

CICILIA PERUZZO E AS VOZES DAS CLASSES SUBALTERNAS DA AMÉRICA LATINA

CICILIA PERUZZO Y LAS VOCES DE LAS CLASES SUBALTERNAS DE AMÉRICA LATINA

CICILIA PERUZZO AND THE VOICES OF THE SUBALTERN CLASSES FROM LATIN AMERICA

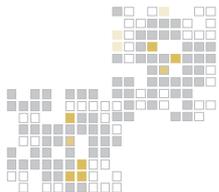


■ Cicilia Peruzzo

Possui graduação em Comunicação Social pela Faculdade de Comunicação Social Anhembí, mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo e pós-doutorado pela Universidad Nacional Autónoma de México. Atualmente é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista

de São Paulo. Pesquisadora da área da Comunicação nas linhas popular, comunitária, alternativa e mídia local, além de Relações Públicas, na perspectiva crítica e dos movimentos sociais. Foi coordenadora do Grupo de Trabalho Comunicação e Culturas Populares da Intercom, do Grupo de Trabalho Comunicación Popular, Comunitária y Ciudadanía da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) e do GT Comunicação e Cidadania da Associação Brasileira de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Coordena o Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local (COMUNI) e o Grupo de Pesquisa Comunicação, Responsabilidade Social e Cidadania (Abrapcorp). Pesquisadora PQ 1C.

■ E-mail: kperuzzo@uol.com.br



■ Por Alexandre Barbosa

Professor da ECA-USP e coordenador de Jornalismo da Uninove (SP, Brasil) e pesquisador do Centro de Estudos Latino-americanos sobre Comunicação e Cultura (Celacc-USP). Jornalista (UMESP, 1997), especialista em jornalismo internacional (PUC-SP, 2000), Mestre em Jornalismo Comparado (ECA-USP, 2005), Doutor em ciências da Comunicação (ECA-USP, 2013), é pesquisador da comunicação e cultura popular da América Latina.

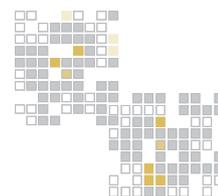
■ E-mail: prof.alexandrebarbosa@gmail.com

Nas apresentações dos grupos de pesquisa e nos artigos sobre Comunicação Comunitária, Popular, Cidadania e Movimentos Populares ela é uma das autoras mais citadas. Cílicia M. Krohling Peruzzo, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo é a referência latino-americana nas pesquisas destas áreas. Sua carreira comprova o porquê tantos pesquisadores latino-americanos se baseiam nela. Graduada em Comunicação Social pela Universidade Anhembi (SP), mestre em Comunicação Social pela UMEESP, doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, tem pós-doutorado pela Universidad Autónoma de México.

Orientadora de mais de 75 pesquisas de mestrado e doutorado, autora dos livros “Relações públicas no modo de produção capitalista” (4ª ed., 2004, Summus Editora), “Comunicação nos movimentos populares (4ª reimpressão, 2005, Editora Vozes) e “Televisão comunitária” (2007, Editora Mauad), tem artigos publicados em diversas revistas científicas, além de ter participado em cerca de 200 conferências em universidades brasileiras e internacionais.

Foi coordenadora do Grupo de Trabalho Comunicação e Culturas Populares da Intercom, do Grupo de Trabajo Comunicación Popular, Comunitária y Ciudadanía da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) e do GT Comunicação e Cidadania da Associação Brasileira de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Coordena o Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local (COMUNI) e o Grupo de Pesquisa Comunicação, Responsabilidade Social e Cidadania (Abrapcorp), outra área de sua atuação em que pesquisa Relações Públicas no Terceiro Setor, na perspectiva crítica e dos movimentos sociais. É coordenadora do Programa de Pós-Doutorado em Comunicação, Cidadania e Região mantido pela Cátedra Unesco-Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional e pela Cátedra Gestão de Cidades. Desde 2012, também é coordenadora do Fórum de Publicações e Difusão do Conhecimento da Confederação de Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação.

Nesta entrevista, Cílicia explica alguns dos principais pontos de sua obra e os relaciona com o contexto latino-americano dos últimos três anos. Ouvir as teses da professora ajuda a compreender os motivos que podem tornar 2016 um ano tão decisivo para a comunicação popular latino-americana como foram 1967-1968.



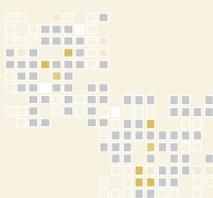
A senhora é uma das autoras mais importantes e mais citadas quando o assunto é comunicação popular na América Latina. Quais são as suas principais referências?

Imagino que sua primeira frase se refira ao contexto brasileiro atual, porque em outros países da América Latina esse papel cabe a outros autores, inclusive, a aqueles que tanto me inspiraram. Sobre as principais referências, é uma pergunta difícil de ter uma resposta precisa. As referências vêm de muitos lados e num percurso crescente. Mas a base delas tem relação com a compreensão das estruturas constitutivas da sociedade capitalista que desenvolvi lendo *O Capital*, de Karl Marx, com a ajuda de Octavio Ianni, de quem fui aluna na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Na mesma universidade, Luiz Eduardo Wanderley me apresentou Antonio Gramsci, cujas ideias me fizeram ver que os *blocos históricos* não são monolíticos, pelo menos não por todo o tempo, e que as contradições e os conflitos engendram forças contra hegemônicas em busca do novo, em busca da transformação social. Essas forças podem se circunscrever dentro de um bloco histórico ou pretender formar um novo bloco histórico, dependendo da conjuntura e das relações de força e da capacidade de hegemonia. Ainda nessa universidade, embora apenas como aluna especial - pois na época eu era aluna regular do Mestrado em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo -, tive a oportunidade ímpar de ser aluna de Paulo Freire, autor e obra que muito marcaram minha visão acadêmica na perspectiva da democracia e da participação. Então, foi só juntar as coisas: relacionar teoria e prática para entender as configurações profundas da sociedade capitalista, na qual eu estava vivendo naquele momento, e tentar perceber como as contraposições das classes subalternas afluíam, se articulavam e se expressavam, especialmente, suas formas comunicativas. Por meio desses clássicos aprendi a importância da boa teoria, mas também a pertinência de sua confrontação à realidade concreta. Desse modo, posso mencionar outra fonte imprescindível como base para as elab-

orações que se seguiram: a realidade social brasileira, mas com um olhar dirigido às manifestações de segmentos organizados das classes subalternas. Claro que muitos outros autores clássicos se somaram na minha busca por entender as sociedades, a cidadania, liberdade, a participação popular e os movimentos sociais, tais como Frederick Engels, Norberto Bobbio, Mikhail Bakunin, Martin Buber, André Gorz, Vinicius Caldeira Brant, Paul Singer, Maria da Glória Gohn, Pedro Demo, entre outros. Faltava um olhar atento para a outra comunicação, aquela gestada no interior dos movimentos sociais populares e comunidades do bojo dos segmentos organizados das classes subalternas. Aí me aparece Juan Díaz Bordenave, que, por sua obra e conferências, me deu a segurança que eu precisava para seguir tentando entender a comunicação participativa e emancipadora. Nesse contexto, Mario Kaplún, Bertold Brecht, José Marques de Melo, Luis Ramiro Beltrán, Jorge Merino Utreras, Gilberto Gimenez, Alfonso Gumucio Dagron, Rosa Maria Alfaro, Regina Dalva Festa, Moema Vizer, Washington Uranga e tantos outros que me ajudaram a compor visões da práxis comunicacional do contexto de lutas sociais para se fazer valer o respeito aos direitos humanos e ampliar o exercício e o reconhecimento da cidadania em seus princípios de igualdade e liberdade.

Entre os conceitos mais importantes de sua obra está justamente o de adotar a comunicação das classes subalternas como comunicação popular, comunitária e alternativa. Por que adotar essas denominações e quais são as principais características de cada uma?

A comunicação popular, comunitária e alternativa vem da experiência histórica de movimentos sociais populares, coletivos e “comunidades” na América Latina. Em seu conjunto, principalmente a partir dos anos 1970, ela representa uma contra comunicação de posição político-ideológica contestadora do *status quo* marcado pelas contradições engendradas pelo modo de produção capitalista e o cerceamento às liberdades democráticas. Se ca-



racteriza como meio e forma de expressão de setores subalternos organizados da população, com a finalidade de obter respostas às suas demandas, ligadas às necessidades sociais e econômicas derivadas das desigualdades sociais (condições de moradia, de saúde, educação, de tratamento de gênero), assim como às lutas para democratizar a política e à sociedade, além daquelas do âmbito do mundo do trabalho, que buscam melhorar as condições laborais e a distribuição da riqueza. Ela tem sido identificada, em nível globalizante, como comunicação para a cidadania ou comunicação para a transformação social. Em alguns países da América Latina, como também em países de outros continentes, é comum que esse tipo de comunicação esteja alojada sob a denominação *Comunicación para el Desarrollo* ou *Comunicación para el cambio Social*. O uso de expressões distintas depende das tradições teóricas que embasam os estudos e ou os programas de agências nacionais e internacionais de desenvolvimento, que até certo ponto tem inspirado práticas de enfrentamento de problemas sociais, ao mesmo tempo em que as práticas sociais também inspiram as conceituações. Portanto, as denominações não contêm, a priori, significados universais.

O uso da expressão *Comunicação popular*, *Comunitária* e *Alternativa*, do meu ponto de vista, resulta de uma tentativa de síntese de modalidades de comunicação desenvolvidas no contexto da práxis histórica de organizações civis progressistas, movimentos sociais populares e comunidades estudadas e denominada, também, ora de comunicação popular, ora de educativa, de comunitária, de participativa, de alternativa ou de radical.

De fato, é uma tentativa de uma visão de conjunto de tipos de comunicação que desenvolvem especificidades, mas que tem algo em comum, ou seja, expressam reivindicações por mudanças para melhorar a qualidade de vida e assegurar o respeito aos direitos civis, políticos, sociais e comunicacionais do cidadão e ao interesse público. Em outros termos, é um modo de comunicação característico das lutas populares para dar fim aos regimes ditatoriais

na América Latina e em seguida para reorganizar as sociedades em bases democráticas, social e politicamente equitativas. Essa “outra comunicação”, conforme identificada por Mário Kaplún, remonta às primeiras décadas da segunda metade do século passado e permanece até os dias atuais.

Embora tecendo especificidades ao longo do tempo, ela não permite estabelecer fronteiras rígidas entre algumas de suas formas de expressão comunicativa, seja a comunitária, a popular e a alternativa. Na verdade, os contextos e o tipo de práxis inspiram denominações distintas, mas em geral remetem a processos comunicativos semelhantes: coletivos, participativos, educativos, críticos, voltados a resolver problemas de determinados segmentos sociais e visando a emancipação cidadã. Até o jornalismo alternativo que desenvolveu uma vertente bem peculiar, também teve sua performance na linha da comunicação popular durante décadas, ou seja, aparecia no bojo da comunicação popular. Enfim, a denominação usada não é o mais importante porque cada realidade dá uma determinada cara às experiências comunicacionais de base. O que mais importa é entender os processos. Estes constituem e são constituídos em dinâmicas que são retratadas, segundo visões orgânicas, às situações concretas, ou com base em categorias (ou “etiquetas”), às vezes previamente inferidas e que prejudicam o entendimento da dinâmica comunitária. Nesse sentido, a denominação diferenciada de popular, comunitário ou alternativo, necessita prudência no seu emprego. Não é produtor que categorias sejam criadas *a priori* e com base nelas sair classificando experiências, sem uma análise aprofundada delas. As categorias são pertinentes quando advêm de percepções realistas de *processos* nos quais as formas de comunicação nem sempre são puras, portanto não são passíveis de certezas quanto ao que é o não é popular ou comunitário.

Porém, é possível perceber tessituras diferenciadas, uma vez evoluindo o processo histórico que permite novos arranjos comunicacionais, tanto devido ao desenvolvimento tecnológico



quanto à diversidade de tipos de organização civil que se formam. Fiz o debate sobre as possibilidades de diferenciações entre a comunicação popular, comunitária e alternativa, em artigo publicado neste mesmo periódico (*Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*) em seu número 8-9), p.112-125, de dezembro de 2008), no qual fiz uma tentativa de diferenciar essas categorias, mas ressaltando com ênfase que tratava-se de abordagem com fins didáticos, pois na realidade concreta é difícil que se estabeleça distinções precisas capazes de generalizações inequívocas e, que, portanto, cabe a cada pesquisa encontrar as especificidades do tipo de comunicação em questão. Mas, mesmo em meio a essas dificuldades algumas tendências podem ser percebidas, como aquelas mostradas neste artigo:

Comunicação popular e comunitária: processos de comunicação constituídos no âmbito dos movimentos sociais populares e nas comunidades de diferentes tipos, tanto as de base geográfica como as que são marcadas por outros tipos de afinidades. Não tem fins lucrativos e seu caráter é educativo, cultural e mobilizador. Se caracteriza pela participação ativa horizontal do cidadão: na produção, na emissão e na recepção dos conteúdos. Isso a torna um canal de comunicação pertencente à comunidade ou ao movimento social, portanto, deve se submeter à suas demandas.

Comunicação popular-alternativa: processos de comunicação constituídos por iniciativas que contemplam a participação de segmentos populares, mas não respondem ou não são assumidos pela comunidade como um todo. Por regra geral, são motivados ou viabilizados por organizações não governamentais, fundações, projetos de universidades, órgãos públicos, igrejas, etc, mas também podem funcionar a partir de iniciativas locais. Tendem a confundir-se com a comunicação comunitária devido às semelhanças.

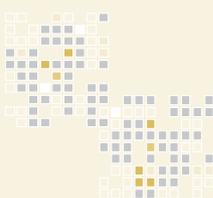
Imprensa alternativa: é uma vertente que reúne processos de comunicação jornalísticos, que podem assumir fisionomias mais amplas, de caráter

autônomo e, por natureza, não alinhados com os padrões dos meios de comunicação convencionais, governos e demais setores que representam as classes dominantes. Os canais alternativos de maior porte se constituem como alternativas e fontes de informações. Pelas características específicas de alguns de seus segmentos, a imprensa alternativa pode ser agrupada em jornalismo popular-alternativo, jornalismo alternativo colaborativo, jornalismo alternativo autônomo, jornalismo político-partidário e jornalismo sindical.

Seria interessante detalhar cada um destes segmentos da imprensa alternativa.

Jornalismo popular-alternativo: ligado a movimentos populares, associações, entidades relacionadas com setores progressistas de igrejas, ONGs, etc, se configura e circula no mesmo universo da comunicação popular e comunitária.

Jornalismo alternativo colaborativo (ou de informação geral): seu objetivo fundamental é transmitir uma visão diferenciada e crítica dos acontecimentos que normalmente já são tratados pelos grandes meios de comunicação de massa, além de temas omitidos por esses grupos. Pode tratar de política, economia, questões locais, juvenis e crítica aos meios de comunicação, entre outros. Seu caráter colaborativo acontece a partir de duas perspectivas. A primeira é no sentido de ajuda e colaboração instituída e praticada, por regra geral, por voluntários que levam adiante alguma proposta editorial diferenciada. É uma dimensão característica da comunicação popular, comunitária e alternativa ao longo dos tempos e utiliza como suporte meios impressos, orais, audiovisuais e digitais. Como exemplo podemos citar a revista *Viração* e o jornal *Trecheiro*. A segunda perspectiva se refere a processos interativos nos meios de comunicação digitais, na lógica da Web 2.0, por meio de endereços web colaborativos, nos quais os integrantes e militantes usuários da Internet podem contribuir com conteúdos produzidos por eles mesmos. São exemplos o Centro de



Mídia Independente (CMI) e o Overmundo.

Jornalismo alternativo autônomo: imprensa produzida por indivíduos isolados ou até por microempresários. Pode ser informação geral, literária, política, etc.

Jornalismo político-partidário: imprensa dirigida por partidos políticos, candidatos ou deputados e senadores em exercício da função pública de representação.

Jornalismo sindical: imprensa produzida no universo dos sindicatos de trabalhadores e organizações de categorias profissionais.

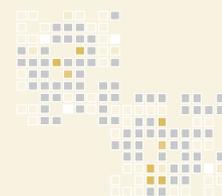
Outro conceito fundamental é o de comunicação popular: massiva, folclórica e revolucionária. Por que o conceito de popular pode gerar essas interpretações?

O conceito de comunicação popular “massiva” veio da observação que determinados conteúdos de amplo apelo popularesco voltados a atrair índices de audiência, difundidos por emissoras de rádio e de televisão convencionais, passaram a ser chamados de “populares”. Nessa perspectiva, o emprego da palavra popular deriva da ideia simples, vulgar, pitoresco, divertido etc., relacionada às culturas dos pobres ou às pessoas de baixa escolaridade. Por sua distinção dos conceitos de comunicação popular referidos na pergunta anterior, o emprego da palavra popular por grandes meios de comunicação, para denominar programas popularescos, necessita ser caracterizado de modo distinto, daí a categoria “popular massivo”. A expressão “popular folclórico” da mesma forma é para fazer a devida distinção da comunicação popular dos segmentos organizados, pois, nesta vertente, o conteúdo se diferencia por remeter especificamente às manifestações culturais folclorizadas de comunicação, não necessariamente no contexto das organizações e movimentos sociais populares. Embora também haja incorporação desse tipo de expressão, porém ressignificada, no contexto dos referidos movimentos. O uso do termo “revolucionário” se ateve a identificar experiências de rádio em contextos de conflito armado em países da América Latina (Cuba, Nicarágua, El Salva-

dor) como forma de diferenciar os sentidos de empoderamento desse canal de comunicação.

E como se caracteriza a participação na comunicação popular, comunitária e alternativa?

A participação é o eixo central da comunicação popular, comunitária e alternativa. Sem a participação ativa dos cidadãos é difícil que um meio de comunicação comunitário se diferencie muito de outros de alcance local ou de grande amplitude. Existem várias formas de participação popular na comunicação. Desde aquelas mais elementares, como a participação ocasional nos conteúdos que são difundidos, até as mais avançadas em que é possível a interferência do cidadão e da cidadã, com poder de decisão, nos vários níveis do fazer comunicacional. O desenvolvimento de formas mais ousadas de participação popular na comunicação, ou seja, quando a população pode gradativamente criar, planejar, produzir, transmitir conteúdos e gerir seus canais de comunicação populares e comunitários, representa a ampliação no exercício da cidadania comunicacional. Na prática, ao lado de experiências participativas exitosas, há outras que descuidam da participação efetiva dos membros de uma comunidade ou do grupo no fazer comunicacional. As distorções podem ocorrer em experiências das mais diversas, mas em geral é ocasionada pelo controle acirrado de lideranças, que acabam restringindo a democracia a pequenos grupos, seja por que alguns líderes populares, por fazerem parte das bases ou conviverem com elas, às vezes se julgam no direito de ter autonomia para processar a comunicação por sua própria vontade, seu gosto e interesses, ou porque tendem a reproduzir vieses centralizadores e autoritários apreendidos de sua relação com os meios de comunicação convencionais. De qualquer modo, posturas desse tipo acabam por inibir a participação ativa da população em níveis mais elevados, como na produção, no planejamento e na gestão da comunicação. Mas, é fundamental que os canais de participação popular na comunicação sejam abertos em todos os níveis.



O exercício da cidadania passa pela participação ativa na comunicação, na condição de sujeito, e não meramente de consumidor de conteúdos. A comunicação popular participativa passa pela questão da cultura, da redefinição da cultura e das práticas, pelas necessidades percebidas e pelas oportunidades vividas. Afinal, participação popular é algo que se constrói lentamente, algo que se conquista.

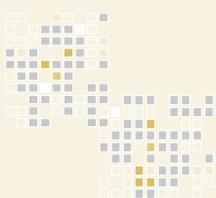
A América Latina vive ciclos. O que acontece em um país, cedo ou tarde, se reproduz nos demais. Foi assim com os movimentos de libertação, com as políticas nacionalistas, com as ditaduras militares, com os movimentos guerrilheiros, com as redemocratizações e as políticas de controle de inflação, com o neoliberalismo, com a chegada ao poder de governos de esquerda ou centro-esquerda. Agora, observamos a retomada dos governos liberais. Sobre estes ciclos, pergunto: ao comparar o crescimento dos movimentos sociais e da comunicação popular nos anos 80, com o panorama desta segunda quinzena do século XXI, pode-se valorizar ainda mais o papel da igreja católica com a capilarização das comunidades de base e pastorais?

Sim, esses ciclos evidenciam a reprodução de práticas políticas e de outros tipos em países da América Latina que indicam nossas proximidades em capacidades de mobilização — desmobilização — mobilização. Nos anos que se sucederam à forte repressão do governo militar no Brasil, mas também no tempo anterior ao golpe, a igreja católica, por meio de seus setores progressistas, especialmente as Comunidades Eclesiais de Base e algumas pastorais, como a Pastoral da Terra e a Pastoral Operária, desempenhou um importante papel facilitador da organização de base e dos processos de conscientização e mobilização popular. Suas marcas de criticidade e desenvolvimento do espírito coletivo a serviço do bem comum fizeram a diferença no contexto dos movimentos sociais brasileiros e, ainda, são identificáveis em lideranças que continuam com o espírito cívico quando desenvolvem práticas comunitárias e de outros tipos. Pude perceber

essa dimensão recentemente ao entrevistar pessoas para uma pesquisa sobre processos de organização comunitária e de comunicação popular. As descobertas inspiradas no Ver-Julgar-Agir são para sempre, pois ajudam não só a conhecer criticamente a realidade, mas pensar e agir sobre ela para provocar mudanças. Pena que esse tipo de movimento, ao contrário de ser crescente, sofreu revezes no interior da própria igreja que aos poucos diminuiu seu compromisso com a formação de lideranças diante do crescimento de outras tendências eclesiais.

Nos anos 80, o rádio foi o grande protagonista da comunicação popular. Hoje, mesmo com a possibilidade do rádio web, qual o protagonismo desta mídia na comunicação popular da América Latina?

Realmente o rádio contribuiu muitíssimo para o protagonismo da comunicação popular e comunitária na América Latina há muitas décadas. Desde os anos 1950 as rádios mineiras na Bolívia mostraram novas possibilidades dessa mídia servir aos interesses de segmentos da população privados de seus direitos. Nas décadas seguintes as Escolas Radiofônicas e iniciativas de outros tipos, como do Movimento de Educação de Base (MEB) no Brasil, fizeram do rádio o grande meio capaz de canalizar as vozes de comunidades e grupos populares organizados para a crítica sobre a realidade, a conscientização política e a difusão em larga escala de reivindicações. Com o fim do regime militar no Brasil passou a haver a apropriação do rádio, primeiro do formato de rádio livre e rádio livre comunitária, depois como rádio comunitária legalizada (a partir de sua regulamentação em 1998). Enfim, a rádio popular e a comunitária sempre serviram às lutas populares como canais de comunicação de setores civis organizados constituindo-se em processos de educação informal dos envolvidos e dos ouvintes e, ao mesmo tempo, para difundir conteúdos críticos, reivindicações e a visão de mundo de segmentos das classes subalternas. Na atualidade, mesmo com o advento da internet, ele continua tendo o seu lu-



gar em suas formas tradicionais com transmissão em ondas eletromagnéticas e, ao mesmo tempo, passa a ocupar sítios no ciberespaço. Através de diferentes suportes, do alto falante à rádio virtual, ele é sempre atual e funcional pois suas características tanto do ponto de vista tecnológico quanto as facilidades de que dispõe para uso dos setores populares e comunitários (baixo custo, proximidade, sem exigência de letramento avançado para tornar possível a locução etc.) ele é mais viável para se operar e atraente do ponto de vista da linguagem e do alcance.

Com a chegada ao poder de governos de esquerda, ou com plataformas de governo mais comprometidas com as causas sociais, os veículos de comunicação alternativos tiveram dificuldade para manter seus posicionamentos críticos? No Brasil, a dificuldade de posicionamento crítico em relação ao governo Lula ficou muito aparente em veículos alternativos como o Brasil de Fato. Isso aconteceu em outros países?

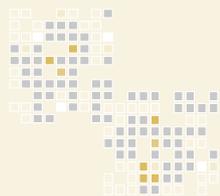
Não é uma questão de dificuldade, do meu ponto de vista, mas de excesso de confiança. Confiantes de que suas bandeiras seriam assumidas por esses governos, ditos, ou em parte, de esquerda, alguns movimentos reduziram a pressão na espera de que finalmente suas demandas fossem atendidas. Com o passar do tempo, foi caindo a ficha. No Brasil, por exemplo, aos poucos foi se percebendo que a reforma agrária não saía do papel, que as rádios comunitárias continuavam sendo fechadas sob o governo Lula, que os documentos (propostas) produzidos e aprovados pela Conferência Nacional de Comunicação — ainda em dezembro 2009 — não se transformaram em leis, e assim por diante. A realidade ajudou o despertar da visão sobre a necessidade de haver alta pressão organizada, mas, mesmo assim, a tendência em se resguardar governos eleitos majoritariamente pela força dos movimentos populares organizados, ao lado de reais e visíveis conquistas sociais em termos de distribuição de renda e democracia política, talvez tenham inibido o avanço

de posicionamentos mais combativos e mesmo da implementação de estratégias de formação política das maiorias. O *Jornal Brasil de Fato*, como veículo orgânico aos movimentos sociais populares, mas mais diretamente gestado pelo Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST), um dos mais bem organizados no Brasil diga-se de passagem, refletiu essa situação.

Ainda sobre o Brasil de Fato, ele se propôs, na sua fundação, a estabelecer uma guerra de guerrilhas contra a indústria jornalística. Mas não conseguiu. Se é possível apontar isso como uma falha, quais são as possíveis causas? Financeiras, editoriais ou ideológicas?

O *Jornal Brasil de Fato* pretendeu ser desde a sua criação, em 2003, durante o Fórum Social Mundial que acontecia em Porto Alegre (Brasil), um jornal de ampla repercussão junto às camadas populares, mas seu projeto editorial foi mudando de curso, por questões financeiras e por falta de adesão daqueles movimentos que inicialmente assinaram a proposta. Em outras palavras, a proposta não foi assumida, na prática, pelo conjunto de movimentos e entidades que o idealizaram. Acabou sendo assumido basicamente pelo MST e tornou-se um jornal com posições político-ideológicas de esquerda, mas com enfoques e linguagens atraentes aos leitores e leitoras já engajados nas lutas sociais e trabalhistas. Portanto, parece não ter conseguido falar para milhões, ou seja, para amplos segmentos de públicos e de todos os segmentos das classes trabalhadoras.

É um jornal importante, uma das poucas vozes combativas do segmento imprensa, e faz jus à denominação imprensa alternativa porque se atualiza e sabe se adaptar às conjunturas de cada época, do ponto de vista político e operativo. Sabe também incorporar as novas tecnologias em suas práticas e estratégias comunicativas. Nesse sentido, o *Brasil de Fato* que iniciou como jornal impresso, atualmente tem também seu portal na internet, a Agência de Notícias Brasil de Fato e está presente em mídias sociais on-line como o Facebook, o Twitter, o You-



tube e o Flickr, como canais de difusão de notícias, imagens e audiovisuais com visões diferenciadas daquelas dos *mainstream media*, e como fonte de informação para o conjunto da sociedade.

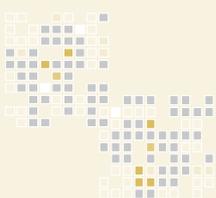
No Brasil, os movimentos de junho de 2013 geraram muitas análises sobre o que seria a volta dos movimentos populares às ruas. Porém, é possível dizer que setores conservadores brasileiros se apropriaram não só das manifestações como das estratégias de divulgação para implantar uma agenda conservadora que soube pressionar o governo Dilma Rousseff? Sendo mais específico, a direita no Brasil, que não ia às ruas de forma massiva desde 1964, soube se apropriar do discurso das manifestações das jornadas de junho e tomou o protagonismo que antes estava com as manifestações de esquerda?

Exatamente. As grandes manifestações públicas de junho de 2013 e dos meses seguintes no Brasil mostraram a força das ruas e, apesar de serem amplas do ponto de vista dos atores, se percebia também uma gama de representatividade de movimentos sociais populares nas reivindicações, a exemplo do Movimento Passe Livre (MPL), da Articulação Nacional dos Comitês Populares da Copa (ANCOP), movimentos ligados à educação, à saúde etc. Pelo caráter de manifestação pública e não propriamente de movimento social organizado, no seu conjunto, houve dispersão. No entanto, dada a conjuntura econômica e política de insatisfação generalizada, os setores conservadores nos anos seguintes conseguiram mobilizar grandes contingentes de pessoas, o que não quer dizer que as forças progressistas não tenham feito isso, mas que no contexto de um jogo político partidário complexo, tendo as mídias como aliadas, a agenda conservadora foi ganhando terreno. As mídias alternativas cresceram em quantidade de canais e em volume de conteúdo nesse período, principalmente por intermédio de espaços na internet seja nas mídias e redes sociais on-line ou através de sites colaborativos. A informação em tempo real e na perspectiva

dos movimentos populares ou na visão das manifestações de esquerda, circulam em larga escala a partir de *smartphones* e de canais – especialmente fotos e o vídeo documentário – que se configuram como meios alternativos, a exemplo do Mídia Ninja, Jornalistas Livres, Coletivo RioNARua, Agência Carta Maior etc., além das postagens de ativistas independentes. O Facebook e o Twitter têm sido ambientes no ciberespaço para todo tipo de difusão de mensagens, informação e debates, em cujo interior as redes sociais se fortalecem e se digladiam. Se algum acontecimento não sai ou não repercute nos grandes meios de comunicação devido às lógicas de controle da informação, com certeza nessas mídias ele estará repetidas vezes e com amplo debate. Dessa forma, pode-se dizer que o avanço tecnológico favorece as formas alternativas de expressão popular, não só individualmente, mas nas mãos e da voz de coletivos que brigam por passar outras visões dos acontecimentos e a difundir os próprios acontecimentos que a os meios convencionais insistem em esconder, manipular ou difamar.

O MST, no Brasil, e os Zapatistas, no México, podem ser apontados como exemplos de movimentos que souberam utilizar bem a comunicação no processo de organização e formação? Há outros exemplos na América Latina?

Sim, sem dúvida. O *Movimento Zapatista de Libertação Nacional* (MZLN) foi protagonista por sua estratégia de uso da internet – num momento em que ela ainda era pouco apropriada por movimentos sociais em termos do continente latino-americano –, como meio de ampliar a visibilidade pública e angariar apoios e aliados ao redor do mundo. Porém sem descuidar das formas de comunicação dirigida e do empoderamento de tecnologias tradicionais para se comunicar com seus públicos específicos, e da ocupação de espaços nas mídias convencionais para difundir suas posições políticas e reivindicações. O Movimento Sem Terra (MST) também teve a clarividência de discutir e formular sua política de comunicação, o que nor-



teou suas atividades comunicacionais e deu unidade aos seus núcleos regionais espalhados por todo o Brasil. Incorporou suportes comunicacionais de peso e tecnicamente bem elaborados, tais como a Revista Sem Terra, o Jornal Sem Terra, rádios em assentamentos rurais, sítios na internet etc., porém com um direcionamento voltado mais no sentido de colaborar na formação dos próprios quadros – uma comunicação militante, mas que ao mesmo tempo chega a simpatizantes e aliados nas várias instâncias da sociedade. Estes exemplos são de grande vulto e repercussão social, mas existe um incontável número de experiências comunicacionais no Brasil e em outros países da América Latina que fazem a diferença nos processos de consciência-organização-ação. O Movimento dos Atingidos por Barragens (MAB) é um dos exemplos de movimento popular que incorpora várias modalidades de comunicação – das presenciais (setoriais e grandes manifestações públicas) às digitais e on-line – no bojo de seus processos de organização e mobilização.

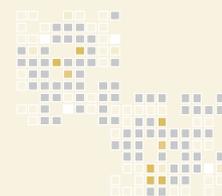
Ainda no cenário brasileiro, o crescimento do discurso conservador entre camadas jovens, mesmo depois de mais de 12 anos de políticas de inclusão e de acesso ao ensino superior pode ser atribuído, de alguma forma, por essas políticas, como Prouni e Fies, não terem sido acompanhadas, necessariamente, de programas de formação política destes jovens, como o MST faz com os assentados de Reforma Agrária, que continuam atuando em diversas instâncias do movimento? A comunicação popular não teria um importante papel neste processo?

Sim, tem um importante papel, mas ela não acontece sozinha. Sempre está contida em processos organizativos mais amplos. O que falta, na verdade é mais mobilização da sociedade civil em torno da organização desses jovens por meio da educação informal e não formal em prol do exercício efetivo da cidadania, além de mudanças na educação formal. A inclusão por intermédio de programas como O Prouni (Programa Universi-

dade para Todos, programa do governo federal que concede bolsas de estudo integrais ou parciais) e o Fies (Programa de Financiamento Estudantil) para facilitar o ingresso na formação universitária são fundamentais, mas quando a formação oferecida nas universidades está mais voltada para a formação de “técnicos” enquadrados na lógica da concorrência e do mercado, a formação política fica comprometida. Mas, não há crise que a sociedade, mais cedo ou mais tarde, não assuma como uma questão a ser resolvida coletivamente. A crise na educação brasileira, a exemplo do Ensino Médio, de repente assiste a uma mobilização fantástica dos estudantes que se organizam ocupando as próprias escolas e discutindo os rumos que querem para o sistema educacional, além de exigirem o direito de participação nas suas definições. Por outro lado, existem sim muitas organizações civis voltadas ao trabalho com a juventude, apesar de ser invisibilizado pelos *mainstream media*. Isso não importa tanto, o que mais importa é que haja esse tipo de trabalho e que a comunicação popular, alternativa e comunitária esteja viva nesse contexto, pois ela primordialmente tem uma função educativa, de educar para o exercício da cidadania nas suas dimensões civil (reconhecer os direitos e saber lutar por eles) e cívica (responsabilidade de todos no resguardo do interesse público).

Há um senso comum que o ambiente web proporcionaria maior impulso para novas mídias populares e alternativas? Esse impulso se mostrou efetivo? Ou as barreiras que existiam para os veículos impressos ainda existem no mundo digital? O financiamento continua sendo a principal dificuldade de sobrevivência dos veículos de comunicação popular?

De fato, esse impulso é real. As plataformas colaborativas tipo Wiki e as mídias sociais on-line potencializam novas formas de expressão, participação social e presença comunicativa no mundo. Porém, as barreiras continuam existindo.



Estas vão do nível de acessibilidade à internet e da falta de domínio competente dos suportes digitais e aplicativos. Esbarram também em limites provocados pela questão dos custos para se viabilizar projetos mais ousados e duradouros, mas chegam essencialmente em outra questão, talvez a mais complicada: a tendência de o uso se circunscrever a apropriação do ciberespaço sem a necessária organização de base social de modo a superar o individualismo, o sentido utilitário e o encantamento passageiro que as mídias e redes sociais on-line potencializam.

O desafio está na geração de processos coletivos

capazes de superar o uso da tecnologia por ela mesma e incrementar modos de desenvolvimento de conhecimento coletivo situado desde as realidades concretas e ultrapassando o mundo virtual. Ou seja, saindo e chegando da e na realidade concreta de vida das pessoas, dos grupos e das comunidades de modo a mexer as culturas fora de si (quando as pessoas não se reconhecem em seus direitos e potencialidades) e a ajudar a construir a transformação das condições de existência e de feitura da sociedade na direção do reconhecimento da civilidade como modo de vida coletivo digno à espécie humana.

Recebido: 23/09/2016
Aceito: 28/11/2016

