de culturas e sistemas midiáticos, informacionais e tecnocientíficos que condicionam significativamente as estruturações socioculturais. O pensamento comunicacional tem que assumir o desafio de produzir conhecimento (e projetos de ação), que inclua nas suas estratégias os componentes paradoxais e reais que potencializam a transformação sociocultural; essa mudança depende em muito dos sujeitos históricos, em especial daqueles que conformam o campo de pesquisa em comunicação. Que esse esforço intelectual contribua para que as novas formas de vida, no futuro, sejam de bem-viver, justas, humanistas e solidárias; formas melhores que o capitalismo fundamentalista de mercado (hegemônico atualmente). Cidadania comunicacional implica educar nos meios e com os meios para a mudança; exige superar o instrumentalismo e o funcionalismo, tornando a prática comunicacional um exercício de reflexão criativa, uma força de produção política subversora que potencialize e configure culturas de fraternidade, poesia, fruição estética, afeto, trabalho inventivo, contradição produtiva e multiculturalidade democrática.

Referências

- BACHELARD, Gaston. **A epistemologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.
- BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Loyola, 1993.
- BATESON, Gregory. **Pasos hacia una ecología de la mente**. Buenos Aires: Lumen, 1998.
- BONIN, Jiani. Estratégia multimetodológica de captação de dados em pesquisa de recepção: a experiência da investigação: telenovela, identidade étnica e cotidiano familiar. **Rastros**, Joinville, v. 5, n. 5, p. 6-18, out. 2004.
- CASSIRER, Ernst. **El problema del conocimiento (Libro 1)**. 5. ed. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**: a era da informação – economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- _____. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.
- CHOMSKY, Noam. **O império americano/Hegemonia ou sobrevivência**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- ECO, Umberto. **Tratado geral de semiótica**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e liberdade**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 1998.
- GARDNER, Howard. **Inteligências múltiplas**: a teoria na prática. Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.

GORTARI, Eli de. **Lógica general**. México: Grijalbo, 1976.

GRAMSCI, Antonio. **Obras escolhidas**. São Paulo: Martins Fontes, 1978.

HABERMAS, J. **Teoria da ação comunicativa 1**. Madrid: Taurus, 1999.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HALLER, Rudolf. **Wittgenstein e a Filosofia Austríaca: questões**. São Paulo: EDUSP, 1990.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

_____. **Guia de *El Capital* de Marx** (Libro primero). Madrid: Akal, 2014.

HUNTINGTON, Samuel. **O choque das civilizações**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1997.

IANNI, Octavio. **Enigmas da Modernidade-Mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

JAPIASSU, Hilton Ferreira. **Introdução ao pensamento epistemológico**. 4. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1986.

_____. **Questões epistemológicas**. Rio de Janeiro: Imago, 1981.

KOYRÉ, Alexandre. **Estudos de história do pensamento científico**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1991.

KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1995.

LEFEBVRE, Henri. **Lógica formal, lógica dialética**. 2. ed. Madrid: Siglo XXI, 2013.

LOPES, M. Immacolata et al. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.

LOTMAN, Yuri. **La semiosfera III**: semiótica de las artes y de la cultura. Valencia, España: Universidad de Valencia, 2000.

LUHMANN, Niklas. **A improbabilidade da comunicação**. Lisboa: Vega, 2001.

_____. **Sistemas sociales**: lineamientos para una teoría general. Barcelona: Anthropos, 1998.

MALDONADO, Alberto Efendy. A midiatização das alternativas culturais no Brasil e na Espanha. In: SEMINÁRIO DE LA APEC, 10., 2005, Barcelona. **Actas...** Barcelona, España: APEC, 2005. p. 57-66.

_____; BONIN, Jiani Adriana; ROSÁRIO, Nísia Martins do (Org.). **Perspectivas metodológicas em comunicação**: novos desafios na prática investigativa. Salamanca, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2013.

_____. (Org.). **Metodologias de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

_____. **Panorâmica da investigação em comunicação no Brasil**: processos receptivos, cidadania e dimensão digital. Salamanca, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2014.

_____. Produtos midiáticos, estratégias, recepção: a perspectiva transmetodológica. **Ciberlegenda**, Niterói, n. 9, 2002. Disponível em: <<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/299/182>>. Acesso em: 20 out. 2015.

_____. **Transmetodología de la investigación teórica en comunicación**: análisis de la vertiente Verón en América Latina. Quito, Ecuador: Ciespal, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**: comunicación, cultura y hegemonía. 3. ed. Barcelona: Gustavo Gili, 1993. 300 p.

MARX, Karl. **O capital**: crítica da economia política. São Paulo: Nova Cultural, 1988. v. 1.

MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação**. São Paulo: Loyola, 2002.

_____; MATTELART, Michèle. **Pensar as mídias**. São Paulo: Loyola, 2004.

MILLS, Charles Wright. **La imaginación sociológica**. Santiago, Chile: Fondo de Cultura Económica, 1995.

NORRIS, Christopher. **Epistemologia**: conceitos-chave em filosofia. Porto Alegre: Artmed, 2007.

PIKETTY, Thomas. **O capital no século XXI**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

PITKIN, Hanna. **Wittgenstein**: el lenguaje, la política y la justicia. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1984.

POPPER, Karl. **Conhecimento objetivo**: uma abordagem evolucionária. Belo Horizonte: Itaitaia; São Paulo: EDUSP, 1975.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A gramática do tempo**: para uma nova cultura política. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

_____. **El milenio huérfano**: ensayos para una nueva cultura política. Madrid: Trotta, 2005.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo/razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2002.

SARTRE, Jean-Paul. **Crítica de la razón dialéctica**. (Libro 1). 3. ed. Buenos Aires: Losada, 1979.

STIGLITZ, Joseph E. **El malestar en la globalización**. Madrid: Santillana, 2006.

WALLERSTEIN, Immanuel et al. **Para abrir as Ciências Sociais**. São Paulo: Córtes, 1998.

WITTGENSTEIN, Ludwig. **Investigaciones filosóficas**. México; Barcelona: UNAM-Crítica, 1988.

Reflexões sobre a formação de iniciação científica em perspectiva cidadã

Jiani Adriana Bonin

Observando modelos de inserção dos jovens nos programas de Iniciação Científica no âmbito da Comunicação, não é incomum encontrarmos situações em que essas experiências têm um sentido de incorporação de mão de obra para a realização de trabalhos técnicos e operativos no âmbito das investigações a que estão vinculados. Os processos formativos desses jovens não raras vezes se dão nos moldes da chamada “educação bancária”¹, na qual sujeitos aprendem a repetir textos, esquemas e modelos prontos de pesquisa, e a teoria e a prática continuam divorciadas, sem a necessária problematização, confluência e confrontação para responder aos desafios da realidade comunicacional contemporânea. Questões relativas aos fins da Ciência, ao papel do cientista como sujeito, e também como cidadão, não tomam parte em processos formativos dessa natureza. Mas também é possível reconhecer a existência de experiências renovadoras de Iniciação Científica, em que concepções e práticas se distinguem em termos de uma preocupação com a formação integral dos sujeitos, com a constituição progressiva de autonomia, com o desenvolvimento do domínio dos processos de pesquisa, em todas as suas dimensões, e de pensamento crítico comprometido com as realidades investigadas.

1 Conceito de Freire cujo sentido é sintetizado mais à frente no texto.

Meu intuito, nesse texto, é refletir sobre o sentido da formação em Iniciação Científica, tendo no horizonte experiências realizadas no grupo de pesquisa Processocom² e, também, o trabalho concreto desenvolvido nos últimos anos com essa modalidade formativa, que considero serem experiências renovadoras no sentido antes mencionado. Em outros textos já procurei refletir sobre a formação metodológica de investigadores a partir de concepções e fundamentos de natureza epistemológica e metodológica relativas ao fazer científico³. Aqui, tenho a intenção de agregar alguns elementos a esses esforços com foco específico nas experiências de Iniciação Científica. Procuro, também, ampliar a reflexão no sentido de pensar esses processos formativos em conexão com o desenvolvimento do cientista também numa perspectiva cidadã. O primeiro ponto que se afigura no horizonte dessa reflexão é relativo à necessidade de “problematizar a prática formativa”. Que significa formar em Iniciação Científica? Que fundamentos orientam nossos desenhos de inserção dos aprendizes em Ciência e como se incorporam nas atividades concretas que planejamos e realizamos com esses aprendizes? Enfrentar essa questão é um labor complexo que demanda, entre outras coisas, investir na construção de pressupostos

2 O grupo de pesquisa Processocom trabalha na fundamentação, construção e sistematização de investigações científicas na área das Ciências Sociais Aplicadas e, mais especificamente, em Comunicação. Tem como linha central a formação de pesquisadores numa perspectiva transformadora e explora, em termos metodológicos, uma epistemologia crítica que busca articular sabedorias milenares com estratégias inovadoras para a resolução de problemas de relevância social histórica e política. Está vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos, São Leopoldo, Rio Grande do Sul. Disponível em: <http://processocom.org/?page_id=2428>. Acesso em: 16 mai. 2015.

3 Tais reflexões estão sistematizadas em Bonin (2011, 2012).

teóricos que orientam a prática formativa, pois mesmo a prática desinformada encarna concepções educativas.

Para fins do exercício reflexivo que realizo neste texto, revisitei uma das obras do educador Paulo Freire, na qual ele argumenta que a educação é sempre diretiva. Logo, investir nos alicerces teóricos de nossas práticas significa construir bases para a sua compreensão crítica e para sua projeção, para o domínio consciente dessa diretividade de que fala Freire (1987). A necessidade de domínio consciente dos processos metodológicos na investigação, proposição que tenho trabalhado em reflexões sobre a metodologia na pesquisa⁴ corresponde, aqui, à ideia do necessário domínio dos pressupostos com os quais operamos para pensar e realizar a formação dos estudantes. Esse domínio deve nos ajudar a desenhar e concretizar métodos que, encarnando de modo mais consciente essas concepções, também acolham especificidades dos educadores e dos educandos no contexto em que se realiza essa prática, necessidade que vivenciamos dia a dia em nossas experiências. Então, também nesse domínio, precisamos desenvolver a reflexão epistemológica e teórica das práticas educativas, empreitada que educadores e educandos podem partilhar no processo formativo.

Esse desafio, penso, demanda-nos trabalhar alguns pressupostos relacionados à concepção educativa das práticas formativas de Iniciação Científica. Assumido com radicalidade, nos leva a estabelecer diálogos com saberes de outros campos disciplinares – entre eles o campo da educação; também nos convida a levar em

4 Essa ideia aparece desenvolvida em Bonin (2011, 2012) e se ampara, entre outros fundamentos, na noção bachelardiana de necessidade de reflexão epistemológica na prática científica para seu domínio e para evitar os obstáculos que se afiguram à construção de um conhecimento científico aprofundado (Bachelard, 1977, 2002). Inspira-se, também, nas reflexões de Bourdieu e colaboradores (2004), Lopes (2005, 2006) e Mills (1975).

conta outros saberes culturais sobre os processos formativos que nos possam ajudar, questão que emerge no âmbito de certas propostas epistêmicas críticas que reconhecem o valor gnosiológico de saberes esclarecidos desenvolvidos em culturas diversas e os quais uma ciência prudente deve considerar.⁵ Assinalado esse desafio – cuja magnitude transcende em muito as pretensões deste texto –, proponho-me a tarefa, neste momento, de trazer alguns elementos para pensar a prática formativa na Iniciação Científica a partir da recolha e da reflexão de algumas contribuições relativas à problemática da educação, da cidadania e de pensamentos epistêmicos críticos, tendo como horizonte concreto para pensar experiências que temos desenvolvido no grupo de pesquisa Processocom e em projetos que tenho coordenado nos últimos anos, que incluem a formação em Iniciação Científica.

Pressupostos educativos para pensar a Iniciação Científica

Para pensar algumas concepções relevantes relativas ao processo educativo, revisito aqui algumas propostas de Paulo Freire.⁶ O processo de formação, na proposta freireana, não pode se dar numa linha de educação bancária, aquela caracterizada por uma relação entre um sujeito detentor do conhecimento e um sujeito/objeto depositário do mesmo, e pela transferência de conteúdos estatica-

5 É o caso da proposta de Santos (2010) e de Maldonado (2011, 2013) na linha da perspectiva transmetodológica. Essa concepção será desenvolvida mais adiante no texto.

6 As concepções do educador que desenvolvo nesse item foram recuperadas da obra *Pedagogia do oprimido* (Freire, 1987).

mente ingeridos por esse sujeito/objeto. Ensinar, numa perspectiva formativa crítica, implica “[...] criar as possibilidades para que o sujeito aprendiz participe da própria produção e construção do conhecimento.” O processo de formação deve levar os educandos a se transformarem em reais sujeitos da construção e reconstrução do ensinado. Implica educar, portanto, para a autonomia progressiva desse sujeito aprendiz. No processo assim pensado, educador e educando são sujeitos do processo formativo, com todas as implicações que isso traz em termos de responsabilidades, direitos, deveres e agência (ou ação). A prática educativa, na concepção crítica desse educador, deve ser pensada como lugar de formação multidimensional dos sujeitos. Formação essa que é gnosiológica, científica/acadêmica, mas também cultural, estética, ética, histórica e política, entre outras dimensões.

A formação, pensada na linha freireana, precisa incorporar a reflexão sobre a consciência do inacabamento humano. Se o inacabamento é um fenômeno próprio da experiência vital, entre os seres humanos essa é uma característica que se torna consciente e deve ser assumida no processo formativo. Quando nos reconhecemos como seres inacabados, a formação tem que ser assumida como um processo permanente.

Assumir essa característica de seres inacabados implicará, dentro de um processo de formação crítica, reconhecer que somos seres condicionados, mas também inacabados e que, portanto, podemos ir além. Essa é a diferença profunda entre um ser condicionado e um ser determinado, diz Freire (1987). Isso implicará reconhecer que as condições materiais, econômicas, sociais, políticas, culturais e ideológicas em que nos achamos nos condicionam, mas esses condicionamentos podem ser superados. No mundo humano, nada está dado como certo, nada é irrevogável. É necessário, então,

desenvolver conhecimento crítico dessas condições e desses obstáculos para poder trabalhar pela sua superação.

A capacidade de aprender, não apenas para nos adaptarmos ao mundo, mas para transformar a realidade, para nela intervir, recriando-a, requer uma educação que se diferencie do mero adestramento. Uma das vantagens do ser humano é sua capacidade de ir além dos seus condicionantes.

A pedagogia crítica de Freire marca a necessidade do respeito à autonomia e à dignidade de cada educando; de levar em conta sua curiosidade, seu gosto estético, sua inquietude, sua linguagem e, através do diálogo, a necessidade de estimular a consciência crítica e a capacidade criadora. O “diálogo” é componente fundamental do processo formativo. Educadores e educandos vão construindo, através do diálogo, o conhecimento do objeto e, simultaneamente, se construindo no processo formativo.

A formação deve, ainda, desenvolver nos educandos a rigurosidade metodológica com que devem aproximar-se dos objetos cognoscíveis. Deve articular teoria ao concreto. Conhecer o conhecimento existente e produzir novos conhecimentos faz parte do ciclo gnosiológico.

Do pensamento de Freire (1987) recolhemos subsídios relevantes para pensar as práticas de formação em Iniciação Científica. Em sua concepção e realização, é necessário construir um processo pedagógico que considere as potencialidades, as possibilidades, as competências e os talentos dos sujeitos aprendizes, que as aproveite e as potencialize. O diálogo deve ser um elemento fundante em processos formativos em pesquisa. É preciso criar condições para que os aprendizes possam ser sujeitos da construção e reconstrução do ensinado, de modo a desenvolver uma progressiva autonomia no processo formativo. A formação científica dos pesquisadores aprendizes

não pode reduzir-se à dimensão interna da lógica científica, ainda que esta seja crucial. É necessário pensar um processo formativo que abarque dimensões éticas, políticas, filosóficas, estéticas entre outras. Os processos devem possibilitar, também, o reconhecimento dos condicionamentos e das possibilidades de agência dos sujeitos; permitir o desenvolvimento da capacidade de pensar e também de incidir sobre as realidades investigadas, de recriá-las.

Proposições como a de Mills (1975), que pensa a pesquisa como ofício artesanal, o trabalho científico como espaço de constituição do homem e do sentido da vida que, portanto, não pode ser concebido em perspectiva fabril, de alienação, também nos ajudam a pensar essa formação em Iniciação Científica que deve desenvolver o domínio do processo e do produto do trabalho do aprendiz em ciência.

Sobre a necessidade de formação científica em perspectiva cidadã

O aprendizado em Iniciação Científica, pensado desde uma perspectiva crítica, deve visar também à formação do sujeito relativa ao seu papel e ao seu lugar no mundo – acadêmico e social mais amplo. Isso reforça a necessidade de que essa experiência formativa inclua dimensões éticas e políticas. Nesse sentido, considero que a noção de “cidadania” é produtiva para fundamentar a constituição de um horizonte educativo que vise formar os sujeitos para a promoção e para o exercício da cidadania – no âmbito da sociedade e também no campo científico.

A proposta de Cortina (2005) traz elementos interessantes para pensarmos na necessidade de considerar a questão da educação quando falamos em cidadania, particularmente quando ela reflete sobre a necessidade de educar para os valores cívicos, ou para

os valores que compõem uma ética cívica. Como argumenta Cortina (2005), aprendemos a ser cidadãos.

Em sua contribuição, essa autora trabalha a necessidade de formar para valores fundantes da cidadania, como liberdade, igualdade, solidariedade, respeito ativo e diálogo. Liberdade no sentido de que os sujeitos aprendam a ser donos de si mesmos e, ao mesmo tempo, a ser solidários a partir do domínio de si e não da obediência; como participação na vida pública, direito a tomar parte nas decisões comuns, a deliberar conjuntamente sobre possíveis opções; como afirmação do direito à individualidade no ser com os outros; também como autonomia no sentido de ir construindo um pensamento próprio, sabendo discernir o que humaniza e o que não o faz, aprendendo a incorporar isso na vida cotidiana – perspectiva também presente na pedagogia freireana. Igualdade pensada em termos da apreensão profunda da noção de que todas as pessoas são iguais em dignidade e de luta por essa máxima e pela assunção de responsabilidades também em uma cidadania social ativa. “Respeito ativo” como respeito às diferenças, mas também interesse positivo em compreender seus projetos, em ajudá-los a levar adiante, desde que representem um ponto de vista moral aceitável. Solidariedade como valor que tem de se encarnar não apenas em termos grupais – dos grupos de interesse –, mas num sentido universal. Por fim, disposição para resolver os problemas comuns através do diálogo, na perspectiva de busca cooperativa do verdadeiro e do justo, configurado por uma ética discursiva.

A necessidade de formação da Iniciação Científica em perspectiva cidadã também encontra fundamento nas reflexões sobre a ciência a partir de “epistemologias críticas” contemporâneas que repensam a episteme científica que norteou a ciência moderna. Essa linha reconhece que as reflexões e a prática científica devem incluir a

interrogação sobre a responsabilidade social dos cientistas e demais envolvidos nas práticas científicas, a preocupação com a função social e com a avaliação das consequências que os resultados das pesquisas podem ter sobre a sociedade e o futuro da humanidade. Reivindica, portanto, a consideração dos condicionamentos sociais da ciência e dos pesquisadores, dos fins da ciência e de seus produtos, das relações que estabelece com as realidades nas quais se insere, do pesquisador enquanto sujeito produtor e agente, entre outros aspectos, como parte da episteme científica (Japiassu, 1992; Santos, 2010).

Outro ponto objeto de reflexão das vertentes críticas é referente à relação da ciência com o senso comum, que já não pode ser pensada em termos da ruptura epistemológica bachelardiana meramente.⁷ O questionamento relativo à expulsão de outras epistemes e o reconhecimento de que não somente a ciência desenvolveu explicações e conhecimentos transcendentais sobre o mundo levam à reavaliação das relações ciência-senso comum. O diálogo e os intercâmbios com os sentidos esclarecidos e as sabedorias milenares são vistos como necessários para a superação de visões redutoras e para a construção de um conhecimento prudente que contribua para a criação de condições de vida melhores para todos (Maldonado, 2011, 2013; Santos, 2010). A reflexão sobre a cidadania científica empreendida por Maldonado (2011) também nos oferece elementos instigantes para pensar a questão da formação em Iniciação Científica. Entre outros aspectos, o autor propõe que a construção

7 Bachelard (1977), ao refletir sobre a episteme que rege os avanços das Ciências, particularmente as físicas e químicas, e em polêmica contra o positivismo, afirma que a ciência constrói seu objeto a partir da ruptura com o senso comum e da adoção de uma perspectiva teórica; fecundada pela confluência profunda com o polo empírico, essa construção pode construir uma mentalidade abstrato-concreta capaz de levar a um conhecimento aprofundado. Essa compreensão está presente também no trabalho de Bourdieu e colaboradores (2004).

da cidadania científica deve levar à problematização dos interesses e poderes que se expressam nas instituições e agentes do campo científico; deve pautar-se pelo desenvolvimento de pensamentos e projetos que permitam construções investigativas, educativas, acadêmicas, e políticas renovadas; como práxis humana, deve constituir-se e nutrir-se de culturas inventivas e de vida cooperativa que permitam aos sujeitos construir relações produtivas que beneficiem os coletivos e as sociedades em que se inserem. O exercício da cidadania científica deve colaborar para a transformação das estruturas, instituições e culturas científicas para que se tornem espaços de renovação do mundo em bases cidadãs. A cidadania científica deve assumir a luta contra o positivismo⁸ e, para isso, precisa embasar-se numa concepção epistêmica transmetodológica que possibilite o desenvolvimento de “[...] culturas de *experimentação heurística, conhecimento, informação e transformação.*” (Maldonado, 2011, p. 13, grifo do autor). A pesquisa precisa ser assumida como eixo central de aprendizado e esse deve constituir-se em experiências educativas renovadoras. A construção de experiências de Iniciação Científica que levem em conta essas perspectivas exige, portanto, pensar de modo renovado a formação de cientistas. A crise da ciência moderna e de certos paradigmas sinaliza que está em cheque, também, certo tipo de formação científica a ela vinculada; formação essa que expulsou as questões sobre o seu sentido e seu lugar no

8 Nessa linha, Maldonado (2011, p. 10), ao refletir sobre a cidadania científica, marca a necessidade de romper epistemologicamente com o positivismo que, a despeito de avanços científicos que brindou, “[...] gerou a negação sistemática e profunda de outras epistemologias, lógicas e modelos de produção de conhecimentos, orientando-se para uma atividade produtiva profundamente condicionada pelos interesses do lucro e do lucro maximizado (fundamentalismo de mercado).”

mundo e sobre a responsabilidade social dos cientistas em relação a esse sentido e lugar.

A investigação como eixo central na formação em Iniciação Científica e o papel dos grupos de pesquisa

A pesquisa – pensada simultaneamente como espaço de produção de conhecimentos e de formação de sujeitos numa linha epistêmica crítica e de desenvolvimento de cidadania – torna-se um cenário privilegiado para a formação em Iniciação Científica na perspectiva que estamos pensando. Essa possibilidade se fortalece quando a pesquisa é concebida, planejada, realizada e vivenciada como:

- labor que se descortina criticamente ao aprendiz a partir de processos coletivos pautados por relações dialógicas e que articulam complexamente dimensões epistemológicas, teóricas, metódicas e técnicas;
- cenário de experimentação, de cultivo e de construção de culturas colaborativas em trabalho coletivo que também abre espaço para os sujeitos, valoriza seus talentos, sua criatividade e seus saberes;
- lugar de expressão e de experimentação de lógicas diversas que podem confluír na produção do conhecimento;
- práxis que se constitui em vinculação com as realidades do campo científico e dos contextos concretos, como lugar de conhecimentos críticos sobre as realidades comunicativas de nossos contextos e como elemento fundamentador de intervenção, de ação no mundo; em que

as relações com sujeitos do mundo social são pensadas em sua complexidade de sujeitos também produtores de conhecimentos;

- espaço de reconhecimento e de diálogo com saberes esclarecidos constituídos nas vivências, trajetórias e lutas de culturas e sujeitos do mundo social.

Uma formação em Iniciação Científica nesses termos precisa nutrir-se e realizar-se em configurações de trabalho coletivo, nas quais podem ser encarnados vários desses pressupostos e lógicas formativas. Pensados em termos de sua função educativa, os grupos de pesquisa podem ser um espaço privilegiado para esse tipo de formação. Podem representar um lugar fecundo de aprendizado, vivência e constituição de culturas de pesquisa renovadas e renovadoras, da formação epistemológica, teórica e metodológica reflexivas, problematizadoras e críticas a partir de desenhos de ações formativas que vinculem teoria e empiria, reflexões e práticas e que incluam dimensões epistêmicas, vivenciais, políticas, filosóficas, éticas, históricas, artísticas e humanas.

Referências

BACHELARD, Gaston. **A formação do espírito científico**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.

_____. **Epistemologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.

BONIN, Jiani Adriana. Reflexões sobre a formação metodológica na orientação de projetos de pesquisa em comunicação. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, v. 9, p. 36-45, 2012. Disponível em: <<http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/471>>. Acesso em: 16 abr. 2015.

_____. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: MALDONADO, Alberto Efendy (Org.). **Metodologias da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 19-42.

BOURDIEU, Pierre et al. **Ofício de sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. São Paulo: Loyola, 2005.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

JAPIASSU, Hilton. **Introdução ao pensamento epistemológico**. 7. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1992.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. O campo da comunicação: sua constituição, desafios e dilemas. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 30, p. 16-30, ago. 2006.

_____. **Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico**. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

MALDONADO, Alberto Efendy Gómez de la Torre. A construção da cidadania científica como premissa de transformação sociocultural na contemporaneidade. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 20., Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: Compós, 2011.

_____. A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI. In: MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiani Adriana; ROSÁRIO, Nísia Martins (Org.). **Perspectivas metodológicas em Comunicação: novos desafios na prática investigativa**. 2. ed. Salamanca: Comunicación Social, 2013. v. 1. p. 17-45.

MILLS, Charles Wright. Do artesanato intelectual. In: _____. **A imaginação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975. p. 211-243.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Um discurso sobre as ciências**. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

Sobre os autores

Organizadores

Ilka Goldschmidt

Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) (1991), com especialização em Metodologia do Ensino Superior em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp) (1996) e mestrado em Comunicação Social também pela Umesp (1998). Atua como professora nos cursos de Jornalismo e Produção Audiovisual da Unochapecó, especialmente nas disciplinas de Telejornalismo I, II, III; Documentários; Trabalhos de Conclusão de Curso I e II; Produção Executiva; e Produção para a TV. De 2007 a 2013 coordenou o projeto de extensão “Documentário e Comunidade – uma história que vai virar filme”. De 2009 a 2015 coordenou o Núcleo de Iniciação Científica em Mídia Cidadã. Coordenou os cursos de Jornalismo e Produção Audiovisual. Possui experiência em pesquisa na área da comunicação, com ênfase em temas como televisão, telejornalismo, fluxo de informação, produção audiovisual, documentário, mídia cidadã e estudos de recepção. É documentarista.

Mariângela Torrescasana

Graduada em Letras – Faculdades Unidas de Bagé (1985) – e em Comunicação Social (Jornalismo) pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) (1980). Possui mestrado interinstitucional em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) (1999). Trabalhou

como professora nos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Produção Audiovisual da Unochapecó. Coordenou, de 2007 a 2013, o projeto de extensão “Rádio Comunitária – uma história que vai virar filme”. Participou, como pesquisadora, do Núcleo de Iniciação Científica em Mídia Cidadã; coordenou o Curso de Jornalismo, assumiu a função de Vice-Diretora da Área de Ciências Sociais Aplicadas e integrou o grupo de pesquisa Comunicação e Processos Socioculturais da Unochapecó. Tem experiência na área de Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: práticas jornalísticas – experimentação; oratória – desinibição e falar em público; documentário – memória da mídia – meio ambiente e cidadania; mídia cidadã – rádio comunitária – movimentos sociais democratização da comunicação.

Colaboradores

Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre

Cientista na área de Ciências Sociais Aplicadas – Comunicação. Professor titular (Catedrático) do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCC-Unisinos: doutorado e mestrado). Investigador/Consultor/Coordenador de Projetos (CAPES-CNPq-MECD-FAPESP-CIESPAL-SENESCYT-FAPERGS). Investigador Prometeo, Nível 1-SENESCYT-CIESPAL (2014-2015). Catedrático titular: Cátedra Armand Mattelart – CIESPAL (2016-). Membro do Colégio de Brazilianistas – INTERCOM (2015-). Pós-Doutorado em Comunicação, Universidade Autônoma de Barcelona (2004-2005). Doutor em Ciências da Comunicação (USP) (1999). Prêmio Honra ao Mérito em Investigação da Cátedra UNESCO-UMESP-SP – 2006 (pelo conjunto da obra sobre América Latina). Investigador de problemáticas epistemológicas, teóricas e metodológicas focadas na produ-

ção de conhecimento estratégico para a transformação da América Latina. Autor e organizador de obras de referência sobre investigação teórica e epistemológica em comunicação e em suas vertentes constitutivas. Coordenador do grupo de pesquisa Processocom (CNPq 2002-2017). Coordenador-geral da Rede Temática (AMLAT-CNPq) Comunicação, Cidadania, Educação e Integração na América Latina 2009-2017. Ministra cursos, seminários, disciplinas e oficinas experimentais sobre epistemologia, metodologias transformadoras e transmetodologia.

Aline Dilkin

Graduada em Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) (2010), especialista em Comunicação Integrada (2013) e em Design e Gestão da Marca: Branding (2016) pela mesma universidade. Atuou como jornalista na Agência de Comunicação Integrada (ACIN Jornalismo) da Unochapecó de 2011 a 2017. É assessora e cerimonialista de eventos sociais. Possui experiência na área de comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: rádio, educação, comunicação, escola, edição, webjornalismo e jornalismo digital.

Ana Carolina de Assis Marinho da Silva

Pós-graduada em Comunicação e Marketing Político pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó). Jornalista pela Unochapecó. Atuou como bolsista de Iniciação Científica PIBIC/CNPq. Realiza pesquisas nas áreas de estudos culturais, política, discurso midiático, consumo midiático e gênero.

Ana Paula Bourscheid

Mestra em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Jornalista formada pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó). Foi bolsista do Núcleo de Pesquisas em Mídia Cidadã da Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó). Tem experiência como jornalista.

Angélica Dezem

Graduada em Jornalismo pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) (2018). Atualmente é pós-graduanda em Marketing Digital pelo Centro Universitário Leonardo da Vinci (Uniaselvi). Bolsista do Núcleo de Iniciação Científica em Mídia Cidadã e membro do grupo de pesquisa “Mídias Sociais – Hábitos de consumo de mídia pelos estudantes de Jornalismo da Unochapecó” (2016). Participou do projeto de extensão “Projeto Rondon – Operação Serra do Cachimbo” (2017). Foi repórter na Agência de Comunicação Integrada de Jornalismo (ACIN), na Unochapecó. Atualmente trabalha como assessora de imprensa na agência Ahazô Mkt & Eventos.

Angélica Lüersen

Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UFSM, linha “Mídia e Estratégias Comunicacionais”. Especialista em Docência na Educação Superior pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó). É coordenadora do curso de Jornalismo Unochapecó. Atua como professora nos cursos de Jornalismo, Produção Audiovisual e Artes Visuais (Unochapecó). É líder do grupo de pesquisa Comunicação e Processos Socioculturais e membro do Fogueira: Grupo de Estudos e Pesquisa

de Gênero. Integra os conselhos Municipal e Estadual dos Direitos da Mulher. É fotojornalista *freelancer*.

Carolina Boufleuer Florêncio

Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) (2015). Durante a graduação realizou estágio na UnowebTV, canal de TV da Unochapecó (2014) e na Epifania Filmes (2015). Atuou como bolsista de extensão do projeto Cine Uno Itinerante, onde participou da organização de exposições de cinema e de oficina de sensibilização audiovisual em projeto social de Chapecó (2015).

Cassio Dal Ponte

Graduado em Jornalismo pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) (2014). É mestrando em Comunicação Social pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e membro do Núcleo de Estudos em Ficção Seriada (Nefics), na linha “Comunicação e Formações Socioculturais”. Integrou o Núcleo de Pesquisa em Mídia Cidadã da Unochapecó, onde foi bolsista de iniciação científica da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (Fapesc) (2011-2012). Na mesma instituição, foi bolsista de extensão nos projetos “Documentário e Comunidade: uma história que vai virar filme” e “Rádio Comunitária e Cidadã” (2011-2014). Atualmente trabalha como técnico em audiovisual no Instituto Federal do Paraná (IFPR) campus Curitiba, onde integra o colegiado do curso Técnico de Produção em Áudio e Vídeo.

Dafne Reis Pedroso da Silva

Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2013), com doutorado sanduíche no Institut de recherche sur le cinéma et l’audiovisuel – Sorbonne Nou-

velle – Paris III (bolsa Capes PDSE 2012). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2009) e especialista em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (2006). Bacharel em Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) também pela Universidade Federal de Santa Maria (2004), com período de intercâmbio estudantil na Escuela de Ciencias de la Información – Universidad Nacional de Córdoba (bolsa AUGM 2003). Possui experiência em pesquisa na área da Comunicação, atuando nos seguintes temas: produção, recepção e consumo de cinema, metodologias de pesquisa em comunicação, oficinas de capacitação audiovisual, itinerâncias e cineclubismo. Atualmente, é coordenadora do curso superior de Tecnologia em Produção Audiovisual e da especialização em Cinema e Realização Audiovisual, professora titular dos cursos de Produção Audiovisual, Design de Moda, Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Unochapecó.

Daniel Mendes Moreira

Graduado em Jornalismo pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) (2015). É especialista em Televisão e Convergência Digital pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) (2018). Foi bolsista de Iniciação Científica nos projetos: Memória da Publicidade e Propaganda na região de Chapecó e Mídia Cidadã e no projeto de extensão “Documentário e Comunidade: uma história que vai virar filme”.

Daniela da Silva

Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) (2015). Atualmente é mestrandista em Educação pela mesma instituição e bolsista Capes/PROSUC. Membro do grupo de pesquisa “Desigualdades sociais, diversidades socioculturais e práticas educativas”, na linha “Educação, diversi-

dades socioculturais e organizações sociais”. Foi repórter e apresentadora do Universo Uno, na TV universitária da Unochapecó, a UnowebTV (2012-2014), e bolsista de extensão pelo projeto Cine Uno Itinerante (2015).

Danilo Alves Balen

Graduado em Jornalismo pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) (2014). Durante o período da graduação, atuou como bolsista do projeto de extensão Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP), onde participou da criação e organização de importantes associações de Chapecó. Foi bolsista do Núcleo de Iniciação Científica em Mídia Cidadã entre 2012 e 2013.

Jiani Adriana Bonin

Professora e pesquisadora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), atuando na linha de pesquisa Cultura, cidadania e tecnologias da comunicação. Realizou pós-doutorado junto ao Programa de Estudios en Comunicación y Ciudadanía, do Centro de Estudios Avanzados da Universidad Nacional de Córdoba (2009), e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2001). É co-coordenadora do Grupo de Pesquisa Processocom. Foi professora visitante da Universidade Autônoma de Barcelona (UAB-Espanha) em 2005 e 2007, no Departamento de Publicidad y Comunicación Audiovisual, e integrou a equipe do Programa Acadêmico de Cooperação Internacional Brasil-Espanha (Unisinos-UAB). É pesquisadora participante da Rede Temática AMLAT, Comunicação, Cidadania, Educação e Integração na América Latina. Foi coordenadora do projeto Publicidade, propaganda, alteridade e cidadania: estratégias transmetodológicas de análise da diversidade nos contextos de mudança econômica e social do Brasil e da

Espanha (Capes-DGPU, 2015, 2016). Pesquisa problemáticas relacionadas a processos midiáticos, com foco em recepção midiática; comunicação, cultura e cidadania; mídia e identidades culturais; mídia e memórias; e metodologias de pesquisa em comunicação.

Kaehryan Alyssa Fauth

Graduada em Jornalismo pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), na qual concluiu também, em 2014, especialização em Jornalismo e Convergências Midiáticas. Na área acadêmica, desenvolveu projetos na área de mídia cidadã, comunicação comunitária e novas mídias – *web journalism*. Com oito anos de experiência na área de produção jornalística, elaboração de boletins diários e mídias sociais, estagiou no projeto nacional e interdisciplinar da área da saúde, Pró-Saúde e, atualmente, trabalha na agência MB Comunicação, de Chapecó, como analista de comunicação e coordenadora de mídias sociais. Atuou como docente da disciplina de Fotografia na Unoesc Chapecó, em 2016, e, a partir de 2015, como palestrante para os cursos de Comunicação da Celer Faculdades e da Unochapecó, com ênfase em temas como mídias sociais e novas perspectivas de comunicação no jornalismo.

Marcello Monteiro Gabbay

Doutor e mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com estágio sanduíche na Université Paris-Descartes (Sorbonne V). É autor do livro *Comunicação poética e música popular: uma história do carimbo no Marajó* (Appris, 2017) e de dezenas de artigos publicados no Brasil, na América Latina e na Europa. Especialista em Musicoterapia Preventiva e Social pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU), atuando como músico e compositor. Membro do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC) da UFRJ.

Mirian Cruz

Graduada em Jornalismo pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó). Foi repórter e editora de política nos jornais Diário do Iguazu e Voz do Oeste. Atuou como assessora de comunicação parlamentar da Assembleia Legislativa de Santa Catarina. Foi bolsista do Núcleo de Pesquisas em Mídia Cidadã da Unochapecó. Atualmente trabalha com estratégia em Social Media em *marketing* político e comercial.

Raquel Paiva

Graduada em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) (1981), especialização em Taller de Post-Grado pelo Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (1985), aperfeiçoamento em Latin America Electronic Media pela Arizona State University (1985), mestrado em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) (1991), doutorado em Comunicação pela UFRJ (1997) e pós-doutorado pela Università degli Studi di Torino (Itália). Atualmente, é professora titular da Escola de Comunicação da UFRJ. Tem experiência na área de comunicação, com ênfase em teoria crítica da comunicação, trabalhando com temas relacionados à comunicação comunitária, leitura crítica da mídia, educação, cidadania, política e representação de minorias, cidade e mobilidade urbana. Foi vencedora do Prêmio Luiz Beltrão, na categoria liderança emergente, em 2005, coordenadora do PPGCOM da UFRJ entre 2001 e 2003, membro da diretoria da Compós (2001-2003) e da diretoria da Intercom (2005-2008). É pesquisadora 1A do CNPq e coordena o Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária. Preside o Instituto Nacional de Estudos em Comunicação Comunitária (INPECC). É autora e organizadora de mais de vinte livros,

entre eles: *Política: palavra feminina* (MauadX, 2008), *O retorno da comunidade: novos caminhos do social* (MauadX, 2007), *Cidade dos Artistas* (MauadX, 2004) e *O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo* (MauadX, 1998).

Suellen Santin

Graduada em Jornalismo pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) (2012), com especialização em Jornalismo e Convergência Midiática pela mesma instituição (2015). Foi bolsista de extensão pelo projeto “Documentário e Comunidade: uma história que vai virar filme” (2010-2011). Trabalhou como revisora e repórter no jornal Diário do Iguazu (2013-2016). Atua como assessora de imprensa no Sindicato dos Bancários de Chapecó e região e fotógrafa *freelancer*.

Valéria Marcondes

Mestre (2006) e doutora (2011) em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), período em que pesquisou as transformações sociais no espaço público midiático e os usos das tecnologias em processos de participação popular no Brasil e Espanha. Pós-doutora pela Universidade do Minho (Braga, Portugal) (2017), analisou os olhares sobre os “outros” no imaginário midiático. Jornalista *freelancer*, docente na Celer Faculdades, investiga as representações jornalísticas sobre os refugiados e imigrantes. Teoricamente, vincula-se aos estudos culturais, estudos em jornalismo e filosofia da comunicação.

Vinicius Bordignon Scalcon

Graduado em Jornalismo na Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó). Foi bolsista do Núcleo de Iniciação Cien-

tífica em Mídia Cidadã entre 2011 e 2012 e comunicador da rádio comunitária “A Voz do Povo”, de Quilombo (SC).

Argos Editora da UnoChapecó
www.unochapeco.edu.br/argos
www.facebook.com/EditoraArgos

Título: Mídia e cidadania: complexidades, impasses e desafios

Organizadoras: Ilka Goldschmidt e Mariângela Torrescasana

Colaboradores: Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre, Aline Dilkin, Ana Carolina de Assis Marinho da Silva, Ana Paula Bourscheid, Angélica Dezem, Angélica Lüersen, Ariane Pereira, Carolina Boufleuer Florêncio, Cassio Dal Ponte, Dafne Reis Pedroso da Silva, Daniel Mendes Moreira, Daniela da Silva, Danilo Alves Balen, Jiani Adriana Bonin, Kaehryan Alyssa Fauth, Marcello Monteiro Gabbay, Mirian Cruz, Raquel Paiva, Suellen Santin, Valéria Marcondes, Vinicius Bordignon Scalcon

Coleção: Perspectivas, n. 23

Coordenadora: Rosane Natalina Meneghetti Silveira

Assistente editorial: Caroline Kirschner

Assistente comercial: Luana Paula Biazus

Editor de textos: Carlos Pace Dori

Divulgação: Renan Zimmer de Almeida

Distribuição e vendas: Luana Paula Biazus e Vítor Emanuel Sparremberger

Projeto gráfico: Caroline Kirschner

Capa: Caroline Kirschner

Diagramação: Caroline Kirschner

Preparação dos originais: Emanuelle Pilger Mittmann

Revisão: Emanuelle Pilger Mittmann

Formato: PDF

Publicação: 2018