



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

CICOM

Centro de
Investigación en
Comunicación

ALAIC

ALAIC 2018

30 JUL-01 AGO | COSTA RICA

XIV Congreso de la Asociación
Latinoamericana de Investigadores
de la Comunicación



Comunicación en sociedades diversas:
Horizontes de inclusión, equidad y democracia

Memorias

GRUPO TEMÁTICO 8

*Comunicación Popular, Comunitaria y
Ciudadanía*



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

CICOM

Centro de
Investigación en
Comunicación

ALAIC



30 JUL-01 AGO | COSTA RICA

XIV Congreso de la Asociación
Latinoamericana de Investigadores
de la Comunicación

Comunicación en sociedades diversas:
Horizontes de inclusión, equidad y democracia

GRUPO TEMÁTICO 8

Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía

Universidad de Costa Rica
San Pedro

ISSN 2179-7617

ÍNDICE

Ante la ley: reconfiguraciones de la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas <i>Larisa Kejval</i>	6
Por una cartografía de las políticas de Comunicación Comunitaria en América Latina <i>Adilson Vaz Cabral Filho</i>	13
Rádios comunitárias no Brasil. Vinte anos depois do início de suas legalizações. Pontos e contrapontos <i>Orlando Maurício de Carvalho Berti</i>	18
La comunicación comunitaria en el contexto de la comunicación alternativa <i>Edinson Castro Pedrozo</i>	27
O discurso do jornalismo sindical: uma análise a partir da Revista do Brasil <i>Patrícia Regina Schuster</i>	35
Vídeo ativismo no Brasil: da rua à rede <i>Ana Lúcia Nunes de Sousa</i>	41
A arte dos encontros ou como nasce um coletivo? – A comunicação comunitária do coletivo Tela Firme como potência afetiva e experiência de ação no bairro da Terra Firme <i>Luciana Gouvêa da Cunha</i>	47
Organizaciones y medios comunitarios: auto narraciones para disputar Identidades públicas <i>Abatedaga, Nidia Cristina & Ordóñez, María de los Ángeles</i>	54
La disolución del “nosotros” en las prácticas de comunicación ciudadana digital. Análisis del grupo #Comunicambio en Facebook. <i>Victor Manuel Mari Sáez</i>	60
Curso Anual do NPC: uma experiência de formação para a atuação em comunicação popular <i>Rozinaldo Antonio Miani</i>	68
REPRESENTAÇÕES E NARRATIVAS NEGRAS: Uma análise dos casos Claudia Silva Ferreira e Luana Barbosa <i>Naiara Leite Costa</i>	75
Cobertura e participação em rádios comunitárias do Distrito Federal: estrutura e influência de tecnologias digitais. <i>Fernando Oliveira Paulino</i>	82
Autonomia Comunicativa: a luta pelo direito à comunicação nas rádios comunitárias <i>Ismar Capistrano Costa Filho</i>	88

Políticas culturales en contextos de encierro para reafirmar identidades desde el ser sujeto de derecho	95
<i>Corina Mercedes Leguizamon Mendoza</i>	
Desterritorializações micropolíticas: O uso do audiovisual e de mídias digitais em intervenções artísticas com índios Makuxi da Amazônia	99
<i>Lisiane Machado Aguiar & Leila Adriana Baptaglin</i>	
Entre sucesso e fracasso, o caminho traçado pelos movimentos de mobilização social é a parte mais importante: uma análise teórica sobre a dinâmica da campanha “Frente em defesa da EBC e da Comunicação Pública”	108
<i>Luiz Felipe Novais Falcão & Iluska Maria Silva Coutinho</i>	
La cultura de paz, una propuesta de promoción y apropiación social: Cátedra Educación y Medios para la Paz.	115
<i>Gisella Palmett Garay & Martha C. Romero Moreno</i>	
Mídia Negra: uma análise das propostas editoriais da Revista Afirmativa e da Agência de Jornalismo Alma Preta	121
<i>Jonas de Jesus Pinheiro</i>	
El potencial de las redes de comunicación ciudadana. La experiencia de Riccap en la articulación de acciones para la reforma mediática en España	127
<i>Juan Ramos Martín, Alejandro Barranquero Carretero & Susana Morais</i>	
Movimentos em Rede: Ativismo digital e as ocupações das escolas estaduais públicas em 2016 no Estado do Ceará	134
<i>Bárbara Lopes Rêdes & Márcia Vidal Nunes</i>	
OCUPAÇÕES URBANAS E PRODUÇÃO DO COMUM: MEDIAÇÃO, COMUNICAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DA CULTURA	140
<i>Bruna Távora</i>	
Comunicación comunitaria para la ciudadanía. Políticas públicas para la comunicación comunitaria	146
<i>Claudio Vívori, Gastón Wahnish & Facundo Vila</i>	
Producción de sentidos en medios comunitarios. Hacia la construcción de una red colaborativa	152
<i>Sandra Lilibiana Osses Rivera & Carlos Eduardo Valderrama Higuera</i>	
Experiencias de paz, culturales y de comunicación en radios comunitarias del Cauca Colombia en relación a las políticas públicas para su fortalecimiento en el posconflicto	157
<i>Paulo César Paz Ramos & María Isabel Campos Achicanoy</i>	
Passos e incompletudes de uma comunicação compartilhada: vivências decoloniais a partir do Coletivo Magnífica Mundi	163
<i>Ludmila Pereira Almeida, Beatriz de Oliveira & Luciana de Araújo Gomides</i>	
El uso de Twitter como estrategia de organización partidista durante la elección estatal de Coahuila, México 2017	169
<i>Antonio Corona & Brenda Azucena Muñoz</i>	

A experiência formativa de comunicação popular e comunitária em acampamento do MST	177
<i>Adriana Medeiros Farias, Rozinaldo Antonio Miani & Wellington Taques</i>	
La comunicación participativa como herramienta de construcción social, caso Plataforma Indígena de Lucha contra el Cambio Climático en Bolivia	184
<i>Divha Alejandra Gantier Mita</i>	
Estrategias y metodologías: un legado del hacer en comunicación para la formación de ciudadanía desde las ONG, Medellín, 1990-2010	191
<i>Elva Mónica García Bustamante</i>	
Una reflexión interdisciplinaria sobre el concepto de reconciliación. Caso Colombiano	199
<i>Mónica Isabel Salazar Gómez</i>	
Formación de estereotipos sobre discapacidad, movilización ciudadana y medios alternativos. El caso de No Más Teletón en Colombia	207
<i>Sandra Meléndez-Labrador & Óscar Cuesta Moreno</i>	
Organizaciones sociales y acción política: aportes para pensar las estrategias de comunicación	213
<i>Washington Uranga</i>	
Las prácticas del Buen Vivir en Colombia	220
<i>Luisa Fernanda Vallejo Cruz</i>	
Estrategias de publicidad popular en las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá	227
<i>Bibiana Paola Ríos Cortés, Yadira Carolina Vaca González & Jenny Jiménez Cruz</i>	
A comunicação libertadora em eventos da União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC)	233
<i>Cicilia M. Krohling Peruzzo & Ricardo Costa Alvarenga</i>	
Uso de Redes Sociais pelos Sites de Jornalismo Alternativo Brasileiros	240
<i>Nivea Canalli Bona & Guilherme Gonçalves de Carvalho</i>	
Enquadramento, estigma, postagens: Uma etnografia virtual do estigma, do enquadramento na militância off/on	246
<i>Jesus Marmanillo Pereira & Pedro Jorge Chaves Mourão</i>	
Metarepresentação: demandas por representatividade do movimento social dos surdos brasileiros	253
<i>Regiane Lucas de Oliveira Garcêz</i>	
Uma proposta tipológica brasileira para a Publicidade Social: uma abordagem epistemológica e metodológica	260
<i>Patrícia Gonçalves Saldanha</i>	

Ante la ley: reconfiguraciones de la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas

Diante da lei: reconfigurações da identidade política das rádios comunitárias, populares e alternativas argentinas

Before the law: reconfigurations of the political identity of community, popular and alternative radios in Argentina

Larisa Kejval ¹

Resumen: Esta ponencia aborda la pregunta sobre las configuraciones y reconfiguraciones de la identidad política colectiva de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas desde su surgimiento en la década de 1980 hasta diciembre de 2015. Más precisamente, presentaremos las principales conclusiones de la investigación desarrollada en el marco de la propia tesis doctoral. Enfocada desde el análisis político del discurso iniciado por Laclau y Mouffe, aquella investigación partió de la siguiente hipótesis: la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) sancionada en 2009 no sólo enfrentó a las radios a una nueva situación legal, sino también a la reconfiguración de las significaciones que las dotaron de identidad. De aquí se derivó el interrogante que orientó nuestra indagación: ¿qué transformaciones sufrió la identidad política colectiva de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas a partir de esta ley?

Palabras Clave: COMUNICACIÓN POPULAR - ANÁLISIS DEL DISCURSO - DERECHO A LA COMUNICACIÓN

Introducción

Esta ponencia recupera las principales conclusiones de la investigación desarrollada en el marco de la propia tesis doctoral². En aquel trabajo abordamos la pregunta acerca de la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas entre el surgimiento de este tipo de emisoras en la década de 1980 y diciembre de 2015.

Nuestra investigación se inscribe en el campo académico de la comunicación comunitaria, popular y alternativa. No obstante, el incipiente desarrollo de la tarea investigativa en el seno de este campo, sumado a otras dificultades teóricas, nos llevaron a enfocar nuestra pregunta desde el análisis político del discurso iniciado por Laclau y Mouffe (Laclau y Mouffe, 2010; Laclau, 2011). En este sentido, compartimos con otras investigaciones recientes la búsqueda por contribuir a la conformación de este campo desde el entrecruzamiento con perspectivas teóricas que hasta el momento habrían resultado ajenas (Fasano, Lizondo, Iglesias, entre otros).

Desde estas consideraciones, nuestra investigación partió de la siguiente hipótesis: la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) no sólo enfrentó a las radios a una nueva situación legal, sino también a la reconfiguración de las significaciones que las dotaron de identidad. De aquí se derivó el interrogante que orientó nuestra indagación: ¿qué transformaciones sufrió la identidad política colectiva de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas a partir de la LSCA?

¹ Larisa Kejval, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Doctora en Cs. Sociales, Argentina, larisakej@yahoo.com.ar

²La tesis se denominó "Ante la ley. Reconfiguraciones de la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas (1983-2015)". Este trabajo recibió, en octubre de 2017, el primer premio del concurso internacional de tesis doctorales organizado por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS).

La superficie discursiva a la que nos acercamos para responder este interrogante estuvo conformada por un corpus de 84 publicaciones referidas al quehacer de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas y latinoamericanas producidas entre 1983 y 2015 por las mismas emisoras o por algunos de sus integrantes; por las redes nacionales y latinoamericanas en torno a las que se nuclearon; y por centros de comunicación/educación, organismos públicos estatales e intelectuales del campo académico que promovieron el fortalecimiento de este tipo de medios. Para abordar el análisis en su dimensión histórica, estas publicaciones fueron organizadas en dos períodos. Siguiendo con la hipótesis recién planteada, la decisión del gobierno nacional de sancionar una nueva legislación que democratizara las comunicaciones y garantizara el derecho a la comunicación a mediados de 2008, antesala inmediata de la sanción de la LSCA, fue el punto de inflexión que permitió distinguir los dos períodos: diciembre de 1983 hasta marzo de 2008 y abril de 2008 hasta diciembre de 2015.

En el abordaje de este corpus identificamos las huellas del proceso de constitución de la identidad política colectiva de las radios comunitarias, populares y alternativas, entendida como proceso de configuración discursiva. Para eso centramos la atención en:

- Las condiciones de producción que incidieron en la emergencia y en la constitución de la identidad política de las emisoras.
- Las relaciones de antagonismo que resultaron constitutivas de la identidad política de las radios y ante las cuales se configuraron relaciones de equivalencia.
- Los principales significantes que operaron como puntos nodales, y eventualmente como significantes vacíos, capaces de condensar la identidad de las emisoras.
- Los significados y demandas articulados en términos de regularidades a esos significantes -o las huellas de la lógica de la equivalencia-.
- Los significados y demandas que permanecieron como momentos diferenciales -o las huellas de la lógica de la diferencia-.
- Las continuidades y desplazamientos en este conjunto de relaciones a lo largo de la historia.

Luego del análisis desplegado en la investigación, la hipótesis inicial asumió el estatuto de Tesis con la que concluimos el trabajo realizado. ¿En qué consistió la reconfiguración de la identidad política colectiva de las emisoras luego de la LSCA?

Antes de la ley (1983-2008)

Uno de los supuestos teóricos que orientó nuestra investigación puede sintetizarse del siguiente modo: la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas -como de toda identidad política- es el resultado de la tensión entre dos lógicas sociales, la lógica de la diferencia y la lógica de la equivalencia. Recuperamos este supuesto para subrayar que durante los años comprendidos entre el surgimiento de las emisoras en los años '80 y el momento en que el gobierno nacional decidió hacer propia la demanda por una nueva ley de radiodifusión de carácter democrático, la lógica de la equivalencia prevaleció a la lógica de la diferencia en la configuración de la identidad política colectiva de las radios comunitarias, populares y alternativas. Veamos con más detalle en qué consistió este predominio.

Los significantes comunitarias, populares y alternativas con los que se nombraron las radios no tuvieron su origen en nuestro país. Por el contrario, luego de la vertiginosa emergencia de las emisoras de baja potencia en Argentina entre mediados y fines de la década de 1980, numerosas experiencias comenzaron a reflexionar sobre sus proyectos y se fueron apropiando de nociones que ya tenían sus propias trayectorias en otras regiones de América Latina. En esa tarea jugaron un papel fundamental las estrategias de las redes latinoamericanas de radios, algunos centros de comunicación/educación con activo protagonismo regional y un conjunto de intelectuales que habían padecido el exilio durante los años de la última dictadura cívico militar. Entre las condiciones de emergencia de cada uno de estos significantes identificamos diferentes orígenes institucionales, perspectivas teóricas y énfasis en las lecturas acerca de los contextos sociopolíticos en que fueron fundados. No obstante, estos significantes fueron reapropiados por las emisoras argentinas como equivalentes -que no es lo mismo que iguales-. Estas equivalencias tuvieron continuidad hasta marzo de 2008.

A lo largo de los 25 años de historia recorridos en este primer período, podemos reconocer diversos intentos por delimitar y precisar las nociones de radio comunitaria, de radio popular y de radio alternativa. Si bien estos intentos no fueron vanos, pues alimentaron la reflexión y la búsqueda de identidad de muchos proyectos, ninguno tuvo como resultado que gran parte de las experiencias se identificara con alguno de los conceptos en detrimento de los otros. Más que en el éxito o en el fracaso de la delimitación conceptual, debemos encontrar la explicación a este resultado en el funcionamiento de la lógica de la equivalencia.

El trazado de un antagonismo resultó constitutivo de la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas, como de toda identidad política. Durante más de 25 años, este antagonismo estuvo constituido por la articulación entre el sistema de medios hegemónico y los sucesivos gobiernos nacionales. Fue ante este antagonismo que las emisoras se articularon como equivalentes. Las radios configuraron su identidad en oposición a un sistema de medios conformado predominantemente por empresas orientadas por el fin de lucro, crecientemente concentradas y más colaboradoras con la legitimación del orden social que con su crítica y transformación. Asimismo, los sucesivos gobiernos nacionales fueron explícitamente confrontados por sus políticas de comunicación orientadas a facilitar la privatización, la concentración y la transnacionalización de este sistema. En otras palabras, el poder político mantuvo, entre 1983 y 2008, relaciones de alianza, complicidad o subordinación respecto de las empresas mediáticas más poderosas del país. Esto se expresó en la vigencia de la Ley 22.285, en sus sucesivas modificaciones, en la dilación de la sanción de una nueva norma que regulara democráticamente los servicios audiovisuales y en la situación de ilegalidad o precaria legalidad que padecieron todas las emisoras comunitarias, populares y alternativas. Frente a esta articulación entre medios concentrados y gobiernos nacionales las radios se constituyeron en unidad de ruptura. Como consecuencia, la demanda de una ley de radiodifusión democrática se convirtió en articuladora del conjunto de emisoras.

En estos contextos los significantes radio comunitaria, radio popular y radio alternativa operaron como puntos nodales y significantes vacíos capaces de condensar múltiples y diferentes significados a lo largo de los 25 años abordados previamente a la LSCA. No es la precisa definición de cada uno de estos conceptos lo que ha hecho posible esta operación sino su relativa ambigüedad.

Una serie de regularidades y continuidades entre los significados ligados a las radios comunitarias, populares y alternativas se sostuvieron durante este primer período: el horizonte de contribuir a la transformación de las estructuras sociales o formas de vida injustas a partir de proyectos de comunicación, la ausencia de fin de lucro, la propiedad colectiva del medio, la participación como idea fuerza, la valoración de la acción colectiva frente al resquebrajamiento del tejido social consecuencia de la dictadura y de la lógica individualizante del neoliberalismo, la tarea política de promover la articulación de las disputas en sociedades fragmentadas, la construcción de relaciones dialógicas o menos asimétricas entre emisores y receptores, la pretensión de incidir en la disputa de las agendas mediáticas y en la opinión pública, el desafío de ampliar los públicos más allá de los límites de los círculos afines a los proyectos y de construir mayores niveles de masividad, la búsqueda por transformar las rutinas y gramáticas que regulan las formas dominantes de comunicar a través de los medios masivos, la intención de construir formas de gestión colectivas, democráticas y participativas capaces de lograr los objetivos de las radios y su sostenibilidad a lo largo del tiempo.

Pero también, las diferencias entre los significados atribuidos a las radios comunitarias, populares y alternativas entendidas como configuración discursiva fueron numerosas. Si ensayamos una mirada abarcativa sobre el período que inicia en 1983 y que finaliza en 2008, podemos concluir que las principales diferencias quedaron expresadas en el modo en que se comprendieron las desigualdades y los conflictos sociales, los procesos de transformación, los actores protagonistas o motores de estos procesos, el rol del Estado y, fundamentalmente, el estatuto dado a la comunicación y a los medios en los procesos de transformación social. A pesar de estas diferencias, y tal como venimos sosteniendo, las radios comunitarias, populares y alternativas constituyeron una totalidad equivalencial.

Ante la ley (2008-2015)

En nuestra investigación asumimos la decisión teórica de no concebir a las radios comunitarias, populares y alternativas como un dato de la estructura social o un grupo social dado, sino como una totalidad –o una identidad política colectiva- que ha sido instituida a partir de una pluralidad de demandas y elementos relacionados entre sí. El análisis desplegado nos permitió constatar que fue, precisamente, la sanción de una ley que regulara democráticamente la radiodifusión y que las incluyera como sujetos de plenos derechos, en pos de democratizar las comunicaciones, una de las principales demandas compartidas y articuladoras de las radios durante más de 25 años. La sanción de la nueva norma en octubre de 2009 significó, precisamente, la institucionalización de esa demanda en el marco jurídico estatal argentino.

De ahí que la hipótesis a partir de la cual desplegamos nuestra investigación fuera sintetizada en los siguientes términos: la nueva LSCA no sólo enfrentó a las radios comunitarias, populares y alternativas a una nueva situación legal, sino también a la reconfiguración de las significaciones que las dotaron de identidad. ¿En qué consistió esta reconfiguración de la identidad política de las emisoras?

Toda frontera social es ambigua e inestable y puede sufrir desplazamientos. Dicho en otros términos, el antagonismo es el resultado de una construcción discursiva y, como tal, es de carácter polisémico. De este modo, nos enfrentamos a la imposibilidad de fijación última del sentido de toda lucha. De ahí que la disputa política sea una relación en la que la identidad de las fuerzas enfrentadas no está fijada de antemano. A partir de aquí, concluimos que la decisión del gobierno nacional de impulsar la sanción de la LSCA o, dicho en los términos que utilizamos más arriba, la institucionalización de la demanda por democratizar las comunicaciones, tuvieron como consecuencia la desarticulación del antagonismo frente al cual las radios habían constituido equivalencias y rasgos de una identidad compartida. La identidad de las emisoras continuó siendo definida por oposición a los medios de comunicación concentrados. Es decir, este punto de antagonismo tuvo continuidad entre los dos períodos analizados. No obstante, lo que se dejó de compartir fue la confrontación respecto de las políticas de comunicación y otras políticas públicas impulsadas por el gobierno nacional. Mientras algunas concepciones continuaron antagonizando con el Estado y su gobierno, otras vieron en el gobierno de Cristina Fernández una alianza para avanzar en la confrontación respecto de la concentración mediática. La desarticulación de este antagonismo tuvo como correlato un proceso de diferenciación de la identidad política de las emisoras. Es decir, si durante el período anterior la lógica de la equivalencia había prevalecido a la lógica de la diferencia en la configuración de la identidad política colectiva de las radios comunitarias, populares y alternativas; nos encontramos ahora ante la prevalencia de la lógica de la diferencia.

Con todo esto, podemos concluir que las dispersiones, debates y tensiones que estuvieron relativamente latentes durante más de 25 años se profundizaron a partir de 2008, una vez que el gobierno nacional extremó su enfrentamiento con algunos grupos concentrados de medios de comunicación, hizo propia la necesidad de una nueva ley democrática de radiodifusión, motorizó debates públicos al respecto, sancionó la LSCA y comenzó paulatinamente su implementación. Es decir, una vez que se resquebrajó la relación de alianza o subordinación entre poder político y grupos mediáticos, frente al cual las radios habían establecido articulaciones. El origen de estas diferencias no radica en la sanción de la nueva norma. Utilizando una metáfora de la química, podemos pensar que la LSCA actuó como un catalizador. Es decir, podemos ubicar el origen de estas diferencias en las trayectorias y tradiciones políticas que históricamente han confluído y han estado presentes en las radios. Lo que la sanción y aplicación de la LSCA catalizó fue la manifestación más evidente de estas diferencias o dispersiones.

Este privilegio de la lógica de la diferencia se expresó en seis procesos a los cuales nos acercaremos brevemente. En primer lugar, el accionar de los gobiernos de Néstor Kirchner, retrospectivamente, y el de Cristina Fernández, contemporáneamente, comenzaron a ser valorados de manera diferente por las diversas publicaciones analizadas. Por un lado, algunas consideraron positivamente el accionar del gobierno por recuperar la iniciativa política para conducir el país, por revitalizar las instituciones democráticas y de participación política; por recuperar, hacer propias e institucionalizar demandas históricas de movimientos y organizaciones populares; y por fortalecer el rol del Estado en su capacidad de garantizar y ampliar derechos. En este contexto la sanción de la LSCA fue comprendida como un hito en el complejo y conflictivo proceso de democratizar las comunicaciones y en el más amplio proceso de democratización de la sociedad en su conjunto. Por otro lado, algunas publicaciones evitaron las caracterizaciones generales sobre el tiempo histórico contemporáneo. En su lugar dirigieron críticas a específicas políticas y acciones de los gobiernos kirchneristas, sin ahondar en caracterizaciones más abarcativas. Por último, frente a esta polarización, algunas publicaciones asumieron el rol de brindar información precisa y de desarrollar argumentos sólidos para valorar positivamente o para cuestionar políticas públicas determinadas, según su contenido. Es decir, dieron cuenta de los proyectos político comunicacionales de las radios sin sugerir adhesión o confrontación respecto del gobierno nacional y su proyecto de país.

En segundo lugar, las distintas valoraciones acerca de los gobiernos kirchneristas estuvieron ligadas a la puesta en evidencia de las diferentes concepciones acerca del Estado. Durante el período anterior las radios junto con sus redes, habían confrontado con el Estado por facilitar los procesos de concentración audiovisual. A diferencia de aquellos años, en el nuevo período comenzaron a ponerse en escena concepciones divergentes sobre el modo en que se comprendieron las relaciones de las emisoras con el Estado. Por un lado, aún a pesar de las disputas o tensiones que lo atraviesan, el Estado fue concebido como espacio estratégico para motorizar procesos de ampliación de derechos y de transformación social. Por lo tanto, ocupar lugares en la estructura estatal o generar articulaciones con el Estado a través del desarrollo de políticas públicas fueron considerados estratégicos. Por otro lado, el Estado continuó siendo comprendido desde su funcionalidad o articulación respecto de los intereses dominantes de la sociedad. En este sentido, fue cuestionado por procurar licuar la potencia disruptiva o confrontativa de las emisoras, a través del establecimiento de exigencias para adecuarse a la legalidad reconocida en la LSCA. Por último, también se recurrió a la noción de autonomía para comprender las relaciones de las radios con el Estado. Autonomía significó asumir una actitud de discernimiento para discriminar con cuáles políticas motorizadas desde el Estado tener un rol de acompañamiento, participación o articulación; y con cuáles una actitud de cuestionamiento fundamentado.

En tercer lugar, las redes de radios comunitarias, populares y alternativas asumieron distintas posiciones en el proceso de debate, elaboración, sanción y paulatina aplicación de la LSCA. Si, durante el período anterior todas las redes habían coincidido en demandar al Estado una nueva legislación en la materia, la voluntad del gobierno nacional de avanzar en este sentido disparó las diferencias. Los posicionamientos del Foro Argentino de Radios Comunitaria (FARCO) y de la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) -y con ellos los de decenas de radios- fueron polares. Por un lado, FARCO asumió la ley como una conquista propia. En este sentido, se propuso articular con el Estado y diversos organismos gubernamentales para incidir en la aplicación de la ley entendida como construcción. Por otro lado, la RNMA priorizó el rol de la demanda y la confrontación con el gobierno nacional y el Estado. Por un lado, FARCO caracterizó el escenario posterior a la sanción de la nueva ley como propicio para la construcción de políticas públicas orientadas a la democratización de las comunicaciones.

El principal blanco de sus ataques fueron los grupos concentrados de medios. Por otro lado, la RNMA configuró escenarios caracterizados por el conflicto y la amenaza a los medios comunitarios, populares y alternativos. El principal centro de sus críticas fue el gobierno nacional en tanto conducción del Estado -aunque esto no supusiera desconocer la concentración de las comunicaciones-. Frente a esta polarización, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) procuró asumir una posición propia caracterizada por el apoyo a las políticas públicas orientadas a la democratización de las comunicaciones, pero con la suficiente autonomía respecto del gobierno nacional y del Estado para continuar demandando ante las contradicciones del propio Estado. La comunicación entendida como derecho humano y la democratización de las comunicaciones como condición de la democratización de las sociedades asumieron para AMARC el estatuto de proyecto político, independientemente de otras valoraciones políticas respecto del gobierno nacional.

En cuarto lugar, si durante el período anterior los significantes comunitarias, populares y alternativas habían sido, predominantemente, utilizados como equivalentes para nombrar y dotar de identidad colectiva a las radios, en el nuevo período identificamos la erosión de las equivalencias en los modos de nombrar. Si bien estas tres nociones continuaron nombrando de modo general a las emisoras, algunas publicaciones comenzaron a privilegiar unos significantes sobre otros. De este modo, lo popular fue actualizado con una fuerza creciente. Esto tiene su correlato en la revitalización de la categoría sociopolítica de pueblo para nombrar a sujetos políticos, con el fortalecimiento de los grandes relatos políticos dadores de identidad y con el renovado protagonismo de las agrupaciones políticas como espacios para vehicular la participación. Pero también, lo popular fue disputado desde posiciones y perspectivas distintas: por un lado, por quienes valoraron positivamente el proyecto nacional y popular conducido por el kirchnerismo; por otro lado, por quienes avizoraron en la construcción de poder popular la capacidad de las organizaciones y movimientos para construir tramas de poder alternativo en un momento histórico en el que el choque frontal con el Estado no es posible.

Por otra parte, la noción de radio o de comunicación alternativa fue circunscribiendo su presencia. Lo alternativo continuó nombrando a las radios y perspectivas de comunicación que se reconocieron ligadas explícitamente a posiciones políticas de izquierda y que confrontaron, en mayor o menor medida, con los gobiernos nacionales de Néstor Kirchner y Cristina Fernández. Pero fue crecientemente abandonado por quienes acompañaron o adhirieron al denominado proyecto nacional y popular conducido por el kirchnerismo. A su vez, la noción de radio comunitaria permaneció vigente en su capacidad de nombrar al conjunto de las experiencias. Ligada al significado de construir en común, no resultó especialmente enfatizada. No obstante, en un contexto en el que la noción de territorio emergió con fuerza en el desarrollo de políticas públicas, lo comunitario permitió aludir más explícitamente y con mayor contundencia a esta idea.

En quinto lugar, el proceso de diferenciación que venimos sintetizando se expresó en la emergencia de nuevos significantes capaces de estructurar la identidad de las radios. Emisoras que durante el período anterior habían sido contenidas en los significantes comunitaria, popular o alternativa enfatizaron otros significantes para ser nombradas. Radios cooperativas y radios indígenas resultaron los emergentes más sobresalientes. Desde la perspectiva teórica que asumimos en esta investigación, interpretamos que la emergencia de nuevos significantes no necesariamente se corresponde con claras delimitaciones conceptuales entre los términos. En su lugar, comprendemos que durante décadas los significantes comunitario, popular y alternativo permitieron articular a un conjunto amplio y diverso de actores que luchaban por el reconocimiento y el ejercicio de sus derechos comunicacionales en sociedades mediatizadas. Una vez que estas demandas comenzaron a ser reconocidas por el Estado, una vez que comenzaron a institucionalizarse a través de políticas públicas, se acentuó el proceso de diferenciación de estos actores. Como consecuencia, emergieron las nuevas formas de identificación y de nominación en el espacio público.

Por un lado, en el contexto de despliegue de políticas de comunicación desde el movimiento cooperativo y de la economía solidaria, algunas emisoras comenzaron a hacer propia o a enfatizar la noción de cooperativa. De este modo, lo que quedó acentuado fue la relevancia que fue asumiendo la cuestión de la sostenibilidad o la dimensión económica de las radios. En contraposición a las tendencias predominantes durante el período anterior, el nuevo énfasis permitió acentuar la centralidad otorgada al trabajo, a la producción de valor y a la cooperación con otras cooperativas. Permitted proyectar a las radios en el marco de la construcción de economías solidarias alternativas a las de mercado.

Por otro lado, a partir del debate del anteproyecto de la LSCA emergieron con fuerza los significantes de radio indígena y de comunicación con identidad. Si bien en nuestro país la emergencia de radios gestionadas por pueblos originarios tenía una trayectoria previa a la sanción de la LSCA, de lo que se trataba ahora era de distinguir a este tipo de medios respecto de la más amplia comunicación comunitaria, popular y alternativa. Las nociones de radio indígena y de comunicación con identidad permitieron acentuar la visibilidad de los pueblos originarios en el espacio público mediatizado; la expresión y la recuperación de sus propias lenguas, sus saberes y sus cosmovisiones; las luchas por la recuperación de sus tierras; y sus procesos organizativos. Aunque de manera más incipiente, también otros significantes, además de los de radio cooperativa y radio indígena, fueron utilizados para nombrar a las emisoras que históricamente habían sido nombradas como comunitarias, populares y alternativas: el de radio campesina y el de radio villera.

En sexto lugar, y por último, el proceso de diferenciación de la identidad política de las radios tuvo su correspondencia en el surgimiento de nuevas redes articuladoras. Desde su surgimiento en los años ochenta las radios se habían articulado en redes de medios de comunicación, así como en redes junto con otro tipo de organizaciones. Más aún, históricamente la articulación en red fue considerada acción estratégica de los proyectos comunicacionales de las emisoras en pos de la construcción de fuerzas sociales o políticas de creciente incidencia. Una vez sancionada la nueva ley, la construcción en red emergió con una renovada potencia para incidir en la efectiva reconfiguración del mapa comunicacional, para la interlocución con el Estado en el proceso de aplicación de la norma y para la implementación de políticas públicas que fortalecieran a las emisoras. No obstante, las redes ya existentes fueron diferenciando sus posiciones políticas respecto de la LSCA, del gobierno nacional y del Estado. Además, de manera incipiente fueron surgiendo nuevas redes. Algunas de ellas se expresaron en nuevas institucionalidades que coexistieron, en un mapa de múltiples imbricaciones, junto con las más antiguas FARCO, AMARC y RNMA.

El proceso de diferenciación que hemos sintetizado hasta aquí no fue total, ni completo. Si bien la democratización de las comunicaciones dejó de expresarse en los términos de la necesidad de sancionar una nueva ley que regulara los servicios audiovisuales, estaba lejos de ser un proceso acabado. La persistencia del antagonismo respecto de los medios concentrados y orientados por el fin de lucro continuaba tornando a las emisoras como equivalentes. La LSCA fue concebida un punto de inflexión en un mapa mediático que continuaba estando marcado por la desigualdad de los actores en disputa. De ahí que, si bien la lógica de la diferencia fue preponderante respecto de la lógica de la equivalencia, las radios comunitarias, populares y alternativas continuaron constituyendo una configuración discursiva.

Lo anterior también nos permite entender que, luego de la sanción de la LSCA, la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas no sólo estuvo signada por la dispersión. A lo largo de nuestra investigación hemos identificado que las emisoras acentuaron algunas significaciones o demandas comunes. Si a partir del 10 de octubre de 2009 la sanción de una nueva ley que regulara a los servicios de comunicación audiovisuales dejó de ser una de las principales demandas articuladoras de las radios; en su lugar fueron tomando forma otras demandas compartidas: la plena y efectiva legalidad; el desarrollo de políticas para contribuir a la sostenibilidad económica de las emisoras; el fortalecimiento tecnológico para enfrentar el obstáculo de la precariedad técnica y para profundizar la capacidad de incidencia; y la multiplicación de los emisores como camino para profundizar la democratización de las comunicaciones. Este conjunto de demandas, formuladas fundamentalmente de cara al Estado –independientemente de cómo el Estado fuera concebido– tornaron a las radios equivalentes.

Finalmente, la persistente oscilación entre la lógica de la equivalencia y la lógica de la diferencia ubicó a las radios comunitarias, populares y alternativa frente a una tensión: por un lado, reconocerse como sector o movimiento comunicacional con características propias dentro del mapa comunicacional y articularse en torno a un conjunto de demandas compartidas de cara al Estado y a sus gobiernos; por otro lado, reconocerse como integrantes de proyectos políticos, más allá de su especificidad comunicacional o radiofónica, diferentes. Y, desde este reconocimiento, posicionarse divergentemente frente al Estado y, más particularmente, frente al gobierno nacional. Durante los años ochenta, los noventa y los primeros años del nuevo siglo, las radios se habían erigido en espacios de participación política en un contexto de erosión de las filiaciones políticas tradicionales.

La revitalización de los partidos políticos, la restitución de la iniciativa política de los gobiernos kirchneristas a través de la conducción del Estado y las diferentes valoraciones acerca de estos gobiernos ubicaron a las radios frente a la tensión de proyectarse –o ser proyectadas- como medios de comunicación alineados con agrupaciones políticas que desbordan el accionar comunicacional. O bien, proyectarse como medios de comunicación que, aun estando orientadas por proyectos político comunicacionales, permiten expresar, contener e incluso articular diferentes filiaciones políticas. Dicho en otras palabras, seguir dando vida a espacios públicos mediatizados no alineados ni normativizados por una institucionalidad política por fuera de la dinámica de las mismas emisoras.

Referencias bibliográficas

Fasano, Patricia (2011). *Cambio de estilo. Etnografía sobre comunicación comunitaria, iglesia católica, cultura popular, radio, política y participación en un barrio de Argentina*. Tesis doctoral del Doctorado en Antropología Social de la Universidade Federal do Rio Grande Do Sul.

Iglesias, Martín (2015). *A contramano: modelos de gestión, modos organizativos y estrategias económicas de las emisoras comunitarias argentinas en búsqueda de la sustentabilidad (2005-2015)*. Tesis de la Maestría en Industrias Culturales de la Universidad Nacional de Quilmes.

Laclau, E. (2011). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires. (Obra original publicada en 2005).

Laclau, E. y Mouffe, Ch. (2010). *Hegemonía y estrategia socialista*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires. (Obra original publicada en 1985).

Lizondo, Liliana (2015). *Comunicación con identidad o comunicación comunitaria. El caso de la FM La Voz Indígena*. Tesis de la Maestría en Planificación y Gestión de la Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata.

Por una cartografía de las políticas de Comunicación Comunitaria en América Latina

For a cartography of Community Communication policies in Latin America

Por uma cartografia das políticas de Comunicação Comunitária na América Latina

Prof. Adilson Vaz Cabral Filho³

Resumen: Propõe-se investigar políticas latino-americanas de comunicação comunitária em suas mutações e tensionamentos, identificando debates e perspectivas do setor para afirmar a comunicação como direito humano.

Palabras Clave: Políticas de Comunicação, Comunicação Comunitária, Direito Humano à Comunicação.

1. Tema centra

Esta pesquisa se propõe a investigar a formulação e implementação de políticas de comunicação comunitária no âmbito dos países latino-americanos, compreendidas a partir de uma via distinta dos setores público-estatal e privado-comercial, como fruto das pesquisas realizadas em torno do projeto “Políticas Locais de Comunicação Comunitária na América Latina”, apoiado pelo PIBIC UFF/CNPq desde 20152.

Compreende a investigação qualitativa das estruturas de Estado para lidar com a Comunicação em geral e, especificamente, o setor da Comunicação Comunitária. Enfatiza também as legislações de referência em Comunicação e respectivas menções à definição, delimitação e viabilidade da Comunicação Comunitária. Contextualiza, por fim, os setores que se mobilizam pela formulação, aprovação e implementação de suas políticas, proporcionando investigações diversificadas e comprometidas com a afirmação da comunicação como direito humano.

2. Objetivos

- Identificar a visibilidade da Comunicação nas estruturas de governo latino-americanos;
- Compreender as legislações específicas relacionadas à radiodifusão comunitária;
- Contribuir para a promoção da sustentabilidade das iniciativas de comunicação comunitária.

3. Caracterização do estudo ou discussão teórica proposta

Tivemos nos últimos anos uma série de estudos sobre políticas de Comunicação Pública e Comunitária, especialmente nos países que elegeram governos progressistas na 1ª década do século XXI, compreendida como onda rosa ou década ampla, no tocante às janelas de oportunidade que permitiram avanços para a Comunicação no continente. A percepção da Comunicação Comunitária a partir de suas políticas é anterior e exterior a essa reconfiguração regulatória em países como Argentina, Bolívia, Equador, Uruguai e Venezuela, para ficar apenas nos de sistemas tripartite - público, privado e comunitário - em sua legislação nacional, mesmo que reféns de alterações bruscas diante da reorientação nos governos de turno.

³ Prof. Adilson Vaz Cabral Filho. Universidade Federal Fluminense. Doutor em Comunicação Social. Brasil. acabral@comunicacao.pro.br
Bolsista CNPq / UFF: Emanuela Neves do Amaral (estudante de Comunicação Social, Jornalismo da UFF. Alunas colaboradoras Camila Marins e Helene de Souza, também estudantes de Comunicação Social, Jornalismo da UFF.

A pesquisa aqui proposta busca evidenciar a condição geográfica deste continente em seus aspectos políticos, econômicos, social e cultural, compreendendo-o como uma terceira via compatível com a afirmação de um setor distinto do público-estatal e do privado-comercial.

3.1 Territórios a conquistar

A América Latina se define por uma condição comum de dependência, marcada por uma colonização exploratória a partir de uma série de "descobrimientos" acionado pelas políticas de expansão marítima de países europeus, não apenas latinos. Por não se restringir à geografia dos continentes América do Sul, Central e o México, a delimitação da América Latina é, dessa forma, controversa, tendo sido consolidada com a criação da CEPAL (Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe) em 1948, pelo Conselho Econômico e Social das Nações Unidas (ECOSOC), compreendendo uma composição de 20 países: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, El Salvador, Guatemala, Haiti, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela.

Essa composição permite compreender uma especificidade no trato com a comunicação, decorrente de processos culturais que caracterizaram a região a despeito de suas diferenças específicas, relacionadas com sua contribuição para o desenvolvimento e a transformação social (ver BRINGE, 2013), relacionando-se a concepções análogas no campo das Ciências Sociais, tais como a busca por epistemologias do Sul, ao bem viver, aos estudos pós-(des-)colonialistas de organizações como CLACSO, FLACSO, ULEPICC e mesmo grupos de pesquisa da ALAIC comprometidos com a perspectiva crítica da Comunicação. Assim, reflexões focadas em processos de concentração midiática e cerceamento do pluralismo e da diversidade nos meios tradicionais da Comunicação configuram compreensões envolvidas com estudos tradicionais no campo da Economia Política da Comunicação. Ao mesmo tempo, outras reflexões aproximam a perspectiva crítica da Comunicação das formas de apropriação das tecnologias de informação e comunicação pela sociedade nos países latino-americanos.

Os estudos sobre as dimensões políticas desses processos se dão na medida da consolidação dessas iniciativas, suas associações constitutivas e as crescentes demandas da sociedade pela visibilidade de políticas que possibilitem a continuidade e a expansão dessas práticas. A partir do Movimento Latino-americano de Vídeo Popular e, mais tarde, a criação da Associação Mundial de Radiodifusão Comunitária - AMARC - na América Latina, foram estabelecidos debates para formular princípios para regular a radiodifusão comunitária, em articulação com UNESCO e OEA.

A despeito dessa mobilização, o debate sobre as Políticas de Comunicação Comunitária no meio acadêmico ainda é incipiente e o setor é compreendido como periférico dentro do próprio campo da Comunicação. Existe um considerável hiato no processo formativo de estudantes a respeito de suas iniciativas e políticas, bem como na relação de setores acadêmicos com organizações de radiodifusão comunitária, a despeito de raras e honrosas exceções. Diante de uma ampla restrição às práticas de radiodifusão comunitária em função do cerceamento legal, policial, econômico e tecnológico, além da constante deslegitimação por parte da mídia tradicional, a Internet acaba sendo um território mais acessível e menos trabalhoso aos ativistas, apesar desse deslocamento significar um abandono da radiodifusão como território, algo que não vem sendo trabalhado no âmbito das emissoras comerciais.

Assim, cabe compreender as distintas realidades político-regulatórias entre os países da América Latina, em torno da radiodifusão comunitária como território peculiar no conjunto das Políticas de Comunicação, por conta da fragilidade do investimento por parte do Estado na viabilidade dessas iniciativas. Essa tarefa vem sendo trabalhada através da implementação do portal denominado ProLocal (<http://www.prolocal.uff.br>), que disponibiliza informação necessária para o fomento da atividade no meio acadêmico e social, possibilitando identificar demandas a serem implementadas na forma de políticas públicas a serem definidas e / ou implementadas pelos distintos países.

3.2. ProLocal

O portal ProLocal integra o projeto de pesquisa "Políticas Locais de Comunicação Comunitária na América Latina", realizado com apoio da PROPPI/UFF e do CNPq2. Promove uma análise comparativa entre políticas locais de Comunicação Comunitária nos países da América Latina, tendo como objetivos: identificar a visibilidade da Comunicação nas estruturas de governo dos países; compreender legislações específicas relacionadas à radiodifusão comunitária e contribuir para promover a sustentabilidade nas iniciativas de comunicação comunitária a luz das regulamentações e regulações existentes.

Essa plataforma busca disponibilizar informações relacionadas ao projeto, oferecendo um amplo mapeamento a respeito das políticas locais voltadas para a Comunicação Comunitária na América Latina. Compreende ainda a investigação qualitativa das estruturas de Estado para lidar com o setor, das legislações de referência e principais atores sociais que se mobilizam pela formulação, aprovação e implementação de suas políticas.

Os conteúdos disponibilizados fazem do portal uma plataforma de articulação acadêmica e social no contexto da radiodifusão comunitária, pautada na ideia de que tais iniciativas sejam compreendidas como um conjunto, que atue em complementaridade e na promoção de interfaces, na medida em que é por essas distintas vias que circulam os conteúdos que se pretendem plurais e diversos, democráticos e inclusivos, capazes na proporcionar um sistema de comunicação que se pautem por novas visões em debate na sociedade, que valorize o conjunto dos direitos humanos em relação ao qual a comunicação está inserida, articulando demandas específicas do movimento pela democratização da comunicação e de movimentos gerais.

Coloca-se, portanto, como desafio para tais iniciativas, não somente a regulação de um assim chamado "terceiro" setor nas legislações nacionais relacionadas à comunicação, bem como a implementação e a fiscalização, para que não se dê margem ao surgimento de um subsetor privado não-comercial, capaz de reproduzir as lógicas de mercado num nível mais restrito, nem um subsetor público-estatal, cuja viabilidade estaria condicionada à subserviência aos governos local ou nacional de ocasião (BECERRA, 2016).

3.3 Demandas políticas para o setor

A primeira tentativa consistente de estabelecer padrões para a regulamentação da radiodifusão comunitária foi proposta pela AMARC a partir do conhecido documento "Princípios para um marco regulatório democrático sobre rádio e tv comunitária", que levou à formulação da existência de três setores principais que configuram os sistemas de comunicação: público (relacionado ao estatal), privado (relacionado ao comercial) e comunitário (relacionado ao social), com outorgas equanimemente distribuídas.

Usualmente definido como "terceiro setor da comunicação" (KEA, 2007), o setor comunitário tem características próprias e distintas dos demais, sendo "meio eficaz de fortalecimento da diversidade cultural e linguística, da inclusão social e da identidade local, [que] promovem diálogo intercultural, contribuem para alcançar objetivo de melhorar a alfabetização midiática dos cidadãos (...)" (GERMANO, 2010).

Para além do próprio reconhecimento nas legislações nacionais, da viabilidade do setor através da reserva de espectro e de normas e critérios que definam identidades, objetivos e atribuições do setor, cabe compreender tal esforço como a necessidade de afirmar o compromisso do Estado com as atribuições de formular, implementar, monitorar e avaliar políticas públicas, fiscalizando e até mesmo capacitando e fomentando as iniciativas de comunicação comunitária, buscando garantir aos setores comunitários / sem fins lucrativos uma divisão de espectro que lhes compreenda um terço do espectro e um terço da verba governamental para incentivo ao setor (CABRAL, 2015).

Essa perspectiva abre espaço para a análise de diversos aspectos relacionados à afirmação dessas iniciativas nas legislações dos países latino-americanos, tais como os tipos de concessão / outorga; limites de alcance, frequência e potência; possibilidades de formação de rede; participação social na gestão, na programação e na gestão, além de aspectos relacionados à sustentabilidade, como fundos de apoio, limites de publicidade, patrocínio e apoio cultural (CABRAL FILHO e CABRAL, 2011).

4. Enfoque e metodologia de abordagem

A compreensão sobre as políticas locais de Comunicação Comunitária na América Latina se apresenta a partir de uma plataforma em atualização constante para referência de pesquisadores e ativistas, que identifique de modo claro demandas a serem trabalhadas pelos realizadores dessas iniciativas. Para além das informações disponibilizadas no portal ProLocal, são realizados periodicamente artigos de investigação sobre temas específicos em análise comparada.

Um primeiro estudo que buscou trabalhar uma abordagem comparativa da situação legal entre países da Europa e da América Latina foi trabalhada por BROCK e MALERBA (2013), tomando por base cinco variáveis de análise: definição legal, acesso ao espectro, potência de transmissão, prazo de outorga e sustentabilidade. O artigo de Gustavo Gómez Germano (2010) contextualiza o já citado documento da AMARC na perspectiva de atuação do movimento pela radiodifusão comunitária no continente.

Já em 1980 o Relatório McBride (UNESCO, 1980) indicava que "indivíduos e grupos podem (ou poderão proximamente) utilizar os seus meios de comunicação e recursos próprios, ao mesmo tempo que os dos meios de comunicação social", organizada em torno de diversas iniciativas de comunicação: alternativa, contra-hegemônica, popular, entre outras denominações (PERUZZO, 2006).

A mobilização recente em torno da formulação das políticas para o setor, realizada pela AMARC bem como outras organizações sociais e grupos de pesquisa, é justamente a de compreender políticas públicas comprometidas com a visibilidade e a continuidade do setor. São necessários mecanismos de cogestão - audiências públicas, conferências, conselhos, entre outros - para debater temas a serem trabalhados de modo acessível à população, buscando compreensão do conjunto do movimento de comunicação para tal mobilização.

5. Principais resultados, reflexões e conclusões

A primeira investigação em torno desse projeto de pesquisa teve como tema o efeito da transição política no trato dos governos para com as políticas de Comunicação, evidenciando a necessidade de uma análise contínua sobre os aspectos que envolvem o tema. A segunda pesquisa foi relacionada aos limites sobre a visão da Comunicação Comunitária como "terceiro" setor nos processos de regulamentação e regulação no continente. Estão programadas ainda uma reflexão sobre a definição de limites de potência na regulamentação dos meios comunitários de sinal aberto no continente e um estudo de longo termo sobre mecanismos de cogestão para debates, encaminhamentos e possíveis deliberações sobre as Políticas de Comunicação.

O documento "The state of community media in the European Union" (KEA, 2007) é uma referência na formulação de políticas para a Comunicação Comunitária. Traça um mapa das legislações existentes sobre o setor em países da União Europeia, com níveis distintos para a presença de democratização na regulação e na participação dos ativistas midiáticos em cada país.

Proposta semelhante foi realizada com o projeto de investigação implementado pelo Programa de Legislações e Direito a Comunicação da AMARC-ALC (América Latina e Caribe), que "comparou marcos regulatórios sobre radiodifusão de 29 países dos cinco continentes, a fim de identificar as melhores práticas em legislação e políticas públicas dirigidas a reconhecer e promover a rádio e a televisão comunitárias" (cf GERMANO, 2010).

Cabe, no entanto, para além de identificar o aproveitamento de janelas de oportunidade nos países progressistas, acompanhar transformações no continente, com atenção especial para:

- A compreensão de um modelo distinto do predominantemente público-estatal da Europa Ocidental (fortalecida em função da conjuntura política de meados do século XX, mas também ameaçada) e do predominantemente privado-comercial dos Estados Unidos (consideradas limitações e tensionamentos relacionados a aspectos econômicos, políticos e tecnológicos), superando a dicotomia público-privado na identificação de um mesmo patamar do qual deriva o terceiro setor, no qual privado (Mercado) e público (Estado) se organizam a partir do social ao qual se submetem;

- A contextualização de reflexões em torno de Epistemologias / Comunicologias do Sul, na medida em que valores que distinguem a comunicação comunitária da pública e da privada são pautados na afirmação de direitos humanos, a partir de contribuições e lutas contra a exploração e a opressão que atingem a todos, articulando América Latina a outros continentes, ao serem base de condições similares de exploração, expressando a afirmação da preservação, reparação e integração de povos indígenas originários, bem como a diversidade no continente.

Por fim, a existência de uma nova onda conservadora como reação à onda rosa progressista em alguns países, incidindo em processos de radicalização negativa e de polarização intensificada, demanda a recomposição de princípios e perspectivas que formularam a demanda recente por políticas afirmadoras dos direitos humanos, incidindo na atualização de novas e bem vindas perspectivas para as Políticas de Comunicação Comunitária na América Latina.

Bibliografia

BECERRA, Martín. Lo público, lo estatal y lo gubernamental: Desafíos de los medios públicos en América Latina. In SILVA, Juliano D. da; MORAES FILHO, Ivan. (Org.) (2016). **Sobre a mídia que queremos**: comunicação pública, direitos humanos & democracia. 1ed. Olinda: Centro de Cultura Luiz Freire.

BRINGE, Amparo Camdavid (2013). La comunicación para el cambio social: ¿nos acerca o nos aleja? In MARTÍNEZ HERMIDA, Marcelo; BRANDARIZ, LAGE, VÁZQUEZ (coords.) **Comunicación y desarrollo**. Buenos Aires, La Crujía.

BROCK, Nils e MALERBA, João Paulo (2013). Um ar mais livre? Uma breve abordagem comparativa da situação legal das rádios comunitárias na Europa e América do Sul. In **IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã 2013**. Disponível em http://amarcbrazil.org/wp-content/uploads/2013/08/UmArMaisLivre_VersaoMidiaCidada.pdf. Acesso em 13/10/2015.

CABRAL FILHO, A. V (2012). Nem privado nem estatal: a ideia de público como um sistema de comunicação In **Revista eCOMPÓS**. Brasília, v.15, n.1, jan. /abr. 2012. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/ecompos/article/viewFile/668572>. Acesso em 29/08/2012.

_____; CABRAL, Eula Dantas Taveira (2011). Mídia da sociedade civil, direitos à comunicação e a transição para o digital no Brasil: estabelecendo uma estrutura analítica para uma perspectiva comparada internacional In **Revista Brasileira de Políticas da Comunicação**, v. 1, p. 1-14, 2011. Disponível em <http://www.rbpc.lapcom.unb.br/pdf/RBPC-1-1.pdf>. Acesso em 29/08/2012.

GERMANO, Gustavo Gómez (2010). Principios para un marco regulatorio democrático sobre rádio y televisión comunitaria. In GUMUCIO-DAGRÓN, Alfonso y HERRERA-MILLER, Karina. **Política y legislación para la radio local en America latina**. La Paz, Plural.

KERN EUROPEAN AFFAIRS (KEA) (2007). **The state of community media in the European Union**. Bruxelas, Parlamento Europeu.

LIMA, Venício A. de (2011). **Regulação das comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo, Paulus.

MALERBA, João Paulo (2012). Rádios comunitárias: panorama da situação legal na América Sul. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed712_panorama_da_situacao_legal_na_america_sul. Acesso em 18/10/2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesus (2002). **Ofício de cartógrafo**: travesías latinoamericanas de la comunicación y de la cultura. Fondo de Cultura Económica, Santiago de Chile.

MORAES, Dênis de (2016). **Crítica da mídia e hegemonia cultural**. RJ, Mauad / FAPERJ.

PERUZZO, Cícília. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor. In **Palavra chave**. V. 11, n. 2, dez. 2008. Disponível em <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/649/64911214.pdf>. Acesso em 29/08/2012.

SEGURA, María Soledad; WECKESSER, Cintia (Orgs.) (2016). **Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos**. Córdoba: Editorial de la UNC.

UNESCO (1980). **Um Solo Mundo, Voces Múltiplas** - Comunicación e Información en Nuestro Tiempo. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>>. Acesso em novembro de 2009.

Rádios comunitárias no Brasil. Vinte anos depois do início de suas legalizações. Pontos e contrapontos

Community radio stations in Brazil. Twenty years after the beginning of his legalizations. Points and counterpoints

*Orlando Maurício de Carvalho Berti*⁴

Resumo: Este artigo reflete sobre os vinte anos do início da legalização das rádios comunitárias no Brasil. É feito um panorama, bem como debates, sobre os pontos positivos e negativos da Lei que sedimentou o funcionamento dessas emissoras. Também são objetivos refletir e trazer elementos históricos que marcam o percurso social das rádios comunitárias brasileiras nessas duas décadas. Parte-se de um estudo teórico e reflexivo tendo o reconhecimento de que a Lei Brasileira de Rádios Comunitárias proporcionou uma garantia de funcionamento dessas emissoras, mas que o real status das mais de 30.000 rádios comunitárias brasileiras ainda é de sérios problemas, principalmente em termos de que a maioria delas ainda não é legalizada, bem como também não há uma garantia estatal de manutenção e a maioria delas ainda sofre sérios problemas de reconhecimento como emissoras comunitárias.

Palavras chave: Comunicação, Comunicação Social, rádio comunitária.

Abstract: This article reflects on the twenty years of the beginning of the legalization of community radios in Brazil. Have on panorama is made, as well as debates, about the positive and negative points of the Law that sedimented the operation of these stations. It is also a goal to reflect and bring historical elements that mark the social journey of Brazilian community radio in these two decades. It is based on a theoretical and reflexive study, acknowledging that the Brazilian Community Radios Law provided a guarantee of the operation of these stations, but that the real status of more than 30,000 Brazilian community radio stations is still a serious problem, especially in terms of that most of them are not yet legalized, nor is there a state guarantee for maintenance, and most of them still suffer serious problems of recognition as community emissaries.

Key words: Communication, Social Communication, community radio.

Introdução

No ano de 2018 completa 20 anos no Brasil da promulgação da Lei 9.612/98, conhecida também por Lei de Rádios Comunitárias. Esse preceito legal instituiu o reconhecimento dos poderes públicos, principalmente o Federal, ao funcionamento de emissoras comunitárias radiofônicas, antes ilegais e profundamente perseguidas no país.

Nenhum meio de comunicação, como as rádios comunitárias em solo brasileiro, tem tanta capilaridade em seus quase 5600 municípios, divididos por 27 unidades federativas (também conhecidas por estados). Em praticamente todas essas cidades, incluindo suas zonas rurais, há uma FM comunitária funcionando ou tendo influência no dia a dia de suas populações. Parte dessas rádios ainda não é legalizada.

Elas têm grande responsabilidade de representação do local, do regional e, principalmente, das questões e demandas das comunidades. Os ambientes comunitários, em sua essência, são lugares de representação social e de maior possibilidade de congraçamento coletivo. A comunidade geralmente só é vista pela comunicação hegemônica como palco de noticiamento e de puro consumo informacional, raramente como lugar de produção e de identidades próprias que devem ser levadas em conta. As rádios comunitárias ajudam a inverter esses valores e têm alto poder de aproximação dos consumidores da informação com os seus meios; até tornando o consumidor também produtor de informações.

⁴ Orlando Maurício de Carvalho Berti é professor, pesquisador e extensionista dos cursos de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo e Relações Públicas – e do Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí – em Teresina, Piauí, Nordeste do Brasil. É pós-doutor em Comunicação, Região e Cidadania pela Universidade Metodista de São Paulo (Brasil). É doutor e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, com estágio de doutorado na Universidad de Málaga, na Espanha. E-mail: orlandoberti@yahoo.com.br

Havia no início de 2018 no Brasil aproximadamente de 30.000 rádios que são ou se consideram comunitárias. Destaca-se que não há uma quantidade precisa, mas estima-se que esse volume de rádios passa das dezenas de milhares por conta de suas presenças nos mais variados rincões e lugares do Brasil. Diariamente dezenas de rádios comunitárias são abertas e outras fechadas no País, existindo quase uma metáfora do gato e do rato, sendo o rato as emissoras e o gato, que corre atrás, o Governo, que tenta fecha-las.

Com um número tão expressivo de meios de comunicação social é impossível descartar o estudo deles e não levar em conta sua importância. E menos desprezível ainda é descartar sua história, que ainda é pouco abordada pela Academia.

Esses números também trazem uma polêmica: realmente o que é uma rádio comunitária no Brasil? Dependendo do conceito elas são as emissoras que atuam nas, das e para as comunidades, com nítido trabalho social nos ambientes cujo qual estão instaladas. Bem como essas emissoras também podem ser consideradas comunitárias, dependendo do ponto de vista, simplesmente pelo fato de serem chamadas como tal, ou até chanceladas em termos governamentais, com essa nomenclatura.

Confessamos que é difícil chegar a um denominador comum. Mas, mesmo defendendo a pluralidade de emissoras comunitárias no Brasil, optamos pelo conceito mais social desse tipo de meio de comunicação, justamente para podermos separar as que se utilizam do termo para funcionar, já nomeadas pelo movimento de “rádio picaretalhas” (do termo picareta, que é maldoso), das que realmente promovem uma interação social e melhorias reais para os ambientes cujo qual estão inseridas. Por isso opta-se, e defende-se, sobre a conceituação das rádios comunitárias serem as emissoras das, nas e para as comunidades, conceitos que serão melhor destacados no decorrer deste trabalho e que balizam a fundamentação teórica do mesmo.

Em um Brasil em que há uma moda acadêmica em quase todas as instituições de pesquisa em que há mais estudos ligados às tecnologias atuais e em fortes debates sobre as situações político e econômica, estudar as rádios comunitárias e sua história justifica-se em entender o fenômeno em sua essência e suas respectivas pluralizações. Inclusive, muitas vezes explicar a mudez das próprias comunidades, bem ou mal representadas por seus meios de comunicação próprios, frente a cada vez mais entrada em um mundo globalizado, mas cada vez mais ainda envolto às indústrias culturais massivas, mesmo que neorepresentadas pelas próprias tecnologias atuais e suas redes sociotécnicas.

Passado duas décadas da promulgação da Lei 9.612, em que houve evolução no movimento de rádios comunitárias do Brasil e nas emissoras e seus movimentos e, conseqüentemente, nas próprias comunidades: Como se deu esse processo? Quais as conseqüências? Quais os ruídos trazidos pelo fenômeno? Esses são os questionamentos balizadores que inspiram a realização do estudo. Respondê-los e refleti-los é o grande ponto de avanço científico do mesmo. Este artigo também pretende discutir, debater, refletir e trazer elementos históricos marcantes ao movimento de rádios comunitárias no Brasil, após o marco temporal dos vinte anos decorrentes da Lei e suas conseqüências durante esse tempo.

Parte-se de uma metodologia exploratória, histórica, retrospectiva e reflexiva para aclarar o fenômeno, baseando-se em pesquisa bibliográfica e de levantamento de dados, bem como trazendo pontuações via pesquisas de campo do próprio entendimento e vivências do autor nos processos de entendimento do fenômeno quase que durante todos esses vinte anos de implementação da Lei. Parte-se de um lugar de pesquisa em que o pesquisador está diretamente ligado ao movimento e também às rádios comunitárias.

O artigo é dividido em três partes. A primeira, intitulada “O que é uma rádio comunitária no Brasil? Muito além de uma Lei”, trata sobre o conceito de uma emissora de rádio comunitária no contexto brasileiro e entremeio ao Mundo do Rádio. Esse é um capítulo de caráter teórico, evocando conceitos básicos, passando por questões clássicas e ampliando-as para fatos mais modernos. Já a segunda parte, nomeada “A Lei 9.612/98. Um marco ou um fiasco?”, envereda sobre esclarecimentos e reflexões da lei brasileira de rádios comunitárias em si. O capítulo, de identificação do sujeito-objeto da pesquisa, adentra sobre a legislação brasileira e suas polêmicas. Este capítulo também esmiuça os pontos mais discussivos da legislação justamente preparando o estudo para a fase mais importante, que vem a seguir, com a elucidação da problemática da pesquisa. A terceira e última parte, que é de caráter analítico, intitulada “Vinte anos depois da Lei brasileira das Rádios Comunitárias. Pontos e contrapontos”, trata sobre o fenômeno em si e suas reflexões passado duas décadas do marco inicial da legalização das rádios no Brasil. Aborda-se também e os pontos que ainda precisam melhorar e evoluir para o movimento de rádios comunitárias, e ainda para as emissoras e seus agentes, terem realmente seus lugares de destaque e seus verdadeiros reconhecimentos sociais e comunicacionais.

1 – O que é uma rádio comunitária no Brasil? Muito além de uma Lei

As rádios comunitárias são uma das categorias de meios de comunicação social radiofônico existentes no Brasil. Elas fazem parte da comunicação sonora com emissoras também classificadas de: convencionais, públicas, educativas, livres, de poste, entre outras, sendo através de ondas hertzianas ou não. Cada uma com seu modo e intencionalidade de reverberar, através de sons, processos comunicacionais, geralmente massivos e com: vivências, confluências e consequências próprias.

Esses adjetivos tornam o meio rádio um dos maiores e mais heterogêneos formatos de pluralização da comunicação. O rádio permanece forte no Brasil principalmente porque apesar dos números de alfabetizados vir crescendo a cada ano esse mesmo aumento não é dado no letramento e no acesso à leitura na mesma velocidade. Por isso a TV no Brasil continua sendo a mídia das massas e o rádio a mídia das regiões e dos locais. Muitas vezes as próprias comunidades podem ser confundidas também com o local e até com o regional dada suas capilaridades e ações de conagração coletivo.

As rádios comunitárias podem ser chamadas também de alternativas, principalmente quando oferecem uma programação mais voltada para os ambientes cujo qual estão inseridas e se contrapõem aos meios hegemônicos. Baliza-se no conceito de uma rádio comunitária como um meio de comunicação social atuante nas, das e para as comunidades cujo qual está inserida. Nessa formulação básica são abordados estudos de nossa autoria (BERTI, 2009; 2014 & 2017). Não apregoa-se uma conceituação fechada, mas intencionaliza-se a prova teórico-empírica sobre a importância das rádios comunitárias no contexto brasileiro e também latinoamericano, notadamente sobre suas serventias sociais.

Desde 2016 que o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações brasileiro criou o Plano Nacional de Outorgas – PNO. Esse documento tenta regulamentar e, notadamente, promover uma distribuição mais justa nas concessões das rádios comunitárias do país, inclusive tentando garantir que todos os municípios do País sejam abrangidos ao menos por uma emissora comunitária radiofônica.

Depois da outorga da Lei 9.612 (que falaremos mais à frente) essa foi a maior atitude do Governo Federal brasileiro para tentar reparar os erros históricos relacionados às rádios comunitárias e sua distribuição não plural no País. Entre polêmicas, conquistas, avanços e (às vezes) retrocessos fazer rádio comunitária no Brasil é uma atividade hercúlea, desafiadora e que traz instigações sobre o estarem nas comunidades, agirem por elas e refletirem suas demandas.

Entre o início do serviço de comunicação comunitária no Brasil até o princípio de 2018 (marco temporal deste trabalho) o movimento de rádios comunitárias brasileiro passou por uma série de momentos. Sendo os principais: sua garantia de reconhecimento do Governo Federal para que o sistema de rádio comunitária pudesse funcionar; sua sedimentação enquanto reconhecimento social; garantia de evolução através de reconhecimento, inclusive financeiro, das emissoras e das entidades que as propunham e mantinham; e interfaces mediante as adaptações às tecnologias atuais.

Desde as primeiras transmissões radiofônicas no Brasil, ocorridas há menos de um século, que esse meio de comunicação vem deixando sua marca na vida do brasileiro, mesmo muitas vezes passando por crises e discussões se será ou não suplantado por outras mídias, tidas como mais modernas e abrangentes. Acredita-se e apregoa-se que as discussões não devem ser pautadas sobre se o rádio (como meio de comunicação) vai acabar ou não, mas sim pelo seu poder e uso social, consequência direta para a sobrevivência e maior reconhecimento das próprias rádios comunitárias.

Por serem orais, instigando principalmente a audição de quem acessa os produtos comunicativos, as rádios trazem o entendimento dos processos comunicacionais com maior rapidez. Notadamente por serem de fácil acesso (devido aos aparelhos de rádio custarem menos do que a maioria dos outros eletro-eletrônicos e, quase sempre, são portáteis, não custando muito caro mantê-los) não necessitando leitura visual, visto que também se torna útil e popular por conta do grande índice de analfabetismo funcional no País (capacidade de ler apenas questões básicas). Além de haver o maior número de meios de comunicação desse tipo no Brasil, principalmente nas regiões mais pobres, contemporaneamente, ainda majoritárias no território nacional. Levando-se em conta somente as rádios comunitárias, esse número ainda é grande e suas consequências ainda têm muito maior poder social.

Uma emissora de rádio tem também a possibilidade de ser a principal forma de representação e possibilidade de reverberação dos ideais comunitários, ou ainda dos ideais e ideias nos âmbitos: regional e local, principalmente por conta dessa proximidade e fidelização com o receptor.

O estar próximo às comunidades ajuda as emissoras comunitárias a poderem fazer mais pelos ambientes cujo qual estão inseridas. Isso é dado porque a maioria (ou quase totalidade) dos agentes comunitários dessas emissoras estão inseridos no próprio ambiente local, conhecendo à fundo as demandas comunitárias, muitas vezes tendo sido nascidos e criados naqueles ambientes. Fatos que instigam maiores compromissos comunicacionais dessas rádios.

José Eugênio de Oliveira Menezes (2007, p. 22-24) destaca que as emissoras de rádio contemplam diversos fios de tempo e vozes que se misturam na vida de um lugar, e ainda possibilitam a sincronização da vida em sociedade, promovendo, em termos de sensações, a criação de cenários mentais e imagens endógenas, ou seja: próprias para o cidadão receptor. O rádio tem o poder de transformar e construir novas sociabilidades, mudando lugares, pessoas, mentalidades e instigando uma sociedade mais justa, principalmente se tiver por trás pessoas compromissadas e unidas com causas coletivizantes. “No meio rádio encontramos com maior frequência os trânsitos sonoros entre os que têm acesso e os excluídos das expressões de cidadania como alimentação, trabalho, saúde, educação e lazer” (Menezes, 2007, p. 99).

Como também comentam Robert Merton e Paul Lazarsfeld (2002), destacando o que é o rádio, suas funcionalidades e ainda frisando sobre as funções sociais dos meios de comunicação, indicam e reconfirmam que o rádio tem grande poder de mudança social, cada vez mais crescente e cada vez mais ocupante no papel formativo da sociedade. Sendo ainda que esses meios de comunicação podem enveredar por três grandes funções atribuindo status às causas públicas, bem como às pessoas, às organizações e aos movimentos sociais, conferindo prestígio aos mesmos e acrescentando autoridades individuais e grupais, legitimando seus status. “A função de atribuição de status penetra dessa forma na ação social organizada, legitimando certos programas, pessoas ou grupos (Lazarsfeld & Merton, 2002, p. 114-116).

O rádio, segundo Sérgio Mattos (2004), é um serviço público sobre o qual o Governo tem controle desde o seu nascimento no Brasil, dando interferência estatal, principalmente na liberação desses meios de comunicação. Essa é mais uma justificativa nas questões de ingerência das liberações das emissoras de rádios comunitárias. No País, apesar das ondas serem livres para se montar uma emissora, nos auspícios da lei tem-se de ter autorização estatal, passando-se por burocrático, demorado e, na maioria das vezes, complicado processo de legalização.

Desses meios as rádios comunitárias são as que mais sofrem a ação dos poderes públicos, dado principalmente por seu histórico de lutas sociais e de vivências contra-hegemônicas e alternativas ao status quo dominante, historicamente alinhado ao capital e também à concentração de meios de comunicação nas mãos de pouco e, quase sempre, com forte ligação político-partidário entre os detentores dos comandos dos grandes meios de comunicação nacional e regionais.

Sérgio Mattos (2004, p. 154) enfatiza que o rádio no Brasil exerce papel crucial como meio de integração nacional, tão importante quanto o da televisão. Por isso o Estado brasileiro sempre teve interesse em controlar esses meios. “Ele buscou uma influência cada vez maior sobre esses veículos de transmissão. O interesse do Estado em controlar estes meios se explica em função de sua grande penetração social” (Mattos, 2004, p. 154).

Miguel Àngel Ortiz e Jesús Marchamalo (2005, p. 21) destacam que o rádio fundamenta a capacidade humana dos processos de comunicação em quatro tipos de mensagens (também chamadas por eles de linguagens): a falada, ou seja, a palavra; a linguagem da música, também chamada linguagem das sensações; a linguagem dos sons e dos ruídos propriamente ditos; e a linguagem do silêncio).

O rádio também se caracteriza, como destaca Luiz Artur Ferrareto (2000), como um meio de comunicação com audiência ampla, heterogênea e anônima, sendo sua mensagem definida por uma média de gosto. Em termos de rádios comunitárias esse conceito ainda pode ser ampliado a partir de trazer mais interação entre os sujeitos dos processos comunicacionais. André Carvalho (1998) enfatiza que o rádio é a mídia em cima dos acontecimentos por conta de sua instantaneidade e simplicidade. “O rádio exige apenas um dos sentidos humanos – a audição, o que permite a sua presença ao lado do homem em qualquer circunstância” (Carvalho, 1998, p. 23).

Eduardo Meditsch (2007) amplia a discussão, destacando que a conjugação dos fatores eletrônico e auditivo torna o rádio duplamente sólido, citando esse meio de comunicação como uma extraordinária forma de produção de conhecimento que está sendo subutilizado pela sociedade, podendo ser mais ampliado e ainda mais socializante.

É nesse entremeio que o rádio se torna necessário e consolida seu papel de importância nos processos comunicacionais, com vivências cidadãs cada vez mais crescentes e com esse meio de comunicação mais utilizado pela sociedade no sentido de cobrar direitos e multiplicar vozes. As rádios comunitárias sedimentam esses conceitos.

No Brasil uma Lei tentou clarear esse poder comunicacional. Ela não foi realizada como um ato de democratização da comunicação, mas sim via uma pressão social, notadamente dos movimentos de rádio comunitária. Conheçamos.

2 – A Lei 9.612/98. Um marco ou um fiasco?

A Lei brasileira de Rádios Comunitárias é uma construção histórica não só do ano de 1998. Ela é uma consequência de mais de uma década de lutas diretas do movimento de rádios comunitárias, que antes de ser constituído propriamente dito, já lutava pela democratização da Comunicação desde o período da Ditadura Civil Militar (1964-1985), que colocou o país em um período de sombras pelas lutas dos direitos sociais e coletivos.

Após milhares de prisões, milhares de processos e ações truculentas patrocinadas pelos poderes públicos, muitas batalhas no campo jurídico e social o movimento de rádios comunitárias pôde, finalmente, ter o reconhecimento das emissoras nas primeiras semanas de 1998.

Segundo o MCTIC – MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÃO E COMUNICAÇÕES (2017) – que regulamenta as rádios comunitárias no Brasil, esse tipo de emissora é regida pela Lei número 9.612, de fevereiro de 1998, que criou o serviço de radiodifusão comunitária pelo Decreto número 2.615, também de 1998.

No âmbito do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, o Serviço de Radiodifusão Comunitário tem como norma a Portaria nº. 4334/2015 (Norma 1/2015), que traz todas as regras sobre como serão processados os pedidos de outorga e, igualmente, como o Serviço deverá ser prestado (MCTIC, 2017).

A Lei (PLANALTO, 2018) destaca que o Serviço de Radiodifusão Comunitária opera em radiodifusão sonora e em FM (frequência modulada), “em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço”. Esse ponto da legislação engessa muito o trabalho de abrangência regional das rádios comunitárias, muitas delas o único meio de comunicação local em centenas de quilômetros de raio.

Passados quase 20 anos de sua promulgação ela continua sem ser aceita por parte do movimento de rádios comunitárias principalmente por trazer uma série de limites para o funcionamento dessas emissoras.

O próprio artigo 3º da Lei é um apanhado que, se fosse posto na prática, instigaria muito mais o papel das rádios comunitárias em que o serviço de radiodifusão comunitária tem por finalidade atender as comunidades beneficiadas com vistas básicas a cinco pontos, a seguir:

- I – dar oportunidade à difusão de idéias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade;
- II – oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social;
- III – prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário;
- IV – contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente;
- V – permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível (BRASIL, 2017, p.01).

A legislação sobre rádios comunitárias trata de uma série de restrições que balizam o serviço e, principalmente, podam uma série de trabalhos das emissoras. Essas polêmicas, vinte anos depois, bem como durante esse tempo, abordaremos a partir de agora.

3 – Vinte anos depois da Lei brasileira das Rádios Comunitárias. Pontos e contrapontos

Já é fato, inclusive historicizado, que em fevereiro de 2018 completou vinte anos do início da legalização das rádios comunitárias no Brasil. Apesar de poucas lembranças sobre essa “comemoração” é importante reconhecer o marco da lei como o primeiro passo a dar garantias verdadeiras ao movimento de rádios comunitárias.

Passadas essas duas décadas uma parte (agora minoritária) do movimento que abrange essas emissoras ainda não aceita a legislação como foi proposta. Esse grupo ressalta que a mesma é restritiva à propagação livre de ondas e sons; por isso não concorda em se submeter às questões legais. Esse movimento se autodenomina de rádios livres ou de rádios alternativas e têm nítido cunho contra-hegemônico. É presente principalmente nos grandes centros urbanos.

No começo pós a implementação da Lei 9.612/98 foram poucas e, passado essas duas décadas, mais de quatro mil emissoras conseguiram a chancela governamental para poderem atuar nas comunidades e cidades em que foram inseridas.

Destaca-se que mesmo com a legalização de muitas rádios comunitárias várias delas continuam sofrendo uma série de restrições (advindas principalmente do próprio Governo Federal Brasileiro) e do próprio poder fiscalizatório e muitas vezes injusto da Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações.

Muitas comunidades não conseguem ser abrangidas por suas rádios comunitárias, mesmo elas sendo legalizadas. Apesar de não haver estatísticas precisas, geralmente as comunidades mais carentes são as menos beneficiadas pelas emissoras comunitárias legalizadas; um paradoxo gigantesco sobre a presença desses meios no território brasileiro. Destaca-se que na maioria das vezes a política de pouca distribuição de emissoras nos locais que mais precisam das mesmas não é culpa do movimento, mas das próprias legislações no Brasil.

O Plano Nacional de Outorgas, de 2016, tenta colocar ao menos uma rádio comunitária para cada um dos municípios brasileiros, mas o que se nota em muitos casos é que várias cidades abrangidas terminam sendo contempladas com as emissoras e muitas delas caem nas mãos de grupos político-partidários que, muitas vezes, sequer colocam as emissoras para funcionar ou as põem nas mãos de grupos religiosos ou políticos.

Um dos pontos gerais é que enquanto há essas quatro mil emissoras legalizadas outras 25.000 não gozam do mesmo status.

Esse número, em termos gerais, é grandioso, pois são milhares de rádios. Comparando-se com outros países do Mundo ter milhares de emissoras de rádio é muito maior do que todos os seus meios de comunicação.

Leve-se em conta que o Brasil é o quinto maior país do Mundo, bem como tem áreas, em todas as partes do seu território, ainda sem nenhum meio radiofônico, notadamente para pensar e agir pelas questões locais e regionais.

Se levarmos em conta a quantidade das que ainda não foram legalizadas, correspondendo a um número, no mínimo, sete vezes maior sobre a quantidade das autorizadas a funcionar, vemos que o Brasil ainda está aquém da própria responsabilidade de realmente valorizar à fundo o movimento das rádios comunitárias e o importante trabalho que esses meios de comunicação fazem para boa parte do País, notadamente para rincões historicamente alijados das coberturas midiáticas realmente sociais.

É notório que a história dessas emissoras não é restrita apenas ao período de legalização. Mas a Lei 9.612 é um marco no contexto comunicacional comunitário radiofônico brasileiro.

Repete-se que ela é importante para dar um caminho inicial ao movimento. Mas seu status de praticamente ser uma camisa de força termina inviabilizando muito das lutas contemporâneas, inclusive para tentar refletir o que realmente é uma comunidade. Lembrando-se que leva-se em conta os conceitos de comunicação comunitária sendo o que é feito nas, das e paras as comunidades.

Pontua-se a evolução a partir de todos os esforços feitos para garantir uma lei que amparasse o movimento de rádios comunitárias no Brasil e tudo o que foi feito a partir desse marco. Mas é fato que a comunidade mudou, não só em seu conceito acadêmico, mas da própria inserção social do que seja comunidade.

Costumamos exemplificar que, por exemplo, no município de São Paulo temos um jornal de bairro, na região do Ipiranga (na zona Sul), com mais de 60.000 exemplares por edição. Ou seja, um jornal que gaba-se de ser comunitário. Enquanto isso, em mais da metade dos estados do Brasil os jornais de circulação estadual não chegam nem à metade dessa tiragem.

Também vemos que há rádios comunitárias em determinadas cidades e regiões brasileiras que têm muito mais audiência do que a própria Globo. Por isso uma das respostas contemporâneas à própria comunicação comunitária, incluindo-se a radiofônica é a questão do pertencimento. Alain Bardin (2001) trata muito bem desse ponto ao destacar que o pertencimento é importante para a comunicação comunitária a partir do quanto os sujeitos, mesmo não estando geograficamente próximos, se sentem pertencentes àquelas comunidades. E os meios de comunicação, notadamente os comunitários, ajudam a esse pertencimento. Defendemos também o poderio das rádios comunitárias entremeio a esses processos sociais.

Por mais restritiva que a lei seja ela deu a garantia de emissoras que lutavam desde a década de 1970 a terem suas vozes reconhecidas. Em boa parte das duas décadas que antecederam a Lei de legalização das emissoras no Brasil notou-se que houve muita perseguição, com prisões, destruição de equipamentos, várias ações judiciais contra membros e operadores do movimento de rádios comunitárias.

É nítido que os impedimentos de frequência, bem como de alcance prejudicam o trabalho de milhares de rádios comunitárias brasileiras já que muitas dessas rádios terminam sendo o único meio, em dezenas (e às vezes centenas) de quilômetros de distância. São os únicos meios de comunicação realmente a atingir determinadas parcelas da população, geralmente as mais socialmente vulneráveis. Um dos principais pontos que permanecem em voga e que se cobra, notadamente no campo acadêmico para o campo social, é a união do próprio movimento de rádios comunitárias no Brasil.

Temos de reconhecer que o movimento já foi mais dicotomizado, inclusive com nítida dualidade de ação e até do próprio entendimento do que realmente seja uma rádio comunitária. Conceitos à parte, essa união precisa ser construída e fortalecida, pelo bem do todo, contemporaneamente esfacelado por perseguições, cobranças desnecessárias e até pela pouca quantidade de interesse social pelo trabalho de várias dessas emissoras.

Com mais de uma entidade atuando e dizendo-se defensora do movimento nunca houve um passo uniforme no que realmente o movimento quer. Um ponto a ser levado em conta é que o próprio movimento é vítima do seu gigantismo enquanto quantidade de rádios comunitárias e representa as próprias identidades culturais e políticas de um Brasil de vários brasis. Com certeza uma rádio comunitária da região amazônica tem demandas diferentes de uma emissora nos rincões do Sertão nordestino.

Cristiano Aguiar e Venício Lima (2008) tratam de um fenômeno bem nocivo ao movimento de rádios comunitárias brasileiro, que mesmo com a Lei, termina sendo crescente, que é o caso do coronelismo eletrônico de nova geração. Esse tipo de ação consiste em grupos político-partidários, historicamente controladores de rincões político-eleitorais, se beneficiarem da Lei de Rádios comunitárias para conseguirem, através de ação direta junto aos poderes concedentes de emissoras de rádios desse tipo, montando verdadeiras redes em prol desses grupos e deixando de lado interesses coletivos.

Pois é muito mais barato manter uma emissora de rádio funcionando, muitas vezes tocando música por dias seguidos, a ter outras estruturas comunicacionais. Para o coronelismo eletrônico de nova geração essas emissoras autorizadas a funcionar como comunitárias servem como palanque político durante as campanhas eleitorais e como lugares de assistencialismo.

Todos os exemplos refletidos são detalhes de uma nítida lei que precisa ser refletida com maior afinco e respeitar mais as questões regionais e comunitárias de um Brasil continental. E, mais que a Lei, o mais importante é ter um movimento unido em suas diferenças e atuantes em prol de uma comunicação comunitária realmente voltada para os rincões nacionais.

Considerações

As principais considerações da pesquisa versam sobre o quanto a Lei 9.612/98 é obsoleta e precisa ser mais democrática, com a necessidade urgente de mudanças. E isso não é só abrir novos canais, mas haver a garantia estatal de fortalecimento e maior reconhecimento do movimento de emissoras comunitárias.

Paradoxalmente a Lei foi promulgada em um governo eminentemente direitista (do presidente Fernando Henrique Cardoso – PSDB). Mas também, 65% do tempo de duas décadas da Lei de Rádios Comunitárias no Brasil as comunidades vivenciaram sob os auspícios de governos esquerdistas (Luís Inácio Lula da Silva, duas vezes, e Dilma Rousseff, duas vezes – tendo o segundo mandato interrompido após sofrer impeachment – ambos do PT). Paradoxalmente os governos esquerdistas do Brasil, que foram muito emblemáticos para as classes sociais menos abastadas, não tiveram tanta ênfase e atuação quanto ao movimento de rádios comunitárias.

Uma das justificativas é dada principalmente porque o campo comunicacional é mais amplo e impregnado de hegemonias, com grandes redes nacionais interligadas a grandes grupos político e econômicos.

Nos vinte anos de legalização das rádios comunitárias do Brasil tem como principais pontos sua legalização, suas lutas, suas implementações, seu uso indevido por parte de grupos político-partidários, econômicos e religiosos, bem como suas problemáticas relacionadas à digitalização, já em curso nas emissoras comerciais.

Nota-se que o próprio Governo Federal brasileiro quer tratar as emissoras de rádio comunitária como meios de comunicação de menor importância. Esquece que a importância delas não está no alcance geográfico, mas nas suas influências de tratar demandas micro-locais.

Somente a organização do próprio movimento pode mostrar o quanto ele é diferencial e importante na vida de cada uma das comunidades brasileiras, mostrando o verdadeiro poder de um meio de comunicação social na, da e para as comunidades.

Que a temática dos vinte anos da legalização das rádios comunitárias no Brasil continue sendo evocada não só pela Academia, mas também ganhe seu grande espaço de resistência e debate: a comunidade. Sem a própria comunidade, e seu respectivo envolvimento, não há evolução e todo o trabalho, muitas vezes de anos, feito por essas emissoras de outros tipos de mídias comunitárias, podem ser em vão.

Referências

Ángel Ortiz, M., & Marchamalo, M. (2005). *Técnicas de comunicação pelo rádio – a prática radiofônica*. São Paulo: Loyola.

Berti, O. M. C. (2009). *Os processos comunicacionais nas rádios comunitárias legalizadas do Sertão do Piauí*. (Dissertação de Mestrado não publicada). Universidade Metodista de São Paulo, Brasil.

Berti, O. M. C. (2014). *Processos comunicacionais nas rádios comunitárias do sertão do nordeste brasileiro na internet*. (Tese de Doutorado não publicada). Universidade Metodista de São Paulo, Brasil.

Berti, O. M. C. (2017). *Teorias da Comunicação Comunitária – faces e interfaces nas comunidades contemporâneas*. (Trabalho final de Pós-Doutorado não publicado). Universidade Metodista de São Paulo, Brasil.

Bourdin, A. (2001). *A questão local*. Rio de Janeiro: DP&A.

BRASIL (2018). *Lei 9.612/98 – Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências*. Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9612.htm

Carvalho, A. (coord.). (1998). *Manual de jornalismo em rádio – rádio Itatiaia*. Belo Horizonte: Armazém de Ideias.

Ferrareto, L. A. (2001). *Rádio – o Veículo, a História e a Técnica*. Porto Alegre: Sagra Luzzato.

Lazarsfeld, P. F. & Merton, R. K. (2002). Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In Lima, L. C. Teoria da Cultura de Massa. São Paulo: Paz e Terra.

Lima, V. A. & Lopes, C. A. (2008). Rádios comunitárias: coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004). In R. Rolim. *Rádio, movimentos sociais e direito à comunicação*. Recife: Oito de Março.

Mattos, S. (2004). O desenvolvimento dos meios de comunicação. In M. C. Gobbi & A. Hohlfeldt. *Teoria da Comunicação – Antologia de Pesquisadores Brasileiros*. Porto Alegre: Sulina.

MCTIC (2018). *Rádio comunitária – apresentação*. Disponível em www2.mcti.gov.br/index.php/espaco-do-radiodifusor/radio-comunitaria

Meditsh, E. (2007). *O rádio na era da informação – teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular, Editora da UFSC.

Menezes, J. E. O. (2007). *Rádio e cidade – Vínculos Sonoros*. São Paulo: Annablume.



La comunicación comunitaria en el contexto de la comunicación alternativa

Community communication in the context of alternative communication

*Edinson Castro Pedrozo*⁵

Resumen: En esta investigación se pretende reflexionar sobre el uso y la valoración de la comunicación alternativa centrada en la radio desde América Latina. Se contrastan, confrontan y se dialoga con autores e investigadores latinoamericanos (Aguirre: 1998, Cañizalez: 2000, Delorme: 1992, García Canclini: 1996, Malbrán: 2010, Mattelart: 2003, O'Sullivan: 1992, Pineda: 2000 y Rodríguez: 2009), acerca de la comunicación alternativa y se ofrece otra mirada teórica sobre el tema. Se trata de una investigación teórico-documental anclada en la trayectoria investigativa y profesional-práctica desde la radio que sirve como insumo fundamental para la tesis doctoral del autor.

Palabras Clave: Comunicación comunitaria, comunicación alternativa, radio comunitaria.

Abstract: This research intends to reflect on the use and assessment of alternative communication centered on radio from Latin America. Latin American authors and researchers are contrasted, confronted and dialogued with (Aguirre: 1998, Cañizalez: 2000, Delorme: 1992, García Canclini: 1996, Malbrán: 2010, Mattelart: 2003, O'Sullivan: 1992, Pineda: 2000 and Rodríguez: 2009) regarding alternative communication, and another theoretical perspective on the subject is offered. This is a theoretical-documentary investigation based on the research and professional-practical trajectory concerning radio that serves as a fundamental source of input for the author's doctoral thesis.

Key words: Community communication, alternative communication, community radio.

1. Lo alternativo como punto de partida

Lo alternativo, por su asociación con alternativa, se relaciona con la posibilidad de elegir entre lo existente. Ante la pregunta ¿responda si o no?, la alternativa es una sola: si, o no. Entonces la alternativa es la posibilidad de elegir ante dos o más opciones; literalmente pareciera ser cierto. Ante la obligación de elegir entre si, o no, ¿se podría tomar la decisión de no elegir ninguna de las dos opciones? De ser así, la alternativa perdería su sentido, o quizás se convertiría en una "alternativa libre", porque no se está sujeto a la imposición del otro, de quien crea la "alternativa". Pero la alternativa y lo alternativo, aunque parecieran tomar vías distintas, terminan hermanados en el terreno de los medios.

La reflexión anterior podría servir para revisar el significado o la significación de lo "alternativo" aplicado a los medios de comunicación. Lo alternativo, podría lucir como reactivo: ante lo existente, surge otro. Ese otro, por ser alternativo, no tendría que ser diferente; sin embargo, en lo comunicacional, la diferencia es la que lo hace alternativo. Lo alternativo, en lo comunicacional, reviste diferencias, que pueden ir desde un dispositivo hasta formas, contenidos, relaciones, funciones, etc., siempre y cuando trascienda el interés individual, y no se tiene que traducir en novedades. Se puede catalogar como alternativo a un medio de comunicación que surge donde no existe medio alguno, pero, ¿de cuál medio se diferencia? ¿sólo por ser diferente sería alternativo? No es suficiente entonces con que el medio sea diferente a los otros, ni con que surja donde ya existen otros medios, porque no es lo mismo ser "una alternativa" que ser "alternativo". En lo comunicacional existen diversas alternativas y dentro de lo alternativo también. Lo alternativo, siempre será una alternativa, pero ésta no tiene por qué ser alternativo.

Cuando se crea un periódico en un lugar donde antes no lo había, podría denominarse como alternativo, aunque no existiera otra opción. Quizás, entre no leer el periódico, porque no existe, y leerlo ahora que existe, la gente pueda optar por no leerlo y continuar con su forma particular de informarse. ¿Podría ser considerado como alternativo este periódico que surgió en una localidad donde no existía medio impreso equivalente?

⁵ Edinson Castro Pedrozo, Doctor en Ciencias Humanas. Universidad del Zulia. Venezuela efcastrop@gmail.com

Es posible que lo alternativo trascienda el formato, el dispositivo y la pre-existencia. En este caso, lo alternativo podría estar en que ante la nada (entendida como el dispositivo) y lo que existía (la forma de obtener información), surge otra opción distinta a lo que existe. La nada es la carencia de algo. Al revisar la estructura, la propiedad, la función o los contenidos, podríamos encontrar que el periódico no representa ni responde a las necesidades, deseos, ni intereses del colectivo. Es un medio, una alternativa y una novedad, pero no se le puede denominar como “medio alternativo”, porque no responde al colectivo. Está claro que las necesidades, deseos e intereses de quienes conforman una comunidad pueden ser antagónicos, pero lo verdaderamente colectivo prevalecerá, aún en las diferencias, y descifrarlas para darle o buscarle respuesta de forma conjunta es lo que hace a un medio auténticamente alternativo.

En el caso específico de la radiodifusión, lo alternativo se ha producido como respuesta a lo existente, esto, en forma general, sin desconocer los casos particulares, en los cuales, ante la nada, se han generado proyectos radiofónicos surgidos en el seno de una comunidad de intereses para respaldar, visibilizar, reconocer o velar por los intereses de la comunidad. Pero, lo alternativo en la radio surge como otra opción ante la existencia de los dos modelos básicos y tradicionales de explotación del espectro radioeléctrico: público y privado, ha sido reactivo. En consecuencia, se le atribuye, y hasta se le exige, esa necesaria diferencia ante lo existente.

“Como un medio alternativo a los medios de comunicación públicos y comerciales, los medios comunitarios permiten una mirada distinta y amplia sobre diferentes cuestiones relevantes para las comunidades a que sirven. Son medios de comunicación independientes, de propiedad y gestión de las comunidades” (<http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/comunicacion-e-informacion/desarrollo-de-losmedios/medios-publicos-y-comunitarios/>). Consulta 12/12/2015.

Como dispositivo no se puede diferenciar de la radio existente ya que utiliza el mismo sistema de transmisión y tecnología, pero como modelo sí. El dispositivo, debería ser la única y exclusiva característica común con los otros modelos de radiodifusión, como lo señala Carlos Malbrán (2010):

“La designación de radio alternativa nos lleva inevitablemente al concepto de alter: el otro. Queda claro, entonces, que se trata de la otra radio, la no oficial, la no institucional y tal designación adquiere entonces el carácter de un compromiso: restar fuerza al discurso institucional, que, como hemos visto, a veces, se aleja de la verdad” (Malbrán, 2010: 182).

Se podría afirmar que toda radio comunitaria, campesina, obrera, proselitista, etc., puede considerarse como radio alternativa, pero no toda radio alternativa necesariamente es comunitaria, campesina, obrera o proselitista, podría ser una de ellas o cualquier otra que tenga por finalidad mostrar las voces, rostros y sentidos de una colectividad. Por ello, consideramos que el término alternativo luce como el más apropiado para denominar a esas “otras” radios, y no viceversa; por ser más amplio, más incluyente, sin importar su programación, gestión, finalidad, propiedad o segmentación, siempre y cuando sea una oferta de, desde, con o pro colectividad, cuyo norte no sea el lucro ni lo pro gubernamental. Ante las consideraciones expuestas, lo alternativo, a la luz de los medios de comunicación, podría lucir como contrapuesto a algo, de hecho, esa fue su raíz. Sin embargo, la evolución y la diversificación de estos medios, y su vinculación con la posibilidad de dar voz a quien no la tiene, nos obliga a acercarnos a otros planteamientos: las radios ciudadanas.

Siguiendo a Chantal Mouffe, Clemencia Rodríguez (2009), luego de confrontar diversos teóricos vinculados con la comunicación alternativa, concluye optando por lo que ella define como “medios ciudadanos” a “aquellos que promueven procesos simbólicos que le permiten a la gente designar y expresar el mundo en sus propios términos” (Rodríguez, 2009:18). Este concepto lo plasmó en primer término en su libro *Fissures in the mediascape*, publicado en 2001. Rodríguez recalca que estos medios “son aquellos que facilitan la transformación de individuos y comunidades en aquello que Mouffe llama “ciudadanos” y que Martín Barbero define como subjetividades empoderadas, con voz propia” (Rodríguez, 2009:19). Dentro de la corriente de la comunicación alternativa, podríamos emparentar lo expuesto por Rodríguez con esa función básica de este tipo de comunicación conocida como “autogestión”, porque “los medios ciudadanos son los medios que usan los ciudadanos para activar procesos de comunicación que contribuyen a modelar sus comunidades locales” (Rodríguez, 2009:19).

Este encausamiento de lo alternativo dentro de lo ciudadano, nos permite vislumbrar otras rutas para llegar al centro de nuestro objeto de estudio que es lo comunitario desde las particularidades del desarrollo de estos medios en Venezuela. De esta manera tenemos que, mirando desde América Latina, Rodríguez puntualiza que:

“Los medios ciudadanos son emisoras, televisoras comunitarias, iniciativas de internet, todos aquellos medios que abren espacios de comunicación donde hombres, mujeres, niñas y niños aprenden a manipular sus propios lenguajes, códigos, signos y símbolos, adquieren poder para nombrar el mundo en sus propios términos” (Rodríguez, 2009:19).

En otras palabras, participación en el sentido más amplio del término, porque “los medios ciudadanos activan procesos a través de los cuales individuos y comunidades re-codifican tanto contextos como su propia identidad” (Rodríguez, 2009:19). Cuando revisemos en profundidad la dimensión del término ciudadanía, es posible que nos podamos acercar un poco más al por qué de estos planteamientos relacionados con medios alternativos para revisar las radios comunitarias.

Quizás la mirada teórica sobre lo alternativo, cercano, pero no equivalente a ciudadano, se puede vislumbrar, para el caso específico de la radio comunitaria en Venezuela, en que su génesis, el estamento jurídico, privilegia la acción conjunta, gregaria, de un grupo de personas pertenecientes a un lugar determinado y no a individualidades, a ciudadanos. Aunque estos medios sean usados por ciudadanos y su efecto pueda individualizarse en el origen o en el receptor, siempre se tomarán como colectivo a diferencia de lo que señala Clemencia Rodríguez de que “los medios ciudadanos son los medios que usan los ciudadanos para activar procesos de comunicación que contribuyen a moldear sus comunidades locales” (Rodríguez, 2009:19). Consideramos que los medios ciudadanos también son medios alternativos marcados por su finalidad.

Como un medio alternativo a los medios de comunicación públicos y comerciales, los medios comunitarios permiten una mirada distinta y amplia sobre diferentes cuestiones relevantes para las comunidades a las que sirven. Son medios de comunicación independientes, de propiedad y gestión en manos de las comunidades.

2. Comunicación comunitaria: la lugarización como punto de equilibrio ante la globalización

La comunicación, en su forma primaria parte de la relación con el otro, con los otros, sin importar entorno, medios, formas ni resultados. Pero para que se dé la comunicación comunitaria, debe existir relación con los otros, entre los otros, sin importar los medios ni las formas, teniendo como punto de partida, eso sí, el entorno, sus necesidades, deseos y esperanzas (búsqueda de resultados colectivos).

Esta comunicación debe ser la suma de voces que resuene en un conglomerado de receptores activos, proactivos, encaminados hacia fines colectivos. No basta con permitir hacer escuchar la voz, ni con permitirse escuchar, hay que contar, escuchar el cuento, compartir el cuento y hacerlo circular; porque la comunidad, en su diversidad, se encuentra mediante el hecho comunicativo y comunicar en comunidad es contar para el entorno, mostrarse para los otros, percibir los signos y señales y actuar en consecuencia.

La comunicación comunitaria, aunque no tenga un territorio o un espacio, siempre será el lugar de encuentro entre la gente que pone en común sus vicisitudes y más allá. Es ese lugar el que determina la cercanía o la distancia que se acerca o se aleja dependiendo de la importancia que la misma comunidad establezca en sus prioridades.

La injerencia de los países desarrollados sobre sus contrarios, que fue la máxima expresión de las relaciones internacionales en el siglo pasado, es lo que se conoce como globalización; es decir, el ejercicio del poder en sus múltiples formas. El más fuerte sobre el más débil, en términos de productividad. Las herramientas que han permitido esta expansión de “los poderosos” para implantar “modelos de desarrollo” en todos los ámbitos de la evolución de los pueblos, se denomina tecnología, mejor aún: nuevas tecnologías.

La promesa de esta globalización se orienta hacia la oferta de una mejoría en la calidad de vida. Sin embargo, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) muestra que mientras la integración global está procediendo a gran velocidad y con alcance asombroso, la mayoría del mundo no participa de sus beneficios. Las nuevas reglas de la globalización, y los actores que las escriben, se centran en la integración de los mercados globales, descuidando las necesidades de las personas que los mercados no pueden resolver. La globalización supone múltiples ventajas, pero también grandes desventajas.

Este proceso con tendencia unificadora no se va a detener, mucho menos en el ámbito de la tecnología de las comunicaciones que es el que mayor apoyo y empuje ofrece a la globalización. La globalización no ha significado en la práctica la estandarización de un patrón uniforme que haya resuelto todas las diferencias, las distancias, y que no de cabida para las contradicciones y la diversidad social (Pineda, 2000).

Ante esta avalancha invasora, deben surgir nuevas propuestas de desarrollo local que permitan la participación, el acceso y la búsqueda del logro en las comunidades y su entorno, que bien puede fundamentarse en la comunicación comunitaria.

Una salida puede ser la lugarización, que se puede materializar a través de medios como la radio comunitaria. La lugarización entendida en un sentido amplio de participación donde se integren e interactúen los miembros de pequeños grupos o individuos capaces de compartir en comunidad de intereses.

3. La lugarización radiofónica

La lugarización radiofónica es el lugar de encuentro y de coincidencia entre un grupo de intereses específicos que no requiere convivencia en el mismo espacio geográfico, pero que responde, defiende y promueve los intereses de ese grupo social determinado mediante el uso de la radio como medio de interacción entre sí y con el entorno. Por ello, la radio comunitaria debe tener lineamientos precisos en cuanto a quiénes deben participar en ella y un público bien definido, pero como medio masivo no puede limitar el acceso del receptor.

Los Estados deben fomentar el desarrollo de espacios radiofónicos para la participación de quienes conviven en una localidad. Aunque existe la tendencia de relacionar a la radio comunitaria con espacios geográficos, el planteamiento en términos de lugarización va más allá del territorio y se circunscribe a la gente que puede o no compartir un entorno, pero que tiene un lugar o lugares de convivencia y de encuentro con el otro, con los otros. La lugarización radiofónica aplica para la relación e interrelación de personas, grupos sociales, vecindades, comunidades organizadas o no a través o mediante la radio.

En una zona geográfica fronteriza existe un lugar común para la gente que en términos de geopolítica puede ser la frontera, pero en términos antropológicos o social es la gente que comparte una historia particular que los acerca y los hace miembros de un lugar específico más allá de lo nacional, sin llegar a contemplar la concepción de internacional. Son gente de frontera, de dos o más países que confluyen en una misma localidad.

La lugarización radiofónica, desde el punto de vista comunicacional no es la única salida, sino una propuesta factible que toma auge y así lo están entendiendo las comunidades organizadas. “La radio comunitaria está dedicada al progreso. Tiene que convertirse en contrapeso de la concentración del poder de los medios de comunicación en unas pocas manos y la homogenización del contenido cultural” (Delorme, 1992:12). Esta aseveración de Delorme debe funcionar tanto para la concentración y pretendida homogenización privada como para la pública; favorecer a alguna de las dos sería como situarse de un lado de la balanza. La gente tiene que apropiarse de sus espacios. La gente tiene que identificarse con sus espacios y la radio puede ser ese lugar de encuentro, constructor de identidad y de acompañamiento que genere cambios y los lleve hacia la meta.

“El acercamiento hacia las comunidades locales es, quizás la característica que lo ha convertido en el medio de información más próximo al entorno del individuo y, en consecuencia, en el medio más cercano, en cuanto a su estructura organizativa y a su forma de programación, el ámbito local” (Pineda, 1996:111-112).

La radio comunitaria está llamada a romper esquemas tradicionales del ejercicio de la comunicación y a crear sus formas propias de interacción en todos los ámbitos del quehacer de la comunidad; los cambios y la dinámica social así lo exigen. Migdalia Pineda lo plantea de la siguiente manera:

“En el plano cultural, también se están produciendo importantes transformaciones que se expresan en fuertes antagonismos entre las fuerzas que tienden hacia un modelo de mundialización de la cultura y otras que buscan, hoy más que nunca, una consolidación de lo local” (Pineda, 2000).

Pascuali (1985), señala que a los efectos de las comunicaciones, en cada unidad regional (unidad como identidad institucional en los sistemas de empleo de los medios), los canales radioeléctricos producen un proceso de contaminación cultural de un mismo género y vectorialidad. A este proceso de contaminación al que se refiere Pasquali no deben temer las radios comunitarias, más bien deben propiciarlo de forma plural con su propio enfoque local.

Martín Barbero, citado por García Canclini (1996), afirma que la radio “nacionalizó el idioma”; la televisión unifica las entonaciones, da repertorios de imágenes donde lo nacional sintoniza con lo internacional.

Hay que ir mucho más allá del planteamiento de Martín Barbero. La radio debe contribuir con el desarrollo del sentido de ubicuidad del integrante de la comunidad. Es necesario delimitar el espacio de acción de la radiodifusión en términos de comunidad con un radio de participación que le permita, a esa comunidad, generar los logros que ella demanda. Es una forma de aprovechar la globalización, mediante una competitividad que dará resultados positivos.

Para llegar a la lugarización radiofónica se requiere como factor fundamental gente comprometida con la localidad y dispuesta a desempeñarse como generador y receptor de mensajes. ¿Para qué serviría una radio ubicada en un lugar determinado si la misma comunidad no participa ni como oyente ni como emisor? Mattelart, haciendo referencia a la radio y televisión comunitaria de Québec, señala que “sólo los programas de información producidos in situ resistían la competencia de las cadenas extranjeras” (Mattelart, 2003:280).

4. El público como sujeto de comunicación.

El hombre se comunica para relacionarse y realizarse, para reducir las posibilidades de ser un “objeto” a merced de las fuerzas externas, y aumentar como “sujeto” las probabilidades de dominarla (Campos, 1975). Siempre que nos comunicamos lo hacemos con la intención de que nuestro mensaje llegue a un receptor-público.

Consideramos al público como al receptor. Ante la globalización de los medios masivos de comunicación surgirá un nuevo término que seguramente los definirá como “nacionales o internacionales”, según su cobertura y el público al cual impacten, es una realidad.

Para la gente de los lugares ajenos a la toma de decisiones o control de los medios, tanto los medios nacionales como los internacionales no son más que la acción de la globalización que pretende impactar sobre ellos. Es posible que esas localidades, que esos lugareños, no se vean reflejados ni se reflejen en esos grandes medios y se sientan como simple objetos receptores de mensajes. Sin embargo, en la dinámica del mercado, esos medios masivos, nacionales o internacionales necesariamente tienen que hacerse populares para poder vender sus mensajes ya que ellos dependen de la suma de las partes para detentar el poder informativo que les caracteriza y mediante el cual se les valora. Este público se convertirá en popular no por la acepción cultural del término, sino porque lo popular, según García Canclini (1996), es lo que se vende masivamente, lo que gusta a multitudes.

En esos términos todos disputarán esa popularidad y, lamentablemente, se puede afirmar que en una localidad específica puede existir mayor popularidad de medios internacionales o transnacionales que de medios locales, aunque los miembros de esa localidad no sean el público al cual se dirigen los medios internacionales o los nacionales.

Si tomamos como premisa las afirmaciones de García Canclini (1996) con relación a que el hecho de que lo popular masivo es lo que no permanece, no se acumula como experiencia ni se enriquece con lo adquirido y que lo popular no consiste en lo que el pueblo es o tiene, sino lo que le resulta accesible, le gusta, merece su adhesión o usa con frecuencia; tenemos que encaminarnos hacia un modelo de participación que haga énfasis en lo local como herramienta de cohesión y autodeterminación que podríamos denominar: lugarización. Un espacio basado en el ciudadano antes que en su territorialidad. Pensar en la lugarización sin la limitación del espacio geográfico amplía las posibilidades de autogestión del ciudadano que, a fin de cuentas, es el generador y receptor de sentidos.

En los procesos de lugarización el público se debe definir de forma específica y casi que individualizar para atender con más eficacia las necesidades de su espacio y lograr que la comunicación sea una necesidad vital para los organismos colectivos y para las comunidades, señala O’Sullivan (1992). Sería como reflejar ese te conozco, te comprendo, te apoyo y te acompaño; una relación de comunidad. Quizás esta sea la gran diferencia entre la lugarización de los medios y aquellos que desean convertirse en extraterritoriales sin importarles lo local, en los cuales el receptor se convierte en un objeto, un ser amorfo del que sólo interesa la posibilidad de que escuche o vea y compre. El público se convierte en un total desconocido para el emisor, una verdadera masa. Y toda esta relación tendrá como soporte a las nuevas tecnologías. García Canclini (1996), afirma que las nuevas tecnologías le dan la posibilidad a los medios de construir y renovar el contacto simultáneo entre emisores y receptores.

En la lugarización radiofónica, los límites entre emisor y receptor se reducen de brecha a rendija y tienden a minimizarse al punto de que uno debe cumplir o asumir el papel que antes desempeñaba el otro. Es un proceso continuo de intercambio de roles que se puede ampliar según sea la dinámica del entorno-radio.

5. El mensaje como producto de un proceso.

Las tecnologías de punta incorporadas en los grandes medios favorecen la globalización de la información y reproducen mensajes con un interés centrado, lógicamente, más en su cobertura que en la necesidad del receptor.

Esta universalización del mensaje resta importancia a los procesos locales, a los mensajes propios de un espacio o comunidad específica. En este caso el mensaje surge del medio, es él el que determina la necesidad del receptor sin consultarlo y se potencia la relación unilateral medio-mensaje-receptor, limitando las posibilidades de retroalimentación que bien podrían servir de insumo para la elaboración de contenidos.

En el caso de medios de cobertura limitada, en el momento de elaborar un mensaje se debe tomar en cuenta la naturaleza sociocultural de la comunidad de intereses a la cual se dirige, sus necesidades y deseos comunes en la solución de situaciones planteadas sin dejar de lado lo externo, pero si lo que es ajeno a los intereses de esa comunidad específica. Esta información debe surgir en el seno de la comunidad y con ella el mensaje, producto de un proceso desde o hacia la comunidad. Los mensajes deben ser elaborados y procesados por la misma comunidad organizada. Los mensajes propios de una comunidad serán expuestos a través de las tecnologías de la información, y, aunque no pretendan ser considerados como universales, ni mucho menos causar impactos globales, deben facilitar el acceso a sus pares en regiones distantes.

Ante esta realidad, teniendo en cuenta que el desarrollo de las grandes cadenas se fundamenta en lo que García Canclini denomina la tecnología de alta inversión, toca volver al viejo paradigma de crecer desde adentro ya que en la actualidad, la complejidad, la incertidumbre y el caos tienden a ocupar el sitio de las seguridades ofrecidas por los viejos esquemas y se instauran como parámetros más apropiados para enfrentar los desafíos de las sociedades (Pineda, 2000).

Para enfrentar estos desafíos abonados por las grandes cadenas a través del uso de las tecnologías se hace necesario centrar la atención cotidiana en la elaboración de los mensajes que se deben transmitir en los medios de poco alcance. Hacer que el medio esté más cercano a la gente y que la gente sea parte del medio. Que exista una simbiosis que la mantenga como un medio del colectivo más que un medio para el colectivo. Evidentemente que, tanto la propiedad del medio, como su gestión, determinen los contenidos de los mensajes que a través de ellos se emitan. Es decir, el mensaje debe ser controlado por la colectividad.

Para romper esta posible polarización entre lo comercial y lo estatal, en Venezuela se establece legalmente, desde el año 2000, la denominación de medios comunitarios, los cuales han dado frutos en otros países de América Latina. Estos medios, que deben surgir en el seno de las comunidades, deberían centrar el contenido de sus mensajes en los intereses y necesidades de sus propias comunidades ya que su propiedad no recae sobre personas naturales, sus fines no son comerciales y no dependen directamente de ningún ente gubernamental. Esta democratización del espectro radioeléctrico, como se le ha denominado en Venezuela, debería profundizar en la democratización de la palabra, del mensaje; lo que fortalecería los procesos locales. Quizás este sea el paso necesario para que los mensajes rompan la brecha existente entre emisor-receptor y se produzca una nueva relación en la que predomine el mensaje-emisor antes que el emisor-mensaje.

6. La tecnología, protagonista de los medios

Las tecnologías de la información favorecen la democratización de la información. Deben convertirse en el soporte que permita la integración de lo local y lo nacional como sucede en el ámbito internacional. Los medios que están en manos de las comunidades tienden a utilizar las mismas herramientas tecnológicas de los grandes medios. Es lógico suponer que no tendrán el mismo impacto que estos grandes medios debido a que el mensaje está o debe estar dirigido a un sector específico. La tecnología puede universalizar al medio, pero no es conveniente que universalice el mensaje, ella en si misma se convierte en una fuente inagotable para facilitar los procesos comunicacionales mediante el flujo informativo.

El auge las tecnologías de la información es vista por algunos gobernantes como una amenaza para la defensa y promoción de lo local en pro de la globalización para todos los temas de interés de los pueblos. Pero hay que insistir en señalar que la tecnología es sólo una herramienta que puede ser utilizada para bien o para mal. Ambas decisiones están en manos de quien las utilice, aunque el bien o el mal siempre será relativo y hasta discutible.

La brecha tecnológica entre unos y otros se reduce en la medida en que la tecnología avanza y con ella los pueblos se hacen más cercanos en su cotidianidad.

Es evidente que en cada época se hace gala de procesos más avanzados para facilitar la convivencia humana y la dominación de los poderosos, pero nunca se había asistido a esta especie de estallido programado de fuegos artificiales tecnológicos. La evolución de las tecnologías y el acceso de quienes han ocupado el lugar de los dominados, ha reducido la polarización existente entre dominadores y dominados en cuanto al manejo del conocimiento y el ejercicio del poder. Podría afirmarse que las nuevas tecnologías son herramientas que contribuyen con la pluralidad.

García Canclini (1996) considera que a los medios y a las nuevas tecnologías recreativas no les interesan las tradiciones, sino como referencia para reforzar el contacto simultáneo entre emisores y receptores; no les importa la mejoría histórica, sino la posibilidad de participación plena y fugaz en lo que está ocurriendo.

Por su parte, Cañizalez (2000) afirma que con las tecnologías de la información aún desde lo local, desde nuestra cotidiana vivencia, tenemos mayores posibilidades de ver el mundo, pero no olvidemos que también es cada vez más común ver lo que dice el mundo sobre nosotros. Esta es la fortaleza que se debe explotar, extrapolar y ejercitar en el uso de estas nuevas herramientas de información: ponerlas al servicio del desarrollo de lo local, de lo social, porque “cuando hablamos de nuevas tecnologías e información difícilmente puede quedarse en un plano meramente técnico” (Cañizalez, 2000).

“La explosión informativa a raíz de la invención de la televisión y la evolución de los medios informáticos aceleró todo proceso de distribución de mensajes e impacta diariamente en la conducta de los ciudadanos expuestos a los medios de recepción” (Aguirre, 1998).

Esta transformación integral debe iniciar su proceso de lo micro a lo macrosocial. Un espacio social con acceso a las nuevas formas de información y comunicación mediante el uso de las tecnologías existentes favorecerá la implantación de nuevos paradigmas en las relaciones de las comunidades.

“Es imposible retroceder ante el avance y el alcance de las nuevas tecnologías, todos estamos de alguna manera envueltos en esa aldea macluhaniana, mejor o peor servidos, con los sistemas de transmisión vía satélite, cd-rom, multimedia, teléfonos celulares, agendas electrónicas y los innumerables protésicos comunicacionales, vinculados o no a los computadores” (Aguirre, 1998).

Lo que se debe analizar es el mensaje y la capacidad de respuesta de los receptores, porque el medio por el cual se distribuye la información que pretende generar comunicación es tan diverso como diversos son los intereses de los receptores.

Según García Canclini (1996), las tecnologías de alta inversión y la dinámica económica neoconservadora, tienden a transferir las iniciativas sociales de los productores individuales y los movimientos de base a las grandes empresas. Evidentemente se refuerza la tendencia globalizante y monopólica, pero para propiciar procesos de *lugarización radiofónica*, por ejemplo, no se requiere tecnología de alta inversión.

Bibliografía

Aguirre, Jesús María (1998). La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela. Caracas. Universidad Católica Andrés Bello.

Campos Martínez, Luis (1975). Antropología del lenguaje total. Bogotá-Colombia. Ediciones Paulinas.

Cañizalez, Andrés (2000). *Información en los tiempos de las nuevas tecnologías* en Comunicación N° 111. Caracas-Venezuela. Centro Gumilla. p.p. 4-19.

Delorme, Michel (1992). "Una red de intercambio internacional". En Radio apasionados, 21 experiencias de radio comunitaria en el mundo. Quito-Ecuador. Ediciones Ciespal. 11-12.

García Canclini, Néstor (1996). Culturas híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad. México. Grijalbo Editores.

Malbrán, Carlos (2010). La radio como herramienta pedagógica. Argentina. Ediciones Corregidor.

Mattelart, Armand (2003). La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias. Segunda edición. México. Siglo veintiuno editores.

O'Sullivan Ryan, Jeremiah (1992). La comunicación humana. Caracas. Ucab.

Pineda, Migdalia (2000). *Los procesos de la comunicación a la luz de los medios interactivos: revisiones conceptuales y de tipologías*. En la revista *Miradas*. Caracas.

Rodríguez, Clemencia (2009). *De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término*. En la revista *Folios* N. 21 y 22. Facultad de Comunicaciones. Colombia. Universidad de Antioquia. pp. 33-25.

Unesco.org. (S/f), Medios públicos y comunitarios. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/comunicacion-e-informacion/desarrollo-de-los-medios/medios-publicos-y-comunitarios/> Consulta 12 /12/2015.



O discurso do jornalismo sindical: uma análise a partir da *Revista do Brasil*

The discourse of trade union journalism: an analysis from *Revista do Brasil*

Patrícia Regina Schuster⁶

Resumo: Este artigo discute como se manifesta o discurso do jornalismo sindical. O objetivo é caracterizar, a partir da *Revista do Brasil*, veículo organizado por um coletivo de sindicatos, suas particularidades, sobretudo, num cotejamento com a mídia hegemônica. Desenvolvemos o trabalho ancorados teórica e metodologicamente na pesquisa bibliográfica, bem como na Análise de Discurso, de corrente francesa. Concluímos que a *Revista do Brasil* é atípica no contexto sindical. Ela faz um grupo social se colocar como sujeito, se posicionar, a (r)existir, ainda que algumas injunções das grandes corporações jornalísticas também façam algum eco no seu discurso.

Palavras-Chave: Jornalismo sindical, Revista do Brasil, Análise de discurso.

Abstract: This article discusses how the discourse of trade union journalism manifests itself. The objective is to characterize, from the *Revista do Brasil*, a vehicle organized by a collective of unions, its peculiarities, above all, in a comparison with a hegemonic media. We developed the work anchored theoretically and methodologically in the bibliographic research, as well as in Discourse Analysis, from French. We conclude that *Revista do Brasil* is atypical in the trade union context. It makes a social group put as a subject, if to position, to (r) exist, although some injunctions of the great journalistic corporations also fonts some echo not their discourse.

Key words: Journalism, Revista do Brasil, Discourse analysis.

Introdução

Nosso estudo se propõe a tecer uma reflexão acerca do jornalismo sindical. Aqui pautamos nossa discussão no discurso que dispositivos midiáticos comprometidos com este segmento produzem. Assim, situamos este tema a partir da *Revista do Brasil* ou RB - como também usaremos.

Trata-se de um trabalho que toma como auxílio teórico-metodológico a pesquisa bibliográfica e a Análise de Discurso, de vocação francesa. De posse deste cabedal, localizamos, no primeiro capítulo, historicamente o jornalismo sindical e o qualificamos conceitualmente. Na sequência, nos dedicamos em detalhar a RB. Tentaremos responder por quê ela se singulariza entre seus pares, isto é, um veículo oriundo do meio sindical.

Para fechar, trazemos alguns apontamentos sobre como se apresenta o discurso do jornalismo sindical. A ideia é contribuir para um debate mais amplo, que foca nas disparidades deste discurso numa relação com o da mídia hegemônica⁷. Mais do que isso, prover o campo da comunicação com alguns elementos que dêem conta de possíveis dúvidas relativas à delimitações estabelecidas sobre jornalismo sindical.

Jornalismo sindical: origens e conceito

Foi no fim da década de 1970 que os temas sindicais passaram a ocupar, vertiginosamente, a cena midiática brasileira. Antes disso, o autoritarismo e a arbitrariedade dos governos militares os reservavam à escuridão. Nesse quadro político, os únicos que ousaram driblar o clima de terror imposto na imprensa naqueles mais de vinte anos de Ditadura Militar (1964-1985), dando vazão a acontecimentos e assuntos que potências jornalísticas – como os veículos

⁶ Patrícia Regina Schuster. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul, RS, Brasil. Doutora em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria, RS, Brasil, e-mail: pati.jornalista@gmail.

⁷ Como este artigo é parte de uma pesquisa ampliada desenvolvida durante o Doutorado, nossa comparação é feita especialmente com a revista *Veja*.

da Rede Globo - preferiam (convenientemente) não ver, porque temiam a censura e o forte poder repressivo do Estado, foram os jornais alternativos ou nânicos. A incipiência das organizações sindicais e a sua própria cooptação por parte do Regime também atravancou a presença das problemáticas sindicais nos grandes veículos do país. A ascensão, com efeito, ocorreu quando a classe trabalhadora passou a se estruturar em federações e confederações, por categoria e por grandes regiões, nos anos de 1980 (FERREIRA, 1988).

Foi na onda das greves – episódios que representaram a retomada política do movimento sindical – que os “fazedores de notícia”, tanto aqueles que estavam no meio sindical, quanto aqueles que tinham postos nos jornais, revistas, rádios e canais televisivos da época, puseram-se em marcha pela busca da informação sindical (ou relativa a ela). O sindicalismo granjeou latitudes inesperadas: do seu ventre vieram a Central Única dos Trabalhadores (1983), a maior do Brasil, o Partido dos Trabalhadores (1980), um dos mais expressivos em termos de filiados do espectro político nacional, Luiz Inácio Lula da Silva, ex-sindicalista que, por duas vezes, foi eleito presidente da República (2002 e 2006) e o Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra (1984).

Na esteira de todas essas transformações, os temas sindicais passaram a perfurar a agenda midiática regidos por princípios um tanto diferentes dos do passado. Tomadas de posição do movimento sindical começaram a ser fruto de uma ação mais ativa – seja ela consciente ou inconsciente – dos atores sociais engajados no ato comunicativo.

Mas, afinal, o que entendemos por jornalismo sindical? Trata-se de um tipo de jornalismo especializado, que dialoga com um público específico, normalmente, cindido em classes, que, de acordo com Giannotti (1998), têm estilo de vida, valores, história, cultura, futuro e linguagem particulares. Num veículo patronal, por exemplo, as informações receberão um tratamento que, a priori, em quase nada fará com elas se pareçam (em termos editoriais) com o reproduzido por um dispositivo midiático de trabalhadores. O fosso que separa estas duas categorias (patronato e trabalhadores) se concretiza mesmo é no discurso. O jornalismo sindical – e neste estudo centralizaremos nos no jornalismo sindical direcionado aos trabalhadores – tem uma comunicação (e discurso) própria, “[...] que espelha conjunturas e por elas é condicionada” (ARAÚJO, 1998, p. 65).

Historicamente, este discurso só ganhou “nome” de jornalismo quando no Brasil iniciou a abertura política (1985). As técnicas jornalísticas, agora trazidas por peritos no assunto, amadureceram um patrimônio de processos editoriais que iniciaram logo que o sindicalismo despertou no país, por volta de 1850. Para trás ficaram as folhas mimeografadas, os jornais murais, feitos artesanalmente pelos dirigentes sindicais, mas não o discurso do jornalismo sindical, que seguiu alçando voos cada vez maiores. A pesquisa de Araújo (2009, p. 17) revela “[...] que cada sindicato brasileiro utiliza, em média, cinco modalidades de comunicação para informar seus associados e a opinião pública [...]”. Que “comunicação” ou, mais especificamente, que discurso é esse? É sobre isso que falaremos a seguir.

Revista do Brasil: do que e de quem estamos falando?

O produto *Revista do Brasil* ainda passa por um processo de autoafirmação editorial. Sua natureza singular, de não caracterizar-se nem como uma revista comercial (produtora de um jornalismo de referência⁸), nem como um veículo puramente sindical⁹, faz dela pivô de várias contradições e enigmas. A *RB* teve sua edição inaugural veiculada em maio de 2006, durante o Congresso Estadual da Central Única dos Trabalhadores (CUT), em Santos (SP). O lançamento oficial ocorreu em 12 de junho de 2006. Estreou mensal e mantém até hoje a mesma periodicidade.

A publicação é fruto de um projeto editorial voltado para a classe trabalhadora. Dele participaram, no seu nascedouro, 19 organizações sindicais. Hoje, já são mais de 30 (flutua de mês a mês) e todas possuem um alinhamento cutista.

Quem acompanha o movimento sindical sabe que os trabalhadores acalentam um sonho antigo: ter um veículo de comunicação que seja sua voz e que repercuta seus anseios. Nosso sonho enfrentou inúmeros desafios para ser concretizado. Algumas entidades conseguiram, por algum tempo, viabilizar a manutenção de veículos próprios – mas a um alto custo e chegando a um grupo limitado de trabalhadores. Quando, finalmente, 23 dos maiores sindicatos do país conseguiram unir esforços para materializar esse sonho, foi lançada a Revista do Brasil. (FEIJÓ; MARCOLINO, 2006).

⁸Jornalismo de referência é tido como “[...] um modo de justificar um recorte do *corpus*, sem aprofundá-lo conceitualmente” (ZAMIN, 2014). Todas as vezes que este termo for mencionado, ele faz menção à revista *Veja* e pode ser interpretado à luz de Amaral (2004, p. 54-55): “Entendemos como jornais de referência os que têm prestígio, são hegemônicos e representam posições sociais e simbólicas privilegiadas no campo jornalístico”. A autora fala em “jornais de referência”, mas acreditamos que o mesmo conceito sirva para a publicação da Abril. Assim, o jornalismo de referência ou imprensa hegemônica, comercial, aqui, será sempre uma noção designada a fazer contraposição ao jornalismo sindical.

⁹O “puramente sindical” não quer dizer que ela não faça jornalismo sindical. A expressão equivale a ser mero *house-organ*.

Transformado em realidade, o “sonho”, de fato, está imbuído de dar sustentação ao conceito “sindicato-cidadão”, que, segundo Paulo Donizetti, um dos diretores da revista, consistiria no emprego de recursos e esforços das próprias entidades sindicais na intervenção da qualidade de vida dos trabalhadores fora do âmbito de trabalho. Assim, a circulação da RB é feita em todos os municípios que sediam entidades sindicais (cutistas, especialmente) e que, por sua vez, a redistribuem às suas categorias. A predominância é na região metropolitana de São Paulo, onde são distribuídos, aproximadamente, 160 mil exemplares, de um total de cerca de 300 mil (DONIZETTI, 2014).

A sua maior disparidade (num comparativo com veículos comerciais, tal qual *Veja*), sem dúvida, está nos traços editoriais:

Entender o papel do Estado como principal gerente dos assuntos de interesse nacional, responsável pela gestão da economia, a indução do crescimento, a regulação dos mercados, a promoção de políticas públicas destinadas à redução das desigualdades de renda e a promoção da igualdade de oportunidades de exercício da cidadania. Entender a produção cultural como expressão das identidades e da diversidade, acima, portanto, de objetivos comerciais. Valorizar o interesse coletivo, sem desprezar, nem negligenciar em relação aos anseios, sonhos e necessidades individuais. Estimular a participação social e comunitária e buscar prestação de serviço. Proporcionar prazer de leitura, diversão, sem banalizar a linguagem e valorizando a elegância no texto e na produção visual. Promover o interesse pela leitura. (DONIZETTI, 2014).

RB apresenta-se de um jeito sui generis. Ela não é uma revista de informação qualquer, embora tenha a mesma aparência “física” de *Veja*. Ela não é um *house-organ* melhorado, ainda que sua distribuição seja feita gratuitamente e manualmente. Sua fórmula editorial (DONIZETTI, 2014) – não é sindical (organicamente) e nem corporativa. O que é então? É um veículo feito por entidades sindicais, filiadas à CUT, financiado pelas mesmas, mas que, ao assumir os princípios deontológicos da prática jornalística, reverte-se em jornalismo especializado sobre o mundo sindical. As reportagens discutem política, economia, cultura, mas todas elas recebem um tratamento classista. Isso porque seu preceito é informar um público específico, qual seja, a classe trabalhadora. A intenção, ressalva Donizetti (2014), é que a RB chegue às mãos de quem não tem acesso a publicações impressas, ou de quem não gosta do que vê na imprensa comercial.

É esse último desejo que mais coloca a RB em situação de conflito editorial com *Veja*. O veículo, portanto, demarca-se como aquele que acastela a identidade de um país e de uma parcela de sujeitos que nele habitam que parecem asfixiados pela cadeia midiática. Este é o não-dito verbalizado no texto publicado na segunda edição da revista: “Quem acompanha o movimento sindical sabe que os trabalhadores acalentam um sonho antigo: ter um veículo de comunicação que seja sua voz e que repercuta seus anseios (FEIJÓ; MARCOLINO, 2006)”. O discurso de *RB*, logo, se edifica no entremeio destes ditos e silenciados. É nele que nos aprofundaremos.

O discurso do jornalismo sindical: ensaio analítico a partir da *Revista do Brasil*

Iniciemos nossa discussão a partir de uma das marcas discursivas que mais expressam o discurso do jornalismo sindical, neste caso, o título do nosso objeto de análise. O nome *Revista do Brasil* pressupõe um Brasil em que os trabalhadores não são apenas coadjuvantes da História. Implica num país em que estes sujeitos constituem uma única classe (não faz distinção entre categoria “a” ou “b”, nem aquele que é sindicalizado ou não sindicalizado). Parece querer fazer justiça (ao repercutir seus anseios) a esta classe, e às suas representações sindicais, que, não raras vezes, é alijada do discurso jornalístico da imprensa comercial, como cita Donizetti (2014). Isso quando esse lugar social, onde figuram os sujeitos trabalhadores, não é “confundido” com o lugar da malemolência, da criminalidade e de outros tantos estereótipos¹⁰.

A RB, sob o ponto de vista de seu discurso, firma um pacto com o leitor: o sujeito trabalhador e o movimento sindical, por inferência, tramam um lugar de fala que não é o mesmo da lógica do lugar social do jornalismo comercial, como é o de *Veja*, que recebe um tratamento que sequer faz eco a sua voz. Por isso, os idealizadores da revista acalentam o sonho de ter um veículo de comunicação que seja sua voz. Na prática, o veículo cauciona o – e não um – lugar de fala para os trabalhadores (suas representações).

¹⁰Podemos mencionar, para ilustrar, Tfouni e Romão (2004), que identificaram o confronto de duas formações discursivas (FD’s) na abordagem de uma “categoria” de trabalhadores. Os sem-terra, a partir do MST, ou são emoldurados por uma FD dominante (reportagens de *Veja*) ou uma FD de resistência (reportagens da revista *Caros Amigos*).

Esse lugar é também o de poder dizer. Mas, se por um lado, em *Veja*, o sindicalismo é falado, é objeto da fala, por outro, na RB ele permeia toda a fala do objeto. Nem sempre diretamente¹¹, contudo, o “espírito sindical” (tal qual o “espírito comercial”, em *Veja*) intervém em todos os assuntos abordados pela publicação.

Ao conceder esse lugar para o sindicalismo, a RB inova. Moderniza um campo simbólico em que a manifestação do sindical sempre esteve muito afeita ao estilo panfletário ou onde questões trabalhistas estão numa zona de sombra, ou (pior) são transformadas em notícia a partir do enquadramento antes descrito (criminalizatório).

Na RB, eles - os trabalhadores e as lideranças sindicais - falam. Falam mais e não nas mesmas condições recriminatórias de *Veja*. No veículo, o “povo” - trabalhadores, em geral - ainda tem uma boa parte da sua fala relegada à “terceirização”, submetida à oficialidade do presidente do sindicato, da federação, da central. A classe trabalhadora tem prioridade no destino da informação (assim como a chamada classe média tem em *Veja*), mas, não há no contrato de leitura da RB uma cláusula que preveja uma participação intensa dos leitores como fonte. Ou seja: os trabalhadores seguem sendo “incluídos precariamente” (FRANÇA, 2001). O lugar de fala do sindicalismo na RB não é de completa expropriação ou esquizofrenia simbólica (FRANÇA, 2001). É o lugar em que determinado grupo sindical se coloca como sujeito e ganha relevância social. Ele não “representa” o sindicalismo apenas, tomando essa representação a partir da ideia de representação parlamentar.

RB confere uma outra forma de aparição, de visibilidade pública à temática sindical, que, repetimos, não é de representação, mas de “apresentação” (FRANÇA, 2001). O processo de sujeição deixa de ser comunicacional (já que RB é o dispositivo que dá qualidade material a um lugar de fala para o sindicalismo), mas, ainda não deixou de ser amplamente político¹², haja vista que essa “apresentação” ainda é de um coletivo do movimento sindical brasileiro (cutista). Ainda assim, a revista invade um espaço típico das racionalidades dominantes (tais quais as das grandes revistas). Ela é um instrumento que fortalece a luta pela cidadania, ofuscando, portanto, algumas “verticalidades” (SANTOS, 1999).

Nas “entrelinhas” desse discurso, todavia, ainda há resquícios de temporadas passadas. No modus operandi do jornalismo sindical é comum a mistura do trabalho de natureza jornalística com aqueles relacionados a outros campos da comunicação, tal qual a assessoria de imprensa (ARAÚJO, 1998). Essa sobreposição - que é própria das condições de produção do segmento sindical - reverte-se, muitas vezes, num discurso que privilegia um único ponto de vista. As vozes dissonantes são deixadas de lado e, com isso, o panfletarismo volta à tona, questionando se a produção sindical é, de fato, jornalística ou não.

A fundação do PT, em 1980, é o que hoje mais faz recobrar a matriz discursiva de 1922. “No sindicalismo em geral (e no caso brasileiro em particular) o discurso tem uma característica de instrumento de divulgação dos objetivos políticos e da visão de mundo defendida por pessoas ou agrupamentos ideológicos que detêm o poder” (VIEIRA, 2000, p. 03).

A vontade de querer fazer saber, peculiar ao discurso jornalístico, é tão ou maior no discurso do jornalismo sindical, que pretende formar e aglutinar. De nada adianta fazer a simples portabilidade desse discurso, do jornal para a revista, da revista para o Twitter ou Facebook, se as redações sindicais não se curarem da “chaga” do determinismo político/ideológico, que, no mínimo, atrapalha a produção de um discurso que possa mudar a vida do trabalhador.

A informação sindical é, portanto, subordinada ao político tanto quanto no do jornalismo de revista, para traçarmos um paralelo direto com *Veja*, e de uma forma muito semelhante, já que não há renúncia à objetividade. No ar descomprometido do falar sindical, bramam vozes - tais quais as dos editores, das rígidas linhas editoriais - de dirigentes sindicais, cujo desejo não confessado é o de firmar uma versão unívoca dos fatos.

A relação vertical realizada dentro dos sindicatos não é o único fator que faz eco no discurso jornalístico sindical. Araújo (2009) aduz a falta de concepção que dirigentes têm em torno da informação. Como “árbitros”, eles sentenciam o que sai e como sai determinado assunto.

¹¹Nem sempre fica claro para o leitor - como acontece em *Veja* - que “aqui” (nesta página) a revista está a falar, especificamente, sobre sindicalismo.

¹²Não estamos considerando que haja algum processo comunicacional “apolítico”, mas, no caso da RB, esse “político” é partidário da visão sindical cutista.

À vista de toda essa topografia discursiva, podemos avaliar que pouco deste alegado poder monolítico e manipulatório do jornalismo de referência não se vê também no jornalismo sindical. O discurso dominante converte-se em dominador.

Isto porque a produção das entidades busca apenas emitir um "sinal contrário", não levando em conta o imaginário dos seus receptores, tratando-os como objetos e não como sujeitos de um processo de transformação social. Postura aliás muito próxima daquela desenvolvida nas grandes corporações midiáticas. (VIEIRA, 2000, p. 06).

De imediato, a interpretação que o discurso jornalístico sindical faz de si mesmo ainda reclama um cotejamento das informações franqueadas pela tão reprechada mídia "tradicional" para ser digno de fé. Progressos foram feitos, mas não o suficiente para que esse discurso rompa completamente com a pecha de muleta político-partidária.

Quanto à RB, não podemos afirmar se sua identidade "andrógina" profecie evolução nesse quadro. Por ora, ratificamos apenas que o jornalismo sindical é um discurso e um modo de conhecimento e convencimento; é seccionado em classes e categorias; nem sempre tem uma periodicidade tão rígida; nem sempre possui uma identidade visual; mantém vestígios do "sindicalês"; a relação é feita com um leitor coletivo; as temáticas são voltadas ao trabalho, à política e à economia, sujeita-se a interesses institucionais, às vezes político/partidários; favorece à formação de opinião, com vistas à ação.

Considerações finais

RB nos proporcionou entender um pouco mais sobre jornalismo e seu discurso em diferentes contratos de leitura. As subvenções teóricas que nos norteiam revelam que o discurso perpetrado por ela é híbrido, isto é, uma mistura de jornalismo de revista com sindical, que não é imune ao político e, muito menos, ideológico. Este atravessamento, constitutivo de todo e qualquer ato de linguagem, no discurso jornalístico, inclusive no sindical, fica encoberto, como prerrogativa de consignar a esse dizer efeitos de autenticidade, credibilidade a verossimilhança.

Referências

AMARAL, Márcia Franz. **Lugares de fala do leitor no Diário Gaúcho**. 2004. 270f. Tese (Doutorado Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2004.

ARAÚJO, Sílvia Maria P. de. Quando ler jornais é mais que informação: ensaio metodológico sobre o discurso da imprensa sindical. **Barbarói**, n. 8, p. 63-82, jan./jun. 1998.

ARAÚJO, Vladimir Caleffi. **O jornalismo de informação sindical: atores e práticas de uma forma de produção jornalística**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

DONIZETTI, Paulo. **Entrevista feita pela autora** (Mensagem por e-mail) em jan. 2014.

FEIJÓ, José Lopez; MARCOLINO, Luiz Cláudio. O trabalhador pode ter sua voz. **Revista do Brasil**. n. 3, ago. 2006. Disponível em: <<http://www.redebrasilatual.com.br/revistas/03/o-trabalhador-pode-ter-sua-voz>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

FERREIRA, Maria Nazareth. **Imprensa operária no Brasil**. São Paulo: Ática, 1988.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Convivência urbana, lugar de fala e construção do sujeito. **Intexto**, n. 7, p. 01-10, 2001. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/3392/4320>>. Acesso em: 16 out. 2017.

GIANNOTTI, Vito. **O que é jornalismo sindical**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção São Paulo: Hucitec, 1996.

TFOUNI, Leda Verdiani; ROMÃO, Lucília Maria Souza. O MST no discurso jornalístico: confronto de posições de formações discursivas. **Cadernos de Estudos Linguísticos**, v. 46, n. 2, p. 253-267, 2004. Disponível em: <http://revistas.iel.unicamp.br/index.php/cel/article/view/1573/1147>. Acesso em 07 jul. 2017.

VIEIRA, Toni André Scharlau. O descompasso entre o discurso sindical e o trabalho de base também é uma questão de comunicação. In: In: V Congresso da Associação Latino-americana de Pesquisadores da Comunicação (ALAIC), 2000, Santiago do Chile/Chile. **Anais...** Santiago do Chile/Chile: ALAIC, 2000.

ZAMIN, Angela. Jornalismo de referência: o conceito por trás da expressão. **Revista FAMECOS**, v. 21, n. 3, p. 918-942, 2014. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewArticle/16716>. Acesso em: 18 nov. 2017.



Vídeo ativismo no Brasil: da rua à rede

Videoactivism in Brazil: from the street to the network

Ana Lúcia Nunes de Sousa¹³

Resumen: En esta investigación, se propuso comprender el desarrollo de la práctica videoactivista, en Río de Janeiro, el contexto de las protestas en contra del Mundial de Fútbol del 2014. Para tal, se utilizó la pesquisa participante (entre 7 de junio y 15 de julio del 2014); 20 entrevistas semi-estructuradas y una base de datos de videos (173) y sus interacciones en las redes y medios sociales. Los resultados muestran que los grupos actuaban en red y de forma interseccionada (online/offline); la metodología de trabajo estaba basada en la viralización en las redes sociales; en las obras producidas, la violencia policial fue la principal temática abordada; y, a su vez, los manifestantes fueron los protagonistas de estas narrativas. En relación a la participación de la audiencia, la narrativa está en las manos, principalmente, de los propios videoactivistas.

Palabras Clave: Videoactivismo, Movimientos Sociales, Rio de Janeiro.

Abstract: In this research, we aimed to understand the development of the video activist practice in Rio de Janeiro, in the context of the 2014 FIFA World Cup protests. To achieve these goals, we applied participant research (between June 11 and July 15, 2014); 20 semi-structured interviews; and we also created a video database (173), including the interactions around them in the social networking sites. Through the application of these methods, we found that the video activist groups – considering their differences – were networked in an intersectional way (online/offline). The video activist work methodology was based on the viralization of the videos in the social networking sites. In the videos produced, the main theme addressed was police violence. The protesters were also and the main characters of the narrative. In relation to the audience participation in the construction of the narrative, mainly, the narrative is the hands of the videoactivists.

Key words: Videoactivism, Social Movements, Rio de Janeiro.

Introdução

Este texto é um retorno aos quatro anos de realização da minha pesquisa de doutorado, realizada nas Universidades Autónoma de Barcelona (Espanha) e Federal do Rio de Janeiro (Brasil), entre 2013 e 2017. O tema da pesquisa, o vídeo ativismo como prática comunicativa, nasceu no olho do furacão dos protestos de 2013, no Rio de Janeiro.

Naquele momento, as imagens das acampadas na Espanha e nos Estados Unidos e das revoltas no norte da África já eram velhas conhecidas dos ativistas brasileiros. Mas, a partir de maio, as imagens da juventude turca construindo barricadas, utilizando máscaras de proteção antigas e divulgando tutoriais de como enfrentar a polícia tomaram as linhas do tempo, na rede social Facebook, de boa parte dos ativistas no Brasil. Afinal, as estratégias violentas da polícia turca eram muito similares às utilizadas do lado de cá. Aos poucos, as redes dos países começaram a conectar-se e se reconhecer como irmãos em luta (Canavarro, 2015). De um lado se gritava “acabou o amor, isto aqui vai virar a Turquia”, e do outro se respondia “o Brasil é em Istambul”.

O vídeo online, circulando através das redes sociais, emergiu com força, questionando a narrativa dos grandes meios e transformando cada ativista num porta-voz da história. A potência da relação entre o audiovisual e as redes e meios sociais na Internet parecia questionar o domínio das narrativas dos grandes meios, que quase sempre enquadram os movimentos sociais de uma forma negativa.

¹³ Ana Lúcia Nunes de Sousa. Pesquisadora Pós-doutoral no Programa de Pós-graduação em Territórios e Expressões no Cerrado (TECCER), da Universidade Estadual de Goiás. Doutora em Comunicação pelas Universidades Autónoma de Barcelona e Federal do Rio de Janeiro. anabetune@gmail.com.

O retorno ao comum e à comunicação comunitária

As políticas econômicas do capitalismo global transformaram o século XXI no momento mais revolucionário da história moderna, contabilizando 843 grandes protestas, entre 2006 e 2013 (Gutiérrez, 2014). Estes movimentos colocaram a descolonização no centro do cenário e fizeram que grande parte da população mundial começara a questionar-se se este modelo era impossível de mudar (Wallerstein, 2012). O retorno à demanda de justiça social fez com que o discurso sobre o comum voltasse à ordem do dia. A aposta na construção comunitária como resposta à crise econômica e às demandas não resolvidas do povo abre espaço para que este conceito seja revisitado.

A teorização recente em torno ao comum e à comunidade se centra, principalmente, nas ideias de Hardt y Negri (2011), mas também recupera teóricos das últimas décadas como Espósito (2003), Nancy (2010) e Agamben (1990). Há também vozes ressoantes desde o sul global, como Paiva (2003), Sodré (2014) – que, em parte, seguem a linha dos autores já citados – e Aguilar (2017). Além disso, neste trabalho também advogados pela perspectiva afrocentrada do comum – o *ubu-ntu* (Gyekye, 2003; Menkiti, 1984; Ramose, 2003).

O que vinculada todas essas teorias é o fato de centrar a experiência do comum no estabelecimento de vínculos que somente são possíveis no estar-juntos cotidiano. Assim, Sodré (2014, p. 204) afirma que “o comum é sentido antes de ser pensado ou expressado, por tanto, é algo que reside diretamente na existência”. É a experiência cotidiana que estabelece “um ponto de convergência” (Sodré, 2014, p.238) do qual o comum pode aflorar.

Nos movimentos sociais contempor neos, que estavam constantemente mobilizados, muitas vezes em acampamentos, ficou claro como “compartir o espaço, existir com o outro se funda na essência do ser, sendo possível perceber-se na medida em que se   descoberto pelo olhar do outro” (Paiva, 2003, p.87) e   através da existência do outro que o próprio ser se constrói enquanto ser comunitário. Este argumento de Paiva (2003) se relaciona – ainda que de forma não intencional – com a base epistemológica do pensamento africano. No *ubu-ntu*, um ser humano são pode se realizar como tal ao humanizar os seus semelhantes (Noguera, 2011), portanto, a experiência comunitária está no centro da existência humana.

Todas estas lutas sócio-políticas que se desenvolveram a partir de 2010, começando pelo sul global africano, passando pelo Norte (Europa e Estados Unidos) e voltando uma vez mais ao sul (Brasil e Turquia), partem do mesmo princípio de reivindicação do comum. As práticas comunicativas que são analisadas neste trabalho, ou seja, o vídeo ativismo, são também reivindicadas e realizadas comum na trama diária do estar-juntos entre barricadas, câmeras e máscaras antigas. Desta forma, compreende-se o vídeo ativismo como uma prática comunicativa comunitária, vinculada a uma longa tradição de comunicação a partir dos movimentos sociais.

Conceitualmente, o vídeo ativismo é uma ferramenta tática para lutar por justiça social, fazendo da câmara um poderoso instrumento político, sendo que   possível que existam vários tipos de vídeo ativistas (Harding, 2001). Especificamente, o foco de atenção deste trabalho   o vídeo ativismo que é desenvolvido entre a rua e os meios sociais da Internet. Esta análise considera, portanto, um componente macro, ao enquadrar as práticas midiáticas analisadas como parte da luta pelo comum e um componente micro, ao olhar especificamente para as práticas construídas em torno ao vídeo *online*.

Objetivos da pesquisa

Esta pesquisa partiu de um objetivo geral: indagar o desenvolvimento de uma prática comunicativa específica – aquela que faz da câmera uma ferramenta política, produzindo obras audiovisuais vinculadas às redes sociais, retratando a luta de classes, expressa em manifestações, protestos, revoltas, rebeliões, ações coletivas, etc.

Este objetivo geral se derivou em outros cinco específicos: 1) Reflexionar sobre os processos políticos representados nas obras vídeo ativistas; 2) Indagar as condições de produção e propagação desta narrativa; 3) Reflexionar sobre o uso das redes e meios sociais como plataformas de produção, propagação e ao política dos participantes dos protestos e, principalmente, dos grupos de vídeo ativismo; 4) Analisar a narrativa vídeo ativista nas redes e meios sociais online, em termos de representação e participação; 5) Vincular os processos políticos, as condições de produção e propagação do vídeo ativismo nos protestos contempor neos mundiais.

Métodos e materiais

A pesquisa foi, majoritariamente, qualitativa, incorporando um olhar decolonial ao tratamento dos dados e ao marco teórico. Abaixo, descreve-se a utilização de cada uma das ferramentas metodológicas:

- 1) **Pesquisa afetada, militante e participativa.** A proposta da pesquisa foi partir da pesquisa participante (Brandão, 1987), não somente como metodologia, mas como lugar “político” para abordar o vídeo ativismo. Baseando-se nesta premissa, se construiu uma trajetória de pesquisa “com e para” e não “sobre”. Também partimos da ideia de pesquisa afetada (Favret-Saada, 2005) e pesquisa militante (Shukaitis e Graeber, 2007). A pesquisa participante foi realizada entre 07 de junho e 15 de julho de 2014, acompanhando o dia a dia de 10 grupos vídeo ativistas, no Rio de Janeiro, registrado em um diário de campo audiovisual e escrito. Os grupos que participaram da pesquisa foram: Jornal A Nova Democracia, Mídia Ninja, Coletivo Carranca, Coletivo Mariachi, Mídia Independente Coletiva, Linhas de Fuga, Coletivo Tatu, Rio40Caos, Coletivo Tatu e Cinza Sem Filtro.
- 2) **Entrevista como lugar de escuta.** Foram realizadas 20 entrevistas semi-estruturadas a vídeo ativistas atuantes na cidade do Rio de Janeiro. Aqui, a entrevista é compreendida como um espaço de encontro entre o investigador e os sujeitos da pesquisa; um espaço de prática de uma relação dialógica (Oliveira, 2000) e de uma escuta especial, profunda.
- 3) **Métodos digitais.** Com este termo, se pretende captar as pesquisas desenvolvidas na Internet, que enfocam a web como um conjunto de dados e propõe “uma imaginação sociológica ou uma investigação social para o estudo dos dispositivos em linha (Rogers, 2015, p.2). Utilizando os softwares Nvivo e Netvizz foram coletados dados das publicações dos vídeos, oriundos das páginas dos coletivos vídeo ativistas; dados do YouTube foram coletados manualmente e com a utilização do YouTube Data Tools; e os dados do TwitCasting foram coletados de forma manual.
- 4) **Análise da narrativa audiovisual.** Para analisar os vídeos, foi proposto um método original, que incorpora perspectivas da análise de audiovisual de não ficção, da Internet e do ativismo. Os 173 vídeos produzidos durante o período de coleta da amostragem foram considerados “narrativas vídeo ativistas nos meios sociais” e analisados de acordo à tabela construída especificamente para esta pesquisa.

Resultados

Esta pesquisa se centrou em um grupo de 10 “coletivos vídeo ativistas”. A maior parte das pessoas que formaram estes grupos decidiram tomar a câmera como ferramenta política depois de: 1) passar por alguma experiência de violência policial, direta ou indireta; 2) perceber a ineficiência dos grandes meios de comunicação em reportar o protesto social, ignorando os acontecimentos e não representando as narrativas dos setores populares.

Estes grupos, mesmo com suas diferenças, atuavam em “rede”, tanto na rua como nos espaços virtuais, entendendo que a conexão na rua acabava por determinar a conexão nas redes e nos meios sociais da Internet. Durante o desenvolvimento da pesquisa, uma das ações realizadas pelos grupos se mostrou como uma grande divisor de águas político no seio do movimento. A vinculação com as lutas das favelas em contra a violência policial uniu ainda mais uma parte do grupo, isolando aqueles que não se conectaram com a demanda. Sobre as rotinas e metodologia de produção, pode-se afirmar que a maior parte dos coletivos segue as etapas abaixo descritas:

- 1) Preparação: dividir as tarefas dos participantes na cobertura; comunicação prévia com outros vídeo ativistas; conferir os equipamentos e prepará-los; ter sempre contatos de emergência, principalmente de advogados e da “base” (ativistas que não estão fisicamente na manifestação, mas conectados online e acompanham o desenvolvimento da mesma por streaming, tendo o papel de se conectar com outros ativistas, médicos, advogados, famílias, etc.
- 2) Captação: cobertura dos fatos, prestando especial atenção a situações de violência e sempre estabelecendo contato com a “base”;
- 3) Pós-produção: backup das imagens, montagem e publicação online no YouTube;
- 4) Propagação: publicação do vídeo nas redes e meios sociais; mobilização da rede de contatos, principalmente a do próprio vídeo ativismo para fazer com que o material “viralize”.

Esta metodologia levou, a nível prático, a duas situações críticas que impregnaram a prática vídeo ativista no Rio de Janeiro: 1) o afã pela viralização dos vídeos e 2) a jornada de trabalho exaustiva. O desejo que os vídeos viralizassem tinha suas motivações e está diretamente relacionado com o objetivo de contrapor-se à narrativa criada pelos grandes meios. Devido à infraestrutura das plataformas e suas formas de funcionamento em rede, era possível, se um vídeo viralizasse, fazer frente a esta narrativa. Assim, isto levou a que sobressaísse, na narrativa vídeo ativista, as cenas de violência e de espetáculo, já que estas se propagavam de forma mais rápida. Além disso, o desejo de publicar antes que os grandes meios informativos implicavam em duras jornadas de trabalho, muitas vezes realizadas por uma ou duas pessoas, de 24h a 28h contínuas, praticamente sem descanso.

O que foi produzido pelos vídeo ativistas?

Durante o período da mostra, os 10 grupos de vídeo ativismo acompanhados nesta pesquisa produziram 173 obras, com as seguintes características, divididas por plataforma:

- YouTube: 91 vídeos, com média de 4'21"; 219 mil visitas; 533 comentários; 848 likes;
- TwitCasting: 82 vídeos, com média de 19'10", 1.274 espectadores, 250 comentários.

Quatro grupos se destacaram na quantidade de obras produzidas: no YouTube, Jornal A Nova Democracia (28) y Coletivo Mariachi (21). Entre os grupos de streaming, Mídia Ninja (43) e Coletivo Carranca (39). Os audiovisuais arquivados no YouTube se dividiam em notícias e reportagem (53) e advocacy vídeo (40). Nestas obras, a violência policial foi o tema mais abordado e os manifestantes foram os protagonistas da narrativa. Entretanto, a polícia também era presença constante, quase sempre reprimindo aos manifestantes. O ponto de vista predominantes nas obras é fruto do encontro entre o olhar dos manifestantes e a câmara. Tecnicamente, o que se vê na tela são planos gerais e primeiros planos (para entrevistas), poucos movimentos de câmara, montagem linear e som direto.

O vídeo com intenção advocacy aparece em 40 dos vídeos no YouTube. Este subgênero esteve completamente focado na cobertura da violência policial. Em termos técnicos, pode ser considerado Pro-Amateur (Thorson et al., 2010), já que conta com montagem, utilização de microfones externos, mas se nota instabilidade e falta de foco em algumas imagens. A fotografia, em comparação com os outros subgêneros, é mais criativa. A montagem continua simples, mas incorpora efeitos especiais para evidenciar os casos de violência.

O seguimento dos protocolos de filmagem sugeridos por advogados e organizações de direitos humanos apresenta deficiências, mesmo considerando o esforço realizado pelos vídeo ativistas. O registro da identidade dos agredidos aparece em quase todos os vídeos (80%), o plano sequência em 70% dos casos, e se nota um esforço por identificar os agressores (40%). O principal problema encontrado é a ausência de contexto nas imagens. A câmara se enfoca no momento da violência, sem oferecer o arco narrativo completo necessário para entender a situação filmada.

Nas transmissões por streaming, 82 dos 173 vídeos, realizados pelos coletivos Carranca e Mídia Ninja, é possível encontrar uma narrativa detalhada dos acontecimentos. Aqui há um streamer-narrador, que guia o olhar e narra os eventos, imprimindo uma forte sensação de realidade, de presencialidade e de testemunho histórico. O que se vê é um plano sequência quase infinito, com planos gerais e primeiros planos de personagens que falam para a câmara. A imagem, tecnicamente, é inferior à dos outros subgêneros. Muitas vezes o que se vê é apenas um "borrão", dependendo da qualidade do telefone móvel utilizado para realizar a transmissão e da Internet. Neste contexto, a voz do narrador é fundamental.

Neste caso, também foram encontradas diferenças significativas entre a produção realizada entre os dois grupos, o que não ocorreu nos outros subgêneros. Em resumo, a transmissão do Coletivo Carranca conseguiu ser mais contextualizada, próxima e imersa aos acontecimentos. Além de mostrar um posicionamento político claro contra o governo de turno e o Estado, de forma geral. Já a cobertura da Mídia Ninja evitava confrontar o governo do Partido dos Trabalhadores e chamava a uma conciliação geral. Narrativamente, Mídia Ninja também deixava o contexto em segundo plano, centrando sua construção audiovisual na violência, no espetáculo e na carnavalização do protesto.

Que participação é possível nas rede e meios sociais?

Neste trabalho se opta por analisar a participação de forma crítica e como um conceito político (Carpentier, 2017; 2016; Kelty, 2013). Através da aplicação do modelo de Carpentier (2016), chegou-se aos seguintes resultados:

YouTube: se nota um alto nível de interação por parte da audiência, com muitas visualizações, comentários e avaliações do material. Mas, ao analisar o conteúdo desta “conversação”, percebe-se que predominam os comentários descontextualizados e despolitizados. Em relação à recirculação, a maior parte dos links está em páginas de agregadores de links, não representando, assim, uma reconstrução ou reapropriação da narrativa.

Facebook: o nível de interação é ainda maior que o encontrado no YouTube. Os comentários eram mais politizados, em sua maior parte de apoio. Mas também não foram encontradas evidências de uma reconstrução ou reapropriação da narrativa, na maior parte dos casos.

TwitCasting: apresenta os níveis mais baixos de interação numérica da audiência (análise quantitativa), mas os níveis mais altos de conversação (análise qualitativa). A audiência está em dialogo constante com o streamer e entre si, propondo um aprofundamento político do debate.

Em relação às posições de poder, se verifica uma relação de desigualdade no processo. Os vídeo ativistas tem o poder de decidir tudo o que se refere à produção do vídeo e como circulará originalmente nos meios sociais. A audiência tem o poder de decidir como relacionar-se com o vídeo nos processos de circulação e recirculação. Mas é importante não perder de vista que, neste processo, a ultima palavra é sempre dos proprietários das plataformas de redes e meios sociais que, através de seus algoritmos e definições de serviço e privacidade, acabam por definir o que circula ou não na rede.

Conclusões

Nesta pesquisa, objetivamos compreender o vídeo ativismo como uma das demandas do comum no contexto das revoltas globais contemporâneas. Mas aqui, o vínculo construído no estar-juntos é visto como Ubuntu, como uma proposta de re-existência em um modo coletivo, intercambiando experiências e baseando as relações no apoio mútuo e aprendizagem contínua com outros seres humanos.

Chama a atenção nos resultados o método de trabalho vídeo ativista, guiado para a viralização dos vídeos nas redes e meios sociais. É importante considerar que devido a isto, grande parte da narrativa acabou superficial e centrada na narrativa da violência, sendo, por tanto, dissonante dos objetivos da comunicação comunitária nos movimentos sociais. Outro fator que joga contra o vídeo ativismo online é a utilização de plataformas proprietárias, que, acabam limitando o alcance e a mensagem dos movimentos sociais.

Em relação à narrativa, cabe dizer que se bem a narrativa vídeo ativista era imersa, próxima aos movimentos sociais e centrada nos manifestantes, esta também pecou pela falta de contexto e, algumas vezes, pela espetacularização. A violência deve ser mostrada, porém contextualizada, explicando as demandas dos movimentos sociais; não transformando a polícia no personagem principal e, principalmente, seguindo os protocolos de filmagem indicados pelas organizações de advogados e direitos humanos. Desta forma, o vídeo, além de arquivo de memória passa a ser também uma arma legal.

Bibliografia

- Agamben, G. (1990). *The Coming Community*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Aguilar, R. G. (2017). *Horizontes comunitario-populares. Producción de lo común más allá de las políticas estado-céntricas*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Brandão, Carlos Rodrigues (1987). *Repensando a pesquisa participante*. São Paulo: Brasiliense.
- Canavarró, Marcela (2015). *Technopolitics and emotional contagious: the inspiration from Turkey and Spain to uprisings in Brazil in and after 2013*. Manuscrito no publicado.
- Carpentier, Nico (2017). *The Discursive-Material Knot: Cyprus in Conflict and Community Media Participation*. New York: Peter Lang.
- Carpentier, Nico (2016) Beyond the Ladder of Participation: An Analytical Toolkit for the Critical Analysis of Participatory Media Processes. *Javnost - The Public*, 23 (1), 70-88.

- Esposito, Roberto (2003). *Comunitas. Origen y destino de la comunidad*. Buenos Aires: Amarrortu ediciones.
- Favret-saada, Jeane (2005). *Ser afetado*. Caderno de campo, 13.
- Hardt, M.; Negri, A. (2011). *Commonwealth. El proyecto de una revolución del común*. Akal: Madrid.
- Gyekye, K. (2003). Person and Community in African thought. In: Coetzee, P. H.; Roux, A.P.J. (Eds.). *The African Philosophy Reader* (pp. 348-366). New York: Routledge.
- Gutiérrez, B. (2014, 19 de abril). La época más revolucionaria de la historia. El Diario. Recuperado de <http://www.eldiario.es/zonacritica/epoca-revolucionaria-historia_6_251334882.html >.
- Harding, T. (2001). *The video activist handbook*. Pluto Press: London.
- Kelty, C. M. (2013). From Participation to Power. In: Delwiche, A y Henderson, J. J (Eds.), *The participatory Cultures Handbook* (pp. 22-32) London: Routledge.
- Menkiti, I. A (1984). Person and Community in African Traditional Thought. In: Wright, R.A. *African philosophy: An Introduction* (pp. 171-181). Lanham: University Press of America.
- Nancy, Jean Luc (2000). *La comunidad inoperante*. ARCIS: Santiago de Chile.
- Nogueira, Renato (2011). Ubuntu como modo de existencia. Elementos gerais para uma ética afroperspectivista. *Revista da ABPN*, 3 (6),147-150.
- Oliveira, R. C. (2000). *O trabalho do antropólogo*. São Paulo: Editora Unesp.
- Paiva, Raquel (2003). *O Espírito Comum. Comunidade, mídia e globalismo*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Ramose, M. B. (2003). The ethics of Ubuntu. In: Coetzee, P. H.; Roux, A.P.J. (eds). *The African Philosophy Reader* (pp. 348-366). New York: Routledge.
- Rogers, R. (2012). *Digital Methods. After Cyberspace: Big Data, Small Data*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Sodré, M. (2014). *A Ciência do Comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Shukaitis, S. y Graeber, D. (2007) *Constituent Imagination. Militant Investigations, Collective Theorization*. Oakland: AK Press.
- Wallerstein, I. M (2012) *El capitalismo histórico*. Madrid: Siglo XXI.

A arte dos encontros ou como nasce um coletivo? – A comunicação comunitária do coletivo Tela Firme como potência afetiva e experiência de ação no bairro da Terra Firme

The art of encounters or how is a collective born? - The community communication of the collective Tela Firme as affective power and experience of action in the neighborhood of Terra Firme

*Luciana Gouvêa da Cunha*¹⁴

Resumo: O presente artigo apresenta a história de formação do coletivo Tela Firme, as motivações pelas quais ele foi criado, contextualizando os acontecimentos com dados socioeconômicos e culturais do bairro em que o grupo atua: a Terra Firme (ALVES, 2010; NOVAES, 2011, SANTOS, 2011; COLARES, 2014). A proposta central deste trabalho é refletir sobre os encontros como dispositivo fundamental para a organização das ideias e dos movimentos de resistência e sobre como os espaços públicos podem ser facilitadores desses acontecimentos. Neste artigo, vamos investigar os sentidos de encontros (SALES, 2014), territórios (GUATTARI, 1990, 1992; GUATTARI E ROLNIK [1986] 2013; HARVEY, 2005) e comunidade (PAIVA 2003; 2007; CASTELLS, 2014).

Palavras-chave: Tela Firme; Comunicação Comunitária; Encontros.

Abstract: This article presents the history of formation of the Tela Firme collective, the motivations for which it was created, contextualizing the events with socioeconomic and cultural data of the neighborhood in which the group operates: Terra Firme (ALVES, 2010; NOVAES, 2011, SILVA, 2011, COLLARS, 2014). The central proposal of this work is to reflect on the meetings as a fundamental mechanism for the organization of ideas and resistance movements and on how public spaces can be facilitators of these events. In this article, we will investigate the meanings of encounters (SALES, 2014), territories (GUATTARI, 1990, 1992, GUATTARI AND ROLNIK [1986], HARVEY, 2005) and community (PAIVA 2003, 2007, CASTELLS, 2014).

Keywords: Tela Firme; Community Communication; Encounters.

O coletivo de comunicação Tela Firme começou inicialmente como um grupo de produção audiovisual na cidade de Belém (PA), que se propunha a ser uma TV Comunitária no bairro da Terra Firme. O projeto reunia seis jovens com diferentes níveis de experiência em mídias – comunicadores, estudantes, youtubers e leigos, no bairro da Terra Firme, periferia da capital. A ideia era lançar um novo olhar sobre o bairro, de moradores para moradores, pautando acontecimentos que não têm espaço na mídia comercial local.

Os vídeos do coletivo, em um primeiro momento, mostravam manifestações culturais, como carnaval e cortejos folclóricos, moradores ilustres, os projetos e as ações dos movimentos sociais, e após o lançamento da primeira produção, o grupo ganhou destaque nas mídias educativas e comerciais da cidade, a exemplo das TVs Nazaré, Cultura, Liberal e RBA. As emissoras convidaram os integrantes do Tela Firme para dar entrevistas e, assim, tiveram espaço para explicar a sua proposta de divulgar os eventos positivos do bairro e os feitos de seus agentes socioculturais.

¹⁴ Luciana Gouvêa é mestre pela Universidade Paulista, São Paulo, Brasil. E-mail: lucigouveiac@gmail.com. Este artigo é um fragmento da dissertação *Tela Firme, gravando!* – A produção audiovisual do coletivo Tela Firme no fomento dos vínculos culturais e comunicativos no bairro da Terra Firme, em Belém (PA) (UNIP, 2018).

Os participantes receberam (e recebem até hoje) convites para ir até as escolas públicas do bairro, realizar rodas de conversa, oficinas de comunicação e a exibição de seus vídeos. A partir de 2014, o grupo passou a se inserir no debate sobre direitos humanos como coletivo, fazendo cobertura jornalística e cultural de protestos e ações sociais, fazendo articulações políticas para gerar dados sobre a criminalidade e construir uma rede colaborativa de promoção da cultura de paz e de ajuda às famílias das vítimas de crimes violentos em bairros de periferia, em especial a Terra Firme.

Com a gravação do vídeo “Poderia ter sido você”¹⁵ (postado em 6 de janeiro de 2015 no canal do YouTube), mais três novos membros foram agregados ao grupo. A produção audiovisual foi exibida em uma sessão da CPI das Milícias na Assembleia Legislativa do Estado (Alepa), e o coletivo ganhou desta instituição mesmo ano (2014) a comenda Paulo Frota, concedida aos defensores de direitos humanos no estado do Pará.

Após a grande repercussão do documentário – que foi filmado como se fosse uma história de ficção, porque o medo de se manifestar contra a chacina era muito grande –, o grupo passou a realizar coberturas audiovisuais mais pontuais, a exemplo da Marcha das Mulheres Negras e atos contra o presidente Michel Temer, considerado pela ampla maioria dos movimentos sociais e organizações civis independentes como “ilegítimo”, pela trama realizada para chegar ao cargo. E, além disso, o coletivo continua a ocupar os espaços de debates em universidades, escolas e centros culturais da capital paraense.

Neste artigo, vamos investigar os sentidos de encontros (SALES, 2014), territórios (GUATTARI, 1990, 1992; GUATTARI E ROLNIK [1986] 2013; HARVEY, 2005) e comunidade (PAIVA 2003; 2007; CASTELLS, 2014), apresentando a história de formação do coletivo Tela Firme, as motivações pelas quais ele foi criado, contextualizando os acontecimentos com dados socioeconômicos e culturais do bairro em que o grupo atua: a Terra Firme. A proposta deste trabalho é refletir sobre os encontros como dispositivo fundamental para a organização das ideias e dos movimentos de resistência e sobre como os espaços públicos podem ser facilitadores desses acontecimentos, a exemplo das ruas do bairro, que, por sua geografia, privilegia a manutenção das relações de vizinhança e a construção de redes colaborativas e de solidariedade.

“Vamos fazer, vamos reunir, vamos criar um cenário, vamos comprar uma TV... vamos ficar loucos!”: Os encontros

O geógrafo e missionário da Comissão de Justiça e Paz da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil Francisco Batista Júnior foi enviado para Moçambique em 2010 e uma de suas principais atividades de comunicação no país era um programa de rádio, que falava sobre a questão da lei da terra e do exercício da cidadania. A atração radiofônica informava os trabalhadores sobre como legalizar suas propriedades em um momento em que empresas e grandes grupos econômicos estavam invadindo a terra dos colonos moçambicanos.

Quando Francisco, morador da Terra Firme, voltou para o bairro no final do ano seguinte, ele quis atuar como multiplicador da sua experiência com a rádio comunitária no país africano.

Eu voltei para o bairro em 2011, aí em 2012 participei de uma Paixão de Cristo do Jave, e eu comecei a me inserir com essa galera do Jave, e comecei a externalizar para o Mailson, que era do Jave, isso em 2013, ‘olha Mailson, tô afim de fazer isso-isso, temos a ideia do nome...’, ele falou: ‘Bacana’. A gente estava conversando na praça, sentado no banco, ele topou a ideia. O Tela começou em 2014. Em 2013, a gente estava conversando na praça e daí eu falei logo, ‘bora tirar do papel’, a ideia de fazer o primeiro programa, que foi o carnaval. O que que tem de bom nesse bairro que vá contra esse estigma? (BATISTA, 2016).

Mailson estava dirigindo a Paixão de Cristo, encenada pelo grupo Jave, de teatro independente, situado na avenida Perimetral e fundado por moradores da região, entre eles, Vanessa Alves, repórter e produtora do Tela Firme. Por conhecer o trabalho de Francisco como ativista social e de terem se encontrado várias vezes durante as festividades que as igrejas de São Domingos de Gusmão e de Santa Maria promoviam, Mailson o convidou para interpretar Jesus Cristo na encenação.

Com a amizade estabelecida, Francisco descobriu que Mailson tinha acabado de concluir o curso técnico de rádio e TV pela Fundação Papa Francisco e que já estava trabalhando profissionalmente com edição de vídeo. Para completar o grupo, o geógrafo convidou os estudantes Fraan Silva e Thalisson Assis, que eram youtubers e produziam

¹⁵ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=nTymevrDkF8>. Acesso: 16 de fev. 2018.

vídeos caseiros comentando o dia a dia da escola que frequentavam com um toque de humor. Um pouco antes do carnaval de 2013, Francisco convocou uma reunião na praça Olavo Bilac, conforme relatou Mailson em entrevista realizada em 19 de setembro de 2017, nesse mesmo local.

Quando o Francisco me falava por telefone, por mensagem, ‘vamos fazer, vamos reunir, vamos criar um cenário, vamos comprar uma TV... vamos ficar loucos!’. No fundo, pensei que fosse mais algo que a gente ia criar uma certa expectativa e não ia para a frente. Mas ele sempre foi empenhado no Tela Firme. E aí ele ligava e perguntava e bolava e pensava, até que um dia ele me chamou pra reunir. A gente reuniu bem aqui nessa calçada – exatamente aqui [ele apontou com o dedo o local]. Viemos eu, a Vanessa, ela veio me acompanhar como minha namorada, e veio o Thalisson e a Fran. Aí o Francisco viu e chamou eles para serem repórteres. E a gente sentou, pensou, tentamos criar um formato, um nome e, apesar de ter um nome que era Tela Firme, discutimos sobre isso – eu achei fantástico o nome, tudo a ver! Não teria outro nome talvez que fosse transformar o coletivo no que ele é hoje. Eu acho que o nome é muito responsável por toda essa dimensão que o Tela Firme acabou criando. (SOUZA, 2016).

Com o coletivo formado, o grupo definiu qual seria a temática do primeiro vídeo, que deveria ser cultural e positivo sobre o território e os moradores dele – o carnaval do bairro, e, na semana seguinte, marcaram de iniciar a produção na passagem da Ligação, sede da escola Rosas de Ouro da Terra Firme.

O Tela Firme não esperou um momento favorável para começar a sua ação comunicativa. Reunir todos os membros do grupo em um mesmo local ainda é uma tarefa complexa – uma parte dos integrantes do coletivo possui empregos formais, já tem filhos, atuam como articuladores políticos e sociais em outros projetos e, além disso, no início do trabalho com o audiovisual, não tinham os equipamentos ideais para garantir a qualidade dos vídeos. Embora todos participem ativamente na produção e captação de imagens, a maioria dos jovens que atuam no coletivo não sabem como fazer edição desses vídeos, ficando a cargo de Mailson e de Harrison editar o material coletado. De fato, se tivessem aguardado pelas condições ideais para pôr em prática os seus planos, o coletivo teria sido inviabilizado. Por outro lado, podemos considerar os encontros (SALES, 2014) um dispositivo importante para a geração de ações sociais, culturais, produção de sentidos e vínculos. De acordo com Sales,

No encontro, carregamos um pouco dos outros e também deixamos um pouco de nós mesmos. O outro é, portanto, a chave dos encontros. Mas esse outro não se reduz a uma pessoa. O outro pode ser um livro, uma paisagem, um lugar, enfim, o outro é uma força, ou melhor, um composto de forças capaz de afetar e ser afetado. No encontro dos corpos somos afetados e, a partir dessa afecção, temos a nossa própria potência aumentada ou diminuída. O aumento da potência gera alegria; a diminuição da potência produz tristeza. Estados afetivos dos corpos que traduzem o seu modo de ser. (SALES, 2014, p. 9).

Para o autor, baseado no pensamento de Baruch Spinoza, Gilles Deleuze e Roberto Machado, as afecções são o estado de um corpo quando sofre a ação de outro corpo. Logo, uma afecção é o efeito imediato de um encontro. A partir disso, as afecções produzem os afetos que aumentam ou diminuem a nossa potência de agir no mundo. Isto é, cada um age em função da sua potência, dos encontros que tem ao longo da vida, das afecções que fazem manifestar a vontade de se impor na existência (SALES, 2014, p. 180).

Podemos considerar, então, que a oportunidade do encontro dos membros do coletivo Tela Firme na praça central do bairro deu materialidade às possibilidades que existiam no plano das ideias, neste caso, construir uma TV Comunitária na internet. Baseados na estratégia de fomentar a monocultura espiritual e cultural, os espaços públicos de liberdade de encontro nas regiões periféricas das cidades brasileiras são recorrentemente desterritorializados (GUATTARI; ROLNIK, 2013), com o incentivo de grandes corporações capitalistas.

Para Guattari e Rolnik (2013), a noção de território é muito ampla e dividida em três movimentos – territorialidade, desterritorialização e reterritorialização. O território é de um determinado espaço que se articula aos outros existentes e aos fluxos cósmicos e simbólicos. Ele pode ser tanto um espaço vivido quanto um sistema no qual o sujeito se sente em “casa” – pode ser material ou imaterial, portanto. De acordo com o autor, ele é “o conjunto dos projetos e das representações nos quais vai desembocar, pragmaticamente, toda uma série de comportamentos, de investimentos, nos tempos e nos espaços sociais, culturais, estéticos, cognitivos” (GUATTARI; ROLNIK, 2013, p. 388).

Já a desterritorialização é a destruição ou dissolução desse território marcada pela estratificação material e mental dos indivíduos que o compõem. Em contraposição aos processos de desterritorialização, temos a reterritorialização, que é um processo de recomposição do território engajado em uma ação desterritorializante.

Dessa forma, são comuns, na obra do autor, expressões como “reapropriação”, “ressingularização”, “reterritorialização”, pois se admite que as mudanças ocorrem em paralelo a outros processos já em andamento – que, no caso da Terra Firme, seria o crescimento desordenado –, porém necessário, tendo em vista as demandas por habitação não satisfeitas – os serviços públicos precários, a criminalidade e a representação negativa na mídia.

Não obstante, o sistema econômico e também de ideias e valores visa a matar os encontros, porque não admite que outros tipos de trocas vinculativas (simbólicas, não financeiras, afetivas, de amizade, etc.) ocorram fora de seus domínios. Os espaços de convivência mantidos por empresas privadas, a exemplo dos shopping centers e casas de cultura (teatros, casas de show, galerias, onde há um filtro com base no poder de consumo, mesmo que a programação seja gratuita), visam a assumir o controle, o protagonismo e a mediação (daquilo que deve ou não estar em debate) de espaços que outrora eram mantidos e geridos pelo Estado (portanto, voltados para o uso público independente do poder de consumo do indivíduo) e utilizados pela população como um todo. De acordo com Harvey (2005),

A sobrevivência do capitalismo se funda na vitalidade permanente dessa forma de circulação. Se, por exemplo, houver interrupção dessa forma de circulação pela impossibilidade da obtenção de lucro, então a reprodução da vida cotidiana que conhecemos se dissolverá aos caos [...] ele envolve a criação de infraestruturas sociais e físicas que sustentem a circulação do capital, de sistemas legal, financeiro, educacional e da administração pública, além de sistemas não ambientais, urbanos e de transportes, desenvolver instituições-chave para sustentar a circulação do capital. (HARVEY, 2005, P. 130).

Resistindo a este cenário de isolamento e de proeminente desinvestimento do espaço público, na Terra Firme os encontros ainda se dão nesses locais de livre acesso, a partir da praça da Matriz, um dos poucos equipamentos de lazer e convivência da área, de uma ida à feira ou de uma conversa casual entre vizinhos de porta. A geografia do bairro, toda horizontalizada e que, por diversos motivos, convida os seus moradores ao encontro nas ruas, facilita esse contato mais orgânico entre os seus moradores.

E o coletivo Tela Firme se beneficiou do espaço da praça para potencializar a sua ação social, promovendo posteriormente outros encontros – o lançamento do vídeo “Terra Firme”, a comemoração do aniversário de 1 ano e uma roda de conversa com os candidatos à prefeitura de Belém foram alguns dos eventos que o Tela Firme realizou na praça, após iniciar suas atividades. As pessoas se encontram no bairro e partilham de ideias em comum. Então, a praça representa o espaço desses encontros. A partir dele se criam ações, elos sociais, projetos em comum. Assim, estabelecem-se redes, grupos e coletivos que se organizam e amplificam os vínculos sociais.

“Se a gente for ficar pensando nas dificuldades, a gente nunca ia sair da onde a gente estava.”: Os primeiros vídeos

Mesmo com o equipamento emprestado do amigo, o grupo resolveu fazer uma coleta para comprar a primeira câmera, uma DCRL, que ninguém sabia mexer. Na hora de gravar na escola de samba, o áudio ficou comprometido, pois o microfone utilizado era o da própria câmera, e posteriormente, para as outras gravações externas, o grupo conseguiu um microfone de karaokê. Como a ideia inicial era que o Tela Firme fosse uma TV comunitária, foi criado um estúdio na casa do Francisco, que se tornou o novo ponto de encontro para as criações do grupo. Eles grafitaram a parede, colocaram um aparelho de TV também na parede – e ele serviu de locação para os dois primeiros vídeos do coletivo.

Para o lançamento do vídeo de pouco menos de cinco minutos, outro amigo emprestou um espaço na casa dele, o grupo convidou algumas pessoas que trabalham com teatro, arte e dança no bairro, e foi realizado um coquetel de lançamento. Com o coletivo oficialmente lançado, eles se reuniram novamente, agora no estúdio da casa de Francisco, para planejar a segunda produção – o “Terra Firme”.

De acordo com Mailson Souza, que dividiu com Harrison Lopes a direção da câmera, o segundo vídeo do Tela Firme foi concebido a partir da necessidade de reverter a imagem de representação da Terra Firme na mídia, e o canal YouTube se mostrou a melhor plataforma para o trabalho de divulgação do coletivo, em função de seus vídeos de maior duração, da gratuidade da ferramenta e de sua possibilidade de mobilizar os inscritos.

Para se preencher essa lacuna por uma reportagem mais cultural, informativa e educativa sobre o bairro, pensou-se em produzir um material que pudesse servir de fonte para estudos, que pudesse ser exibido em escolas e que fosse ao estilo de documentário.

Nessa segunda produção, foi necessário o tempo de uma semana para a captação das imagens e a mobilização dos entrevistados, sendo que as saídas para filmar ocorreram em dois dias inteiros, a partir da praça Olavo Bilac. Do início ao lançamento, passaram-se cerca de 20 dias, na estimativa dos membros do Tela Firme entrevistados.

No primeiro, fizemos o levantamento das igrejas, no outro, pegar entrevistas com os moradores, assim em diante, e fora a pós-produção, editar, colocar tudo aquilo, entrevistamos os moradores mais antigos da Terra Firme, como eles vieram para cá, as lendas, teve uma senhora que falou da lenda da cobra, que quando eles vieram morar para cá tinha uma cobra que vivia em uma ponte e não podia olhar para ela, se não você ficava com dor de cabeça, um monte de coisa que a gente não sabia. Conversamos também com o pessoal do transporte São Luís, que são a primeira linha de ônibus aqui. Eles cederam algumas fotos de alguns ônibus deles, como que era o transporte na época, como era esse trajeto, então foi muito bacana, muito rico. A gente amadureceu muito quanto pessoas e quanto coletivo a partir desse trabalho. (SOUZA, 2017).

O coletivo, como é independente, não possui apoio político nem patrocínio, nem qualquer tipo de apoio comercial para realizar as filmagens. Na visão deles, os maiores apoiadores são a comunidade local, isto é, os moradores do bairro. Oferecer refrigerante, água, um convite para um almoço, ou a laje da casa para se fazer um enquadramento panorâmico, são considerados pelo grupo uma ajuda fundamental para viabilizar a captação de imagens no bairro. Então mesmo que o grupo não disponha de dinheiro para a realização das produções, a partir de trocas não monetárias, baseadas em relações de amizade, vizinhança e partilha do comum, a produção na rua foi garantida.

As principais dificuldades da gravação foram os equipamentos precários, e a edição, durante o processo de pós-produção. A lente da filmadora, durante as caminhadas do grupo, sujeita ao sol fortíssimo de Belém e às chuvas quase diárias, embaçava com muita facilidade e novamente o microfone de karaokê deixou o áudio com um baixo padrão de qualidade, e para contornar o problema, Mailson precisou fazer uma sincronização de voz e imagens. Apenas convertendo as imagens para um formato de leitura adequado, Mailson levou cinco dias transformando 400 *gigabytes* em MP4. Outro contratempo foi a lentidão dos *notebooks*, que não eram os ideais para comportar a quantidade de informações audiovisuais descarregadas nos aparelhos.

Quando eu acabei este vídeo do Tela Firme, foi a sensação mais feliz na minha vida, parece que eu nunca ia acabar aquilo. A nossa geração é uma geração muito afobada, eu nem tenho paciência de ver o anúncio. Aí, imagine, tu vê um vídeo de meia hora. E o nosso, a gente queria no máximo em 10 minutos. Mas a gente capturou imagens pra fazer um longa! Ninguém ia querer ver 30 minutos. Muita coisa está lá guardada, da época da avenida Perimetral, que estava em construção. Daí a gente vê imagens que vão ser um tesouro daqui há 10, 15 anos, 'olha como a Perimetral era e olha como ela está hoje'. (SOUZA, 2017).

O vídeo “Terra Firme” foi lançado na plataforma YouTube em 24 de abril de 2014, com 11 minutos e 42 segundos, tempo considerado extenso para um formato de reportagem. O planejamento inicial do grupo era gravar um vídeo novo a cada 15 dias, mas logo percebeu que isso não seria possível. Ao se reunir em torno de uma ação social organizada com o intuito de mostrar os aspectos positivos do bairro da Terra Firme, os membros do coletivo passam a refletir e a explorar as potencialidades das relações comunitárias.

Não estamos afirmando, nesta dissertação, que esses fenômenos de reflexão e de exploração apenas passam a existir para o grupo após a criação do Tela Firme, mas a partir da existência dele cria-se outra nuance, outra camada, outra dimensão dessas relações travadas pela comunidade local, baseada no aprofundamento/estritamento das vinculações sociais e culturais. De acordo com Raquel Paiva (1998), a comunidade, de uma maneira geral, tem aparecido como “investida de um poder de resgate da solidariedade humana ou da organicidade social perdida” (p. 11). Para Raquel Paiva, “falar de comunidade significa necessariamente aportar em uma postura política”:

Eleger a possibilidade comunitária quer dizer opor-se, ou pelo menos não aceitar incondicionalmente o ideal societário, no qual a globalização traz como lógica os princípios de hegemonia e exclusão [...] Nessa sociedade, recorrer à estrutura comunitária significa o reconhecimento da situação, a ativação do sentimento de agregação, e a busca conjunta de soluções. A estrutura comunitária atua com o propósito de pressão, como uma estratégia para a participação efetiva nos dispositivos sociais e como possibilidade de descentralização de poder. Por esse viés, pode-se vislumbrar a aplicabilidade do conceito de comunidade na sociedade contemporânea. (PAIVA, 2003, p. 129).

A princípio, o vídeo “Terra Firme” tem o intuito de promover o processo de *redescrição do sujeito*, procurando lançar um olhar diferenciado sobre o bairro, que, pelo fato de ser periférico, tem um forte estigma social de ser violento e sem expressões de comunidade e de convivência.¹⁶

Nesse contexto citado pela autora, podemos concluir que os sentidos e as dimensões do comunitário estão ligados às possibilidades de vinculação social a partir de grupos baseados em afetos, territórios imaginados, performances, pedais, comunidades que emergem das redes digitais, coletivos de novas mídias e abordagens sociais, da dança, das culturas urbanas e rurais, entre outros, mas, sobretudo, diz respeito a todos os agrupamentos caracterizados pela organicidade ou afetividade no seu processo de formação de convívio.

O Tela Firme, apesar de todos os dilemas e dificuldades devidos à falta de bons equipamentos, de conhecimentos necessários para realizar uma produção audiovisual e eventos (encontros mais organizados, espaços de debate), construiu e envolveu pessoas em uma rede de solidariedade e ajuda de suporte não monetário, pensou e executou um vídeo apresentando uma nova narrativa midiática a respeito do bairro onde eles próprios cresceram, convidando os seus moradores a enxergar outras perspectivas e dimensões a respeito do território onde vivem e, o mais importante: produziram proximidade, produziram vínculo.

Referências

- ALVES, Edivânia Santos. **Marchas e contramarchas na luta pela moradia na Terra Firme (1979-1994)**. Belém, PA: Universidade Federal do Pará, 2010.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos sociais na era da internet**. Zahar: Rio de Janeiro, 2013.
- COLARES, Aiala. **A Geografia do crime na Metrópole – Das redes ilegais à territorialização na periferia de Belém**. Belém: Editora UEPA, 2014.
- GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. Campinas, SP: Papyrus, 1990.
- _____. **Caosmose – Um novo paradigma estético**. São Paulo: Editora 34, 1992.
- GUATTARI, Félix, ROLNIK, Suely. **Micropolítica: As cartografias do desejo**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2013.
- HARVEY, David. **Espaços de esperança**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- NOVAES, Raquel Santos de. **A dinâmica de uso da praça Olavo Bilac no contexto da cidade de Belém**. Belém, PA: Universidade Federal do Pará, 2011.
- PAIVA, Raquel. **O Espírito Comum: Comunidade, Mídia e Globalismo**. Mauad: Rio de Janeiro, 2003.
- _____. (org.). **O Retorno da Comunidade**. Mauad X: Rio de Janeiro, 2007.
- SALES, Márcio. **Caosmofagia – A arte do encontros**. Rio de Janeiro: Editora Garamond, 2014.
- SANTOS, Maria do Socorro Rocha. **Medo na Cidade: um estudo de caso no bairro da Terra Firme em Belém/PA**. Belém, PA: Universidade Federal do Pará, 2011.

Referências Audiovisuais

- CARNAVAL. Direção: Mailson Souza/ Coletivo Tela Firme. Belém, 2014. (4m56s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=cafaR2HU8Qs>>. Acesso em: 1 dez. 2017.
- QUEREMOS O nosso campinho de volta!. Direção: Coletivo Tela Firme. Belém, 2015. (2m21s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=daAh53zUj2w>>. Acesso em: 20 jan. 2018.
- PODERIA ter sido você. Direção: Mailson Souza/Coletivo Tela Firme. Belém, 2014 (9m43s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nTymeivrDkF8>>. Acesso em: 18 mar. 2017.
- TERRA firme. Direção: Mailson Souza/Coletivo Tela Firme. Belém, 2014. (11m42s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=giSq294yphQ>>. Acesso em: 1 dez. 2017.

¹⁶ De acordo com Richard Rorty, a *redescrição* consiste em dois movimentos: “A capacidade de recontar as histórias em que os indivíduos estão inseridos, de maneira que eles possam se perceber como participantes da construção da história coletiva e, conseqüentemente, possam se qualificar como membros da comunidade atual, resultante desse processo histórico. O segundo movimento refere-se à mudança do próprio vocabulário pelo qual são expressas as histórias individuais, coletivas, passada e presentes. Ou seja, mudar a forma como as pessoas normal e rotineiramente descritas, usando palavras com sentido diferenciado e até mesmo criando novas expressões” (RORTY apud PAIVA, 2007, p. 141).

Referências de entrevistas

BATISTA, Francisco. Entrevista [19 de jun.2017]. Entrevistadora: Luciana Gouvêa. Belém, 2017. 2 arquivos .mp3 (37min06s).

LOPES, Harrison. Entrevista [09 de jun.2017]. Entrevistadora: Luciana Gouvêa. Belém, 2017. 2 arquivos .mp3 (2h30min00s).

SOUZA, Maílson. Entrevista [19 jun.2017]. Entrevistadora: Luciana Gouvêa. Belém, 2017. 1 arquivo .mp3 (1h33min20s).



Organizaciones y medios comunitarios: auto narraciones para disputar Identidades públicas

Organizations and community media: self narrations to dispute public identities

*Abatedaga, Nidia Cristina*¹⁷
*Ordóñez, María de los Ángeles*¹⁸

Resumen: El espacio público es un ámbito de disputa de sentidos y escenario de conflicto entre auto identificaciones e identidades asignadas por medios hegemónicos y el Estado y organizaciones y medios comunitarios autogestionados y sin fines de lucro. Este sector subalterno elabora y difunde auto narraciones para neutralizar identificaciones descalificatorias y/o para lograr un reconocimiento social adecuado a sus propósitos no lucrativos. Las narrativas identitarias son estrategias de praxis comunicativas que permiten a las organizaciones comunitarias interrumpir la dominación de grupos poderosos que instalan sentidos dominantes. A la vez, en este proceso se configuran subjetividades colectivas con características diferenciadas que es preciso reconocer.

Palabras Clave: Esfera Pública, Auto Narraciones, Praxis Comunicativas

Abstract: The public space is an area of dispute of senses and scenario of conflict between self-identifications and identities assigned by hegemonic means and the State and self-managed, non-profit organizations and community media. This subaltern sector elaborates and disseminates self-narrations to neutralize disqualifying identifications and / or to achieve social recognition appropriate to its non-profit purposes. Identity narratives are communicative praxis strategies that allow community organizations to interrupt the domination of powerful groups that install dominant senses. At the same time, in this process, collective subjectivities are configured with differentiated characteristics that must be recognized.

Key words: Public Sphere, Self Narrations, Communicative Praxis

En el marco de la investigación “Emergentes laborales II. Praxis comunicativa y resistencias en los bordes de organizaciones y redes de autogestión laboral”¹⁹ se reconoció la confluencia de dos procesos situados en los bordes (Kaplún, G.: 2000) de organizaciones y medios comunitarios que autogestionan colectivamente sus trabajos sin fines de lucro. Estos grupos reconocen que en el espacio público mediático hay un desfase entre auto identificaciones de *ser-trabajador-autogestivo*, y denominaciones distorsionadas que les asignan medios masivos hegemónicos y el Estado (Abatedaga, Siragusa: 2011). La praxis comunicativa se asume articulando dimensiones materiales y políticas en auto narraciones que definen el horizonte del colectivo y organiza en los bordes, la interacción con el afuera (Abatedaga y Siragusa: 2014).

Objetivos

La investigación propuso reconocer las estrategias de comunicación de los bordes, de organizaciones cooperativas y comunitarias para disputar sentidos en el espacio público, bajo la hipótesis de que estos grupos autogestionados procuran lograr un reconocimiento identitario en el espacio público desbordando la esfera pública burguesa e industrial (Negt & Kluge: 1993).

¹⁷ Abatedaga, Nidia. Docente Facultad Ciencias de la comunicación. Universidad Nacional de Córdoba. Doctora en Comunicación Social. Argentina. nidiaabatedaga@gmail.com

¹⁸ Ordóñez, María de los Ángeles, Maestranda Centro de Estudios Avanzados – Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba. Licenciada en Comunicación Social, Argentina, maryordoniez@gmail.com

¹⁹ La investigación que es base de este análisis y se desarrolló durante el periodo 2016-2017 con subsidio de la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de Córdoba.

Discusión teórica propuesta

Los procesos de subjetivación e identificaciones serán abordados aquí en *los bordes* de organizaciones y grupos sociales subalternos, un espacio que media y articula interioridad con exterioridad, un afuera – considerado aquí como relación de fuerzas con otras fuerzas en un momento determinado.

Para Deleuze, la analítica de la finitud trata siempre de mostrar cómo Lo Otro, lo Lejano, es también lo más Próximo y lo Mismo, es decir, lo Otro está tomado por un movimiento mediante el que produce Lo Mismo (Deleuze: 1986; 23). De esta distinción entre la “exterioridad” e “interioridad” parte Foucault para explicar que el afuera está recorrido por un movimiento mediante el cual produce un adentro. El Adentro no es mi interioridad, sino el pliegue del Afuera que es constitutivo de un adentro. Así, la línea del afuera, al plegarse produce subjetividad. El Pliegue es la subjetivación, el ser del sujeto (Deleuze: 1986; 50). Así, las configuraciones subjetivas suponen analizar esta relación entre el Afuera y el Adentro, asumiendo que las subjetividades son una dimensión intrínseca de la realidad social e histórica que atraviesa a los sujetos y al espacio en que se relacionan con otros, (Fernández: 2006; 51). No resultan de proceso intra psíquicos, sino de los modos como se articula la realidad contextual, ese Afuera, a través de la interacción discursiva (Abatedaga: 2013) para constituir el Adentro. Entendemos entonces que los bordes son un espacio en sí mismo, que permiten analizar la subjetividad colectiva como parte de prácticas económicas y fuerzas ideológicas que se desarrollan en el afuera, que la producen, porque el adentro se constituye a partir del pliegue del afuera.

La articulación se produce a través de prácticas de reconocimiento y reflexión, que vinculan a los sujetos con las reglas, necesarias a la sujeción/subjetivación, y “complementan la descripción... discursiva y disciplinaria con una descripción de las prácticas de autoconstitución subjetiva” (Hall y Du Gay: 2003). Además, no hay oposición “pliegue/despliegue” sino modos diferentes de plegado: la subjetivación no es única, hay diferentes modos de subjetivación, que para cada grupo de sujetos es diferente. En cada formación social la fuerza está en relación con otras fuerzas, ya sea que afecte a otras fuerzas o que sea afectada por otras fuerzas. (Deleuze: 1986; 93).

Para estudiar las prácticas de autoconstitución subjetiva se hará referencia a las identificaciones producidas en los procesos narrativos y autonarrativos que las organizaciones articulan en los bordes para y en el espacio público²⁰. Para analizar las fuerzas puestas en juego en las narrativas nos alejamos del esencialismo, y tomamos de Ricoeur la idea kantiana de que identificar es relacionar, lo “relativo a otra cosa distinta de lo mismo” (2004). Las identidades son “cualidades relacionales contingentes” (Arfuch 2005: 14) punto de encuentro entre (1) discursos y prácticas que intentan ‘interpelarnos’, hablarnos, como sujetos sociales de discursos particulares y (2) procesos que producen subjetividades, que nos construyen como sujetos susceptibles de decirse (Hall: 2003). Las identidades colectivas son prácticas de diferenciación y marcación de un “nosotros” respecto de un “otros”, históricamente situadas, condensando, construyendo experiencias e imaginarios colectivos y reconocimiento recíproco (Restrepo: 2007, 25), “una definición compartida, interactiva y producida por varios individuos que está relacionada con las orientaciones de la acción y con el campo de oportunidades y constricciones en la que ésta tiene lugar” (Melucci 1990: 106).

A su vez, las identidades públicas son afirmadas y atribuidas, definiciones asignadas por identidades dominantes o hegemónicas (estatales o medios masivos) y conforman campos de resistencia, tensiones dirimidas en el espacio público. (Johnston; 1994; 265). Reconocemos que las contradicciones son inherentes a la esfera pública burguesa pues ésta “se basa en un principio abstracto de generalidad” (Hansen: 1993; 25) que reproduce mecanismos de exclusión de sectores sociales que no encajan en aquella representación “homogeneizada”.

Tanto las identidades públicas como las identidades colectivas suponen prácticas narrativas que concretan estas definiciones y permiten la existencia de los discursos y prácticas fundadores de identidades. Para Ricoeur, el relato construye la identidad del personaje, su identidad narrativa, al construir la de la historia narrada. Es la identidad de la historia la que hace la identidad del sujeto colectivo (1996). Las identidades como narración se concretan cuando los sujetos dan significado a sus relaciones, contando su experiencia (Epston, Murray & White; 1993; 13). Las historias son los modos a través de las cuales la experiencia vivida es interpretada y el medio crítico a través del cual nos hacemos inteligibles dentro del mundo social. No pareciera haber otro mecanismo para la estructuración de la experiencia que capture el sentido del tiempo vivido (Ricoeur; 1983).

²⁰ Los procesos de subjetivación implican factores que exceden las identidades narrativas en cuanto a conformar el pliegue del afuera (Lo Otro) sobre el adentro (Lo Mismo). Sin embargo la identidad narrativa, posee una gran trascendencia en el origen de la conformación de subjetividades colectivas que amerita un análisis pormenorizado.

Así concebidas, las identificaciones producidas a través de narraciones circulando en el espacio público, son sustanciales a los procesos de plegamiento del afuera que produce un adentro, exterioridad que al plegarse produce subjetivación. Las narrativas identitarias que circulan en el espacio público son, para nosotros, el Afuera, fuerzas en relación con otras fuerzas que se articulan en aquel, configurando la formación social que al plegarse, produce estas configuraciones subjetivas. En el proceso de que el Afuera produzca un Adentro, se focaliza aquí las relaciones de fuerzas producidas en las narrativas identitarias acerca del trabajo autogestionado que circulan en el espacio público. La disputa evidencia las contradicciones entre la lógica interna no lucrativa y las exigencias de un mercado que domina el espacio público mediático.

Acerca del Espacio Público proletario

Negt y Kluge redefinen el concepto de lo público partiendo de una situación dominada por la producción industrial y las formas electrónicamente mediadas de publicidad”, cuyo funcionamiento devela: “una mezcla inestable de los diferentes tipos de publicidad; un sitio de confrontación discursiva para y entre agrupaciones múltiples, diversas y desiguales; un proceso potencialmente imprevisible debido a las superposiciones y las conjunciones entre los diferentes tipos de publicidad y de los diversos públicos” (Hansen; 1993: 26-27). Desde una perspectiva amplia de la función política de la esfera pública proponen bajo la forma de una esfera pública auto-determinada, la potenciación de grupos hasta entonces excluidos del espacio público, un “contra concepto” de las variantes burguesas e industrial-comercial, que denominaron esfera pública “proletaria” (Hansen: 1993; 28). La noción de contra-esfera es un fenómeno específicamente moderno, contemporáneo a la publicidad burguesa industrial-capitalista, que ofrece formas de solidaridad y reciprocidad, son experiencias mediatizadas, no arraigadas en las relaciones cara a cara.

Así, la esfera pública como un horizonte para la organización de la experiencia social, puede implicar la existencia de contra-públicos múltiples, potenciales núcleos para la organización alternativa de la sociedad, que disputan las normas excluyentes del público burgués elaborando estilos de comportamiento político alternativos y formas alternativas de expresión pública (Fraser: 1999:105). Los contra-públicos pueden protagonizar la política, entendida en los términos de Rancière, no como asunto de vínculos entre los individuos y de las relaciones entre éstos y la comunidad, sino que compete a una cuenta de las “partes” de la comunidad, por la cual, según la cuota o el valor que aporta, obtiene el derecho a poseer una parte del poder común. La política comienza donde se reparten las partes de lo común (Rancière: 2007: 18 -19). No hay política simplemente porque los pobres se opongan a los ricos, sino que es la política (en tanto interrupción de los meros efectos de la dominación de los ricos), la que hace existir a los pobres como entidad. La política existe cuando el orden natural de la dominación es interrumpido por la institución de una parte de los que no tienen parte (Rancière: 2007: 24-25).

Estos contra públicos constituyen la política a partir de la interrupción de discursos dominantes descalificatorios que circulan en el espacio público, a través de auto narraciones que proponen instalar identidades – otras en el espacio público mediático. En esto colaboran sustancialmente los espacios para las narraciones que se abren bajo formas virtuales, como también los medios comunitarios y/o alternativos.

Para Negt y Kluge la contra esfera no es tanto un sitio como un proceso donde conviven estructuras organizativas desiguales, condiciones impredecibles y acontecimientos aleatorios; situaciones permeables a la aparición de formaciones alternativas, donde los intereses colectivos pueden organizarse. Afirman que no todos los contra – públicos son iguales o proceden de las mismas condiciones de subalternidad²¹ (Hansen:1993:34).

Enfoque y/o metodología de abordaje

Partimos de conceptualizaciones previas para interpretar las realidades y facilitar la aplicación de técnicas de recolección de datos. En las organizaciones y grupos sociales autogestionados el equipo de investigación realiza trabajos permanentes de Análisis de situación y Autodiagnóstico para posteriormente elaborar planes de comunicación con una perspectiva metodológica enraizada en la Investigación-Acción-Participativa. Anualmente se renuevan los grupos de trabajo que se constituyen en equipos de comunicación que elaboran, conjuntamente con los trabajadores, las estrategias comunicativas que la organización solicita/necesita.

²¹ Los autores se refieren a “públicos parciales” como aquellos que funcionan por espacios industriales –comerciales, que por lo general no fueron construidos sobre un modelo identitario, que organizan grupos inmensos (todo un subsistema social en el caso de iglesias electrónicas) y su actividad tiende a permanecer más o menos ocultas a la vista del público que no paga y no participa directamente. Se incluyen entre los públicos parciales a los públicos de multimédios en torno a deportes, iglesias, organizaciones en torno a temas específicos como el aborto, circuitos, videos, musicales, etc.

A su vez, se analizaron comparativamente los resultados de entrevistas en profundidad y de intervenciones para inferir conclusiones. Para estudiar las estrategias de visibilización que elaboran y sus vinculaciones con medios comunitarios/alternativos se analizaron diferentes formatos hipertextuales (páginas de Facebook, videos en YouTube, Blogs de las organizaciones, páginas informativas de medios digitales) que los grupos del equipo de investigación, junto a los trabajadores, elaboraron.

Principales resultados, reflexiones y conclusiones

Reconocemos, con Negt y Kluge, que las formas tecnológicas contemporáneas fragmentan la experiencia de los grupos sociales, tornándose crucial un trabajo relacional que incorpore la capacidad de recordar, que neutralice la erosión de la matriz temporal del horizonte de la experiencia, para posibilitar la memoria colectiva, que es la condición previa para cualquier política contra – hegemonía (Hansen: 1993; 32). Los análisis realizados consideran la presencia y características del factor histórico en las auto narraciones propuestas por los colectivos para su reconocimiento en el espacio público, contra identificaciones, en espacios que pueden configurarse como de retaguardia. Consideramos que las identidades se reconstruyen en el relato que confiere al grupo la iniciativa de comenzar una serie de acontecimientos, dando al narrador el poder de determinar el comienzo, el medio y el fin de la acción, constituyéndolos en recursos culturales importantes para su auto identificación en el espacio público (Gergen; 2007;156-8).

Las autonarraciones proponen una visión relacional del auto concepto, de las identificaciones que los grupos construyen relacionamente y con otros, acerca de sí mismos. Dotan de inteligibilidad a sujetos de palabra que proponen explicaciones acerca de quiénes son con valor de verdad porque organizan, producen los hechos y crean sentidos acerca de “lo que es verdad” (Gergen: 2007), proponen explicaciones “hiladas en el tejido narrativo” (Ricoeur: 1981). Los discursos hegemónicos son interceptados por formatos hipertextuales que permiten a los grupos autogestionados colocar sus auto narraciones en el espacio público, planteando así la disputa política al interrumpir los efectos de la dominación y generar incipientes contra esferas de retaguardia.

Así, reconocemos numerosas narrativas-del-nosotros que emergieron en el espacio de lo público a partir del ejercicio de prácticas comunicativas radiofónicas y audiovisuales gestadas por organizaciones de gestión horizontal en el territorio local²². Los grupos emergentes, junto al equipo de investigación, se apropian de tecnología para constituirse en sujetos de narraciones con diversos formatos. Los hipertextos dialogan con otras modalidades de visibilización que amplifica el reconocimiento público: información en medios comunitarios²³, asistencia a eventos donde cuentan su experiencia cara a cara, auto elaboración de productos gráficos identificatorios, audios y videos viralizados en redes²⁴.

Los grupos autogestionados en ocasiones han tomado el cyber espacio para explicar su realidad, contar sus propias historias, estableciendo eventos a ser explicados, un resultado significativo saturado de valor. Las auto narraciones valiosas son las que seleccionan y ordenan eventos para lograr una historia inteligible, brindar explicaciones hiladas en el tejido narrativo, que vinculen causalmente ciertos eventos con los resultados (Gergen: 2007; 159).

Identificamos que las historias grupales, son muy diferentes en los espacios virtuales de organizaciones autogestionadas y los de medios comunitarios o alternativos. En los primeros, hay videos de su historia, explican los motivos del origen de la organización, y los propósitos que persiguen, cuestionando afirmaciones naturalizadas, reivindicando una versión contra hegemónica de sí mismos: La organización Nuestras Granjas Unidas (NGU) explica “somos pequeños productores” hacemos “agricultura familiar”²⁵ y la Cooperativa de Carreros La Esperanza indica “nacimos autoconvocados ante la necesidad concreta de los carreros de ser incluidos en el trabajo digno “la lucha de nosotros es por trabajo”²⁶. Mientras que, en la modalidad virtual del Diario del Centro del País²⁷ no se encuentran referencias a su historia de recuperación, sólo mencionan que son una cooperativa de trabajo²⁸ y sus videos institucionales remiten a su función informativa²⁹.

²² Territorio abordado con la investigación: Ciudad de Córdoba Capital y Gran Córdoba.

²³ Las radios comunitarias cubren eventos y difunden la información de las organizaciones

²⁴ Los mensajes auditivos adquieren relevancia crucial en organizaciones donde se reconocieron gran cantidad de trabajadores analfabetos. En casos como Cooperativa la Esperanza o El Abasto supera el 70 %.

²⁵ https://www.facebook.com/pg/Nuestras.Granjas.Unidas/videos/?ref=page_internal

²⁶ <http://www.laesperanza.org.ar/somos>

²⁷ Empresa Recuperada - Cooperativa de trabajo Villa María, Cba.

²⁸ <http://www.eldiariocba.com.ar/category/el-equipo/>

²⁹ <https://www.facebook.com/eldiariocba/videos/10156905929308712/>

La versión digital de Comercio y Justicia narra en un párrafo que es una empresa recuperada, sin abundar en detalles³⁰, ausencias que pueden reconocerse también en La Radio Comunitaria La Rimbombante³¹. Por otro lado, Fábrica de Ideas reúne el Diario Tortuga y Radio Tortuga y los promueve mutuamente en Facebook. Se auto define como una “FM Comunitaria con perfil periodístico, hecha por jóvenes profesionales de la comunicación”³² y en la página del diario se narra como una cooperativa de trabajo que “apuesta a la comunicación popular”³³. En similar dirección, Radio Zumba la Turba afirma ser “un proyecto político-comunicacional autogestionado colectivamente por sus integrantes” que hace “comunicación popular, alternativa y comunitaria”³⁴.

Identificamos dos estrategias narrativas diferenciadas, ya que mientras que los medios cooperativos y/o comunitarios en sus auto narraciones enfatizan en la importancia de su propuesta informativa, las organizaciones autogestionadas no mediáticas destacan diversos procesos de aprendizaje que protagonizan, en una clara estrategia de auto legitimación en tanto sujetos políticos. Podemos ver que NGU narra la incorporación de tecnología de auto producción sustentable; La Esperanza relata jornadas de capacitación sobre “El cuidado doméstico del equino”; la cooperativa de changarines El Abasto cuenta su incorporación al Programa de Capacitación con obras de INAES y otros para fortalecer el trabajo digno que llevan adelante sus socios; la Asociación Civil AMMAR posee una carpeta institucional digital donde cuenta su historia y describe actividades de formación, para las trabajadoras y para la sociedad: “charlas y talleres en Prevención de VIH e ITS, y sobre sexualidad responsable en escuelas secundarias, barrios, universidades y todo aquel espacio que lo requiera”³⁵.

Además del propósito relacional las organizaciones persiguen fines de justicia social, en tanto combinan luchas por la redistribución de recursos con luchas por el reconocimiento identitario (Fraser, 2008). Las identificaciones con las que procuran ese reconocimiento asume características particulares, según la organización. Los sujetos del relato de organizaciones no mediáticas, proponen constituir identidades que remiten a sus experiencias, y muestran narraciones que procuran neutralizar identificaciones de medios hegemónicos que descalifican o tergiversan sus identidades públicas. Ejemplificamos lo dicho retomando a La Esperanza, cooperativa que narra la identidad del carrero en tanto trabajador, o servidor público, desmintiendo versiones que vinculan al maltrato animal o al “merodeo”³⁶, en base a lo cual, elaboran productos comunicacionales (audios, videos, flyers, gift) que circulan en las redes (Facebook, Whatsapp) que muestran a la organización como contra públicos subalternos. A su vez, en su carpeta institucional virtual, AMMAR narra su disputa con los poderes públicos–estatales en torno al reconocimiento del trabajo sexual, explicitando que “el Trabajo Sexual NO es un Delito. En la Argentina el trabajo sexual, no se encuentra tipificado el Código Penal, SI ES DELITO vivir y/o facilitar la prostitución ajena, y la trata de personas”³⁷.

Los medios comunitarios, en cambio, no disputan sentidos vinculados a identidades laborales, sino que se advierte una búsqueda por el reconocimiento profesional de la tarea periodística comprometida con sectores subalternos. Las auto narraciones colocadas en los espacios públicos refieren sobre todo a hacer públicos eventos que no difunden los medios hegemónicos, no como estrategia de marketing, sino como referentes y voceros de sectores postergados e ignorados. Los medios masivos recuperados comparten con los medios comunitarios la búsqueda de reconocimiento por el profesionalismo periodístico, sin embargo difieren en aquellos en que reconocen ser una empresa, con una identidad relacionada con la agenda y la actualidad informativa.

Tanto la estrategia de medios comunitarios, de difundir en el espacio públicos eventos vinculados a sectores sociales subalternos y procesos invisibilizados, como la estrategia de organizaciones laborales autogestionadas, que difunden auto narraciones desmintiendo sentidos asignados por medios hegemónicos y por el Estado ponen en evidencia dos procesos de los bordes de estos grupos.

En primer lugar, las estrategias que elaboran organizaciones no lucrativas y medios comunitarios muestran un movimiento de pliegue del afuera que produce configuraciones subjetivas, subjetividades colectivas diferentes, unas más vinculadas al reconocimiento en tanto trabajadores, otros más referidos al reconocimiento de un trabajo profesional periodístico comprometido con sectores pobres.

³⁰<http://comercioyjusticia.info/historia/>

³¹ https://www.facebook.com/pg/radorimbombante/about/?ref=page_internal

³² https://www.facebook.com/pg/Tortuga102.7/about/?ref=page_internal

³³ <http://diariortuga.com/#filter=-.page-coopfdi> ; <http://diariortuga.com>

³⁴http://zumbalaturba.com.ar/?page_id=2798

³⁵ <http://www.ammar-cordoba.org/wp-content/uploads/2013/08/Carpeta-Institucional-Ammar-Cordoba-2.pdf>

³⁶ El “Código de Convivencia Ciudadana de la Provincia de Córdoba” (Ley 10326. Diciembre de 2015) tipifica como delictivas las “conductas sospechosas” y el “merodeo”.

³⁷DEM 19 <http://www.ammar-cordoba.org/index.php/ammam-en-los-medios/>

Por otro lado, la intención de publicitar narrativas contra hegemónicas, aunque no siempre con éxito, podrían conformar un contexto favorable a la configuración de un espacio público proletario, un ámbito de resistencia de retaguardia, en los términos en los que lo proponen Negt y Kluge.

Además, la situación plantea interrogantes respecto de las características que asume en la actualidad el espacio público, considerando el diálogo de diferentes formatos tradicionales e hipertextuales, que configuran hoy las narrativas en disputa. Asimismo, la costosa elaboración de contra-conceptos narrativos con propósitos identificatorios que los grupos subalternos realizan en espacios públicos específicos y con soportes limitados, nos desafía por su relevancia analítica y política, en la constitución de una contra esfera pública de siglo XXI.

Bibliografía

- Abatedaga, Nidia (2012) *Comun(ic)ación Cooperativa. Estrategias, Herramientas y Reflexiones*. Ed. Topos&Tropos.
------(2013) “Los dilemas de la comunicación en la economía social”. Revista Umbrales Ed. CISPREN. Córdoba.
- Arfuch, Leonor (comp) (2005) *Identidades, sujetos y subjetividades*. Prometeo, Bs As.
- Deleuze, Gilles (2015) *La subjetivación. Curso sobre Foucault*. Ed. Cactus. Bs. As.
- Fraser, N. (1999) “Pensando de nuevo la esfera pública. Una contribución a la crítica de las democracias existentes” en Rev. Ecuador Debate N° 46. Abril 1999. P. 139/174 Disponible en repositorio digital: <http://hdl.handle.net.10469/5760>
- Frazer, Nancy (2008) “La justicia social en la era de la política de identidad: redistribución, reconocimiento y participación” en Rev. Del Trabajo. Año 4 N° 6. Agosto – Diciembre de 2008. Disponible en:
http://www.trabajo.gob.ar/downloads/cegiot/08ago-dic_frazer.pdf Fecha de consulta: julio de 2012
- Gergen, K. (2007) *Construccionismo Social, aportes para el debate y la práctica*. (Ángela María Estrada Mesa y Silvia Diazgranados Ferrans, traductoras). Bogotá: Ediciones Uniandes.
- Hall, S. (2000). *Identidade Cultural en la pos-modernidade*. 4º ed. Ed. DP&A. Rio de Janeiro (2003) “¿Quién necesita “identidad”? En HALL, Stuart y DU GAY, Paul (Comp.); *Cuestiones de identidad cultural*. Ed. Amorrortu. Bs As.
- Kaplún, G. (2000) “Comunicación organizacional: la importancia de los bordes y las ventajas de agacharse” en Revista Constelaciones N° 1, Fund. W. Benjamin, Bs As.
- Negt, O. y Kluge A. *Esfera pública y experiencia. Hacia un análisis de las esferas públicas burguesa y proletaria*. Volumen 85 MINNESOTA. University of Minnesota Press Minneapolis Londres
- Melucci, J. (1990) *Sistema politico, partiti e movimenti sociali* Ed. Giangiacomo Feltrinelli Editore Milano. Italia
- Ranciére, Jacques (2007) *El desacuerdo. Política y filosofía*. Ed. Nueva Visión. Bs. As.
- Restrepo, E. (2007) “Identidades: Planteamientos teóricos y sugerencias metodológicas para su estudio” En Rev. Jangwa Pana N°5 – Junio 2007
- Ricoeur, P. (1983). *Time and Narrative*. Chicago, IL: University of Illinois Press.
- Ricoeur, P. (1996). *El sí mismo como otro*. Madrid: Siglo XXI.

La disolución del “nosotros” en las prácticas de comunicación ciudadana digital. Análisis del grupo #Comunicambio en Facebook.

The dissolution of the “we” in the practices of digital and citizen communication. Analysis of the #Comunicambio group on Facebook

Víctor Manuel Marí Sáez³⁸

Resumen: En esta comunicación se analiza el papel de lo colectivo en la práctica de comunicación ciudadana digital #Comunicambio, surgida en España al año del nacimiento del movimiento de los indignados (2011) y activa hasta la fecha. Para el análisis se adopta una perspectiva teórica que, partiendo de los postulados de la comunicación popular (Peruzzo), ciudadana y social permita analizar el rol del “nosotros” en las prácticas tecnocomunicativas contemporáneas. La estrategia metodológica adoptada apuesta por la triangulación recursiva. En concreto, se ha implementado 1) un análisis de los perfiles de los miembros del grupo, 2) un análisis de los temas sobre los que se habla en este grupo y 3) entrevistas en profundidad a miembros que desempeñan un rol central en el mismo. Las conclusiones apuntan al predominio de unos imaginarios y unas prácticas en las que predomina lo individual sobre lo colectivo y la autopromoción del emisor sobre las causas sociales, con un déficit de anclajes teóricos y de referencias a otros ciclos de movilización social y política en los que este “nosotros” estaba más presente.

Palabras Clave: Comunicación ciudadana, individualismo, Internet.

Abstract: This paper analyzes the role of the collective in the practice of digital citizen communication #Comunicambio, which emerged in Spain a year after the birth of the Indignados movement (2011) and is active to date. We use a theoretical perspective for the analysis, that, starting from the postulates of popular (Peruzzo) citizen and social communication, allows us to analyze the role of the “we” in contemporary and techno-communicative practices. The methodological strategy adopted bets on recursive triangulation. In particular, we have done 1) an analysis of the profiles of the group members, 2) an analysis of the topics discussed in this group and 3) in-depth interviews with members who play a central role in the group. The conclusions point to the predominance of some imaginaries and practices in which the individual predominates over the collective and self-promotion of the issuer over social causes, with a deficit of theoretical anchors and references to other cycles of social and political mobilization in which this “we” was more present.

Palabras Clave: Comunicación ciudadana, individualismo, Internet.

Introducción

El filósofo francés Michel de Certeau (1999) plantea que “los imaginarios marchan por delante de nuestras prácticas para abrirles camino”. Siguiendo la estela de este pensamiento, la presente comunicación plantea un análisis de las prácticas comunicativas digitales del grupo de Facebook denominado #Comunicambio, teniendo en cuenta los imaginarios, los discursos y las prácticas sociales que en torno a la comunicación y al cambio social circulan en él. Comunicambio es una experiencia de comunicación ciudadana en el espacio digital nacida en 2012, a partir del 15-M o movimiento de los indignados (España, 2011), y que se ha mantenido en el tiempo hasta nuestros días.

³⁸ Universidad de Cádiz (España) victor.mari@uca.es

En Facebook este grupo reúne a más de 800 personas procedentes del campo de la investigación universitaria, del activismo social, de la cooperación al desarrollo o del periodismo. El grupo #Comunicambio se puede situar, por tanto, en el ciclo de movilizaciones que se abre con la primavera árabe (2011) y que continúa con el movimiento Occupy Wall Street (EEUU), PasseLivre (Brasil), #YoSoy132 o el movimiento NuitDebout (Francia), entre otros. Estas iniciativas, calificadas por Rossana Reguillo como paisajes insurrectos (2017) dan cuenta de “unas multitudes conectadas capaces de crear la situación para otros modos de imaginar la vida, de dar sentido a las relaciones sociales; prácticas de insurrección y resistencia que irrumpen en distintas partes configurando un paisaje insurrecto (Reguillo, 2017:45).

Esta potencialidad instituyente (Castoriadis), para no devenir en adanismo, requiere de un necesario entronque con los antecedentes histórico-comunicativos con los que las prácticas tecnológicas y comunicativas contemporáneas aludidas son susceptibles de ser conectadas. En el caso español, uno de estos antecedentes es, sin duda, el ciclo de movilizaciones que tiene lugar en la década de los 70', en la última etapa de la dictadura franquista y el inicio de la democracia. En este periodo confluyen un buen número de experiencias de comunicación ciudadana altamente creativas (radios libres, vídeo y cine social, prensa obrera y barrial, etc.) de las que se da sobrada cuenta en el referencial Congreso de Cambrils (Tarragona, España, 1978) y en el posterior libro colectivo coordinado por Vidal Beneyto (1979). Unos entronques que guardan sintonía con las conceptualizaciones sobre comunicación popular, comunitaria, alternativa u horizontal entre otras tantas) que emergen desde América Latina (Peruzzo, Díaz Bordenave, etc).

No obstante, en el análisis de prácticas de comunicación ciudadana digital como las de #Comunicambio, aparecen también otros imaginarios y teorizaciones que remiten a perspectivas en las que lo individual se impone sobre lo comunitario y lo colectivo, hasta el punto de eliminarlo. Estas son, por ejemplo, las posiciones de Barry Wellman en torno al individualismo conectado (Wellman, 2001) o el término de “autocomunicación de masas” puesto en circulación por Manuel Castells (2010), en el que da la impresión de que no aparece un nosotros que medie entre las voluntades comunicativas los individuos y unos destinatarios finales a los que se sigue concibiendo como “masas”.

En este contexto, la pregunta de investigación que nos guía es: ¿qué lugar ocupa lo colectivo (el nosotros) en prácticas comunicativas como las de #Comunicambio? Si se toma como hipótesis de trabajo esta disolución de lo colectivo, ¿qué consecuencias tiene sobre las prácticas puestas en marcha? El presente estudio de caso de la experiencia comunicambio se inserta dentro de un proyecto de investigación más amplio, en el que se están implementando otras perspectivas de análisis complementarias para investigar las relaciones entre comunicación, ciudadanía y cultura en la investigación sobre comunicación en España (Autor, 2013, 2017).

Marco Teórico

El marco teórico de esta comunicación conecta con investigaciones recientes que han analizado el uso y apropiación de las redes sociales virtuales para la comunicación digital orientada al cambio político y social. Dadas las limitaciones de espacio de las que disponemos seremos sintéticos a la hora de presentar los referentes teóricos desde los que se ha levantado la perspectiva teórica de nuestro trabajo.

Por un lado, queremos analizar la experiencia de #Comunicambio desde las lógicas de la acción colectiva y de la acción conectiva propuestas por Bennett y Segerber (2012, 2014). Los dos autores citados señalan que, en el análisis de experiencias como las enumeradas anteriormente, la centralidad de las comunicaciones impulsadas desde las estructuras formales de una determinada organización social o política (acción colectiva) se complementa y, en ocasiones, va dejando paso, a las comunicaciones gestadas por los ciudadanos en torno a la misma causa, sin el control ni las directrices de campaña emanadas desde la estructura de la organización.

Esta implicación comunicativa del ciudadano— a través de memes, virales, entradas en blogs, etc. - que se siente conectado a una causa (acción conectiva), pasa a marcar el protagonismo a la hora de expandir los límites de influencia de la acción colectiva y comunicativa centralizada. Además, tomamos como referencia teórica a Gerbaudo (2012) y sus reflexiones en torno a las tensiones entre el yo y el nosotros que se producen en las movilizaciones sociales mediadas tecnológicamente que se desencadenan en la actualidad. Por un lado, este autor desmitifica la supuesta espontaneidad que acontece en este tipo de movilizaciones. Utiliza la noción de “coreografía de asamblea” (‘choreography of assembly’) para sugerir que la reconstrucción del espacio público que llevan a cabo estos movimientos no es totalmente espontánea. Como sucede en la danza, en los movimientos sociales contemporáneos estos coreógrafos no están visibles en el escenario para la mayoría de las personas, pero esto no significa que no estén jugando un rol importante en el desarrollo de la acción colectiva (Gerbaudo, 2012: 159).

Este mismo autor plantea que la tendencia hacia la individualización presente en este tipo de movimientos genera obstáculos para el desarrollo de la acción colectiva (Gerbaudo, 2012.30).

El proceso de individualización, inherente a la Modernidad occidental (Giddens, 1995), se ha visto sometido a un proceso de radicalización intensiva en el marco de la globalización capitalista y de la consecuente disolución y liquidez (Bauman, 2001) de las estructuras sociales colectivas previas a la hegemonía de la privatización y del individualismo consumista. Esta modernidad líquida dominante tiene su correlato, entre otros espacios, en movilizaciones sociales contemporáneas como las analizadas aquí.

En tercer lugar, quisiéramos hacer referencia de los análisis de Anduiza, Cristancho y Sabucedo (2013) sobre la necesidad de tener en cuenta – en el análisis de este tipo de prácticas – factores como las características de las organizaciones implicadas, sus canales de comunicación y movilización preferidos y el perfil de los sujetos participantes. De este modo se pueden superar unas perspectivas excesivamente individualistas y fragmentadas en el momento del análisis y de la investigación de este tipo de prácticas.

La perspectiva teórica adoptada en esta investigación conecta con los análisis de autores como Touraine y Melucci, para quienes la acción social es capaz de generar identidades colectivas en el proceso de transformación de la realidad. Al tiempo, la perspectiva freiriana de la praxis es una invitación a situar las prácticas comunicativas en la lógica de la transformación social. Del mismo modo que desde la educación popular el mexicano Carlos Nuñez habló de la necesidad de plantear la circularidad entre el educar y el transformar (educar para transformar, transformar para educar) desde aquí creemos que esto mismo sucede en materia de comunicación (*comunicar para transformar, transformar para comunicar*). Desde estas claves, el propio proceso de transformación y de comunicación social conlleva una articulación colectiva que no puede obviar la centralidad del nosotros.

METODOLOGÍA

En el plano metodológico, para el análisis del grupo de Facebook #Comunicambio, hemos recurrido a la triangulación recursiva, para dar una mayor fiabilidad y validez a la investigación. En esta línea: 1) se ha realizado un análisis de contenido de los post en Facebook con un mayor grado de interacción por parte de los usuarios. Para ello se ha llevado a cabo un muestreo que ha consistido en la elección del mes de mayo de los años 2013, 2014 y 2015.

Los motivos para seleccionar el mes de mayo son, principalmente, tres: el primero, debido a que es el mes en el que se pone en marcha este grupo de Facebook, y este acontecimiento es una oportunidad para disponer de un flujo de información mayor; en segundo lugar, porque en mayo es el aniversario de las movilizaciones de los indignados, motivo por el cual se pone en marcha este grupo de Facebook; y tercero, porque en mayo de 2015 se organiza el Congreso Comunicambio en la Universidad Jaume I de Castellón (España), un evento importante en la historia del grupo 2) se ha llevado a cabo un análisis del perfil de los miembros suscritos al grupo #Comunicambio (más de 800) y su posterior adscripción a grupos categorizados como “Miembros del Tercer Sector”, “Miembros de movimientos sociales” “Investigadores”, “Activistas” o “Freelance/profesionales de la comunicación”, de modo que se puedan cruzar datos en relación a los tipos de mensajes que son capaces de producir cada uno de los perfiles enunciados.: 3) finalmente, se han realizado entrevistas en profundidad a personas representativas de este grupo, con el fin de conocer los motivos de la puesta en marcha del grupo, las aportaciones específicas que este realiza a la comunicación ciudadana y los motivos para seleccionar los temas y los encuadramientos temáticos que en él se llevan a cabo.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

Una vez presentada la estrategia metodológica, y antes de pasar a exponer los resultados, queremos realizar una breve descripción del grupo de Facebook #Comunicambio de modo que se puedan ampliar los breves reseñas presentadas en páginas anteriores.

¿Qué es #Comunicambio?

El grupo autodenominado Comunicambio surge en el primer aniversario de las movilizaciones de los “indignados” o movimiento 15-M, esto es, en el mes de mayo de 2012. Por esas fechas, desde la Coordinadora de ONGD de España, se pone en marcha un curso de formación titulado “Comunicación, Cultura y Educación para el Cambio Social” (desde el 10 al 31 de mayo).

La propuesta formativa se articula desde el área de formación de la Coordinadora en estrecha coordinación con el grupo de Comunicación de la misma, formado por expertos/as en el campo comunicativo que han sido, sin duda, uno de los polos dinamizadores de reflexiones y prácticas comunicativas en la búsqueda de explorar las intersecciones entre comunicación, ciudadanía y cultura.

En su página de Facebook este grupo se autodefine como una “red informal que apuesta por una comunicación basada en el respeto a los derechos humanos”. Y, más adelante, continúa su autopresentación diciendo que es “una red de comunicadoras para el cambio social formada por profesionales de diversas disciplinas vinculadas a la comunicación social”.

Como vemos, se apuesta por una presentación abierta, dotada de una mínima estructura, que al tiempo es informal y abierta. Y desde el lenguaje se apuesta por marcos lo más abiertos posibles (respeto a los derechos humanos, cambio social) en los que parece haber un deliberado desinterés por la precisión conceptual en aras del mayor número posible de personas interesadas. La inclusión del plural femenino “nosotras” es, también, una apuesta formal, desde la presentación, por un uso no sexista del lenguaje que, provocativamente, vaya más allá de las reglas gramaticales establecidas para tales situaciones discursivas.

En otro lugar (Autor, 2014, p. 3) hemos comentado que el término Comunicambio ha servido para aglutinar a comunicadores y comunicadoras del contexto español interesados por un enfoque de la comunicación que pone el énfasis en el impulso de procesos de cambio social. El hashtag #Comunicambio en Twitter, el grupo con el mismo nombre en Facebook, las iniciativas de formación de la CONGDE organizadas en los últimos años con este nombre o el próximo congreso e-Comunicambio Social (Universidad Jaume I, Castellón, 2015) son algunos de los acontecimientos que dan cuenta de este proceso de articulación” (p.3).

Análisis de datos: los perfiles de los adscritos al grupo #Comunicambio

El primer paso, dentro de esta primera estrategia metodológica, ha consistido en recopilar, a través de la página de Facebook del grupo, el número de usuarios del mismo, de modo que fuera posible una categorización posterior (Autor, 2017). Se obtuvieron 851 miembros, de los que hubo que buscar sus nombres y apellidos, o en otros casos, sus alias, indagando en sus perfiles para conocer la descripción que hacían de sí mismos.

En el análisis de los perfiles de los miembros de #Comunicambio destaca el peso que tiene el apartado “formación”, tanto por parte de investigadores/as como de expertos en formación en las temáticas propias del Tercer Sector. Además, llama la atención la presencia de una amplia diversidad de *freelances* pertenecientes a diversas ramas de la información, de la comunicación o del diseño gráfico.

Tabla nº 1

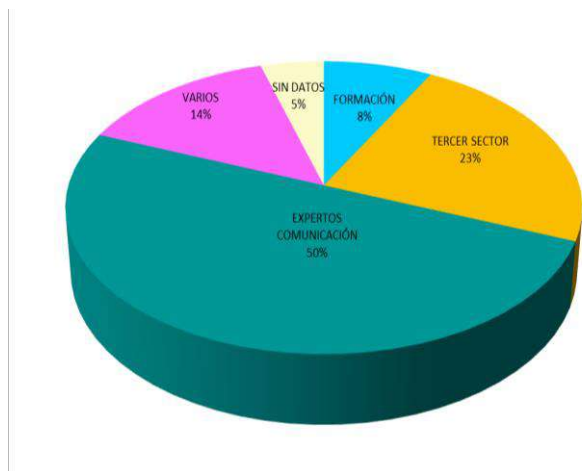
Categorización de los miembros del grupo #Comunicambio

Formación	<i>Universidad</i>	Profesores universitarios y perfiles oficiales de titulaciones, máster e institutos de investigación.
	<i>Formadores Tercer Sector</i>	Docentes dedicados a dar formación de forma específica a entidades del tercer sector.
Tercer Sector	<i>ONG / Fundación / Asociación / Voluntariado</i>	Entidades con forma jurídica determinada dentro del Tercer Sector, así como los voluntarios y/o trabajadores de las mismas excluyendo a los responsables de comunicación.
	<i>Movimiento social / Activista</i>	Entidades del Tercer Sector sin entidad jurídica, así como todo aquel que se catalogue como activista de alguna de ellas.
Expertos en comunicación	<i>Comunicación Tercer Sector</i>	Personas que se dedican a gestionar la comunicación en el Tercer Sector.
	<i>Comunicación empresa privada</i>	Responsables de comunicación de empresas privadas.
	<i>Periodistas medios escritos</i>	Miembros que realizan trabajos periodísticos para medios escritos en papel o en la web.
	<i>Periodistas radio-televisión</i>	Miembros que realizan trabajos periodísticos para televisiones y radios públicas o privadas.
	<i>Periodistas no adscritos</i>	Miembros que se definen como periodistas, pero o no trabajan para ningún medio, lo hacen como freelance o en medios propios y autogestionados.
	<i>Artes</i>	Miembros que se dedican a las artes plásticas.
	<i>Profesionales multimedia</i>	Empresas de comunicación, publicidad, productoras, etc.
	<i>Fotografía</i>	Fotógrafos
Varios	<i>Ciudadanía</i>	Perfiles de personas que se definen como ciudadanos y no se pueden incluir en otras categorías.
	<i>Políticos</i>	Personas que se dedican actualmente a la política.
	<i>Otros</i>	No categorizados por falta de datos.
Sin datos		Miembros de los que sólo se conoce nombre o alias

En términos porcentuales, el grupo de los expertos/feelance en comunicación supone la mitad de los miembros del grupo #Comunicambio (50%). Únicamente el 23% de sus miembros pertenecen a una organización solidaria (bien del Tercer Sector o bien de un movimiento social determinado). Esta sensible diferencia de la membresía al grupo entre usuarios individuales y usuarios organizados es un indicador claro de la disolución del nosotros apuntada.

Gráfica nº 1

Porcentaje de miembros de #Comunicambio por categorías

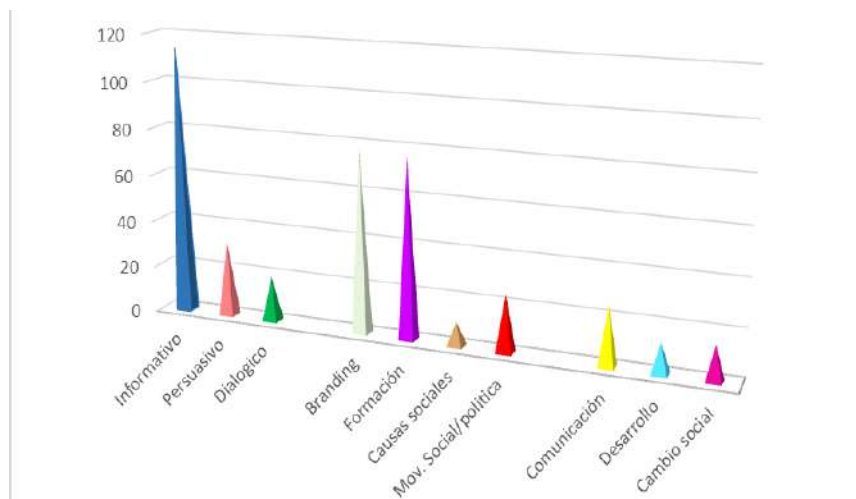


Análisis de datos: los mensajes del grupo #Comunicambio

Para el análisis de los mensajes difundidos a través de #Comunicambio se elaboró una ficha en la que se incluían apartados que hacían referencia a los aspectos formales del mensaje (texto, vídeo, audio, hipervínculos, etc.), a la orientación temática (temas relacionados con eventos formativos, con campañas o mensajes de autopromoción del emisor o con la acción social transformadora y el activismo). Sobre los 161 mensajes analizados se revisaron los temas sobre los que predominantemente se habló (ver gráfica nº 2).

Gráfica nº 2

Contenido y tema de los mensajes publicados en #Comunicambio



En este sentido, se puede ver que hay dos temas que destacan sobre el resto: los que tienen que ver con la autopromoción o autorreferencialidad (branding) del emisor (sea este alguien a título individual o una organización) y aquellas publicaciones que remiten a un evento formativo. Estos temas destacan sensiblemente sobre los mensajes en los que las causas sociales o las movilizaciones sociopolíticas son el elemento central.

Por lo tanto, se comprueba que en los mensajes publicados en este foro hay un sesgo que apunta hacia el rol del emisor en el evento comunicado sobre aquellos en los que la centralidad es la causa social. Una tendencia que conecta con la lógica comunicativa del marketing “con causa”, aunque sin efecto en la resolución efectiva de los problemas sociales en su dimensión estructural (Ballesteros, 2001). En estos mensajes hay un énfasis que resalta más la novedad comunicacional que la transformación de la realidad que se ha producido, en caso de que esto se haya producido. Hay, también, una tendencia a recopilar más “likes” (me gusta) en aquellos post con imágenes, más visuales. En cuanto a este elemento del *engagement* (compromiso) del receptor, se observa que los comentarios tienen más una función fáctica o emocional que reflexiva.

Finalmente, en tercer lugar, en relación con las (4) entrevistas mantenidas con personas pertenecientes a #Comunicambio, se insiste en el origen institucional de la propuesta formativa que sirve para iniciar este grupo, en una tensión que va de las lógicas activistas a las lógicas institucionales, y viceversa (Peláez y Carrero, 2017). En cuanto a los perfiles de sus miembros, se apunta también la presencia de profesionales de la información y de la comunicación que habían trabajado con/para ONGs pero que, en el contexto de la crisis, tuvieron que buscarse empleo como profesionales, en un contexto donde las redes sociales son una oportunidad para visibilizar(se).

CONCLUSIONES

La pregunta central que ha orientado nuestro trabajo, formulada en las primeras páginas, giraba en torno al papel de lo colectivo (del “nosotros”) en las prácticas de comunicación ciudadana digital del grupo de Facebook denominado #Comunicambio. Volvemos ahora a ella, para elaborar sintéticamente las conclusiones.

El análisis de los datos nos ha permitido comprobar que, en primer lugar, los perfiles predominantes en el grupo (freelances, participantes a título particular) hacen que quede más diluida la dimensión colectiva. Una organización que en ocasiones es inexistente (ya que el emisor interviene a título individual) o invisible (cuando el emisor expresa opiniones propias más que posicionamientos colectivos de su organización de pertenencia).

Asistimos al predominio de unos imaginarios, de unos discursos y de unas prácticas en las que el “nosotros” queda arrinconado, en favor de unos imaginarios donde el peso de la acción personal del individuo conectado prima sobre la reflexión y la acción impulsadas desde un sujeto colectivo. En este sentido, se comprueba, también, la ausencia de conexiones con otros ciclos de movilización y de comunicación colectiva acontecidos en España o en otros lugares. Se constata cierto “presentismo” en las comunicaciones emitidas, una incapacidad o falta de voluntad de entroncar lo nuevo (movimiento 15-m) con otras prácticas previas de comunicación popular o ciudadana (por ejemplo, del periodo de la transición a la democracia en España de los 70’).

No obstante, es digna de señalar la capacidad aglutinadora de este grupo (más de 800 personas) y su potencial capacidad instituyente, más allá de las cristalizaciones a las que hasta el momento ha llegado. Además, #Comunicambio funciona bien como un repositorio de experiencias novedosas en el campo de la comunicación ciudadana digital, aunque no se alcancen unos niveles altos de reflexividad en torno a estas prácticas. Hay que tener en cuenta, además, que en el marco de la comunicación ciudadana solidaria en España este grupo es fiel reflejo de las hibridaciones y características especiales del campo (Autor, 2013). Habrá que observar, en el medio y largo plazo, la capacidad de este grupo de impulsar unas acciones comunicativas y sociales en las que el “nosotros” tenga una mayor relevancia.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro, R. (2013). Ciudadanías y Medios: Veedurías desde la participación ciudadana. *Commons: revista de comunicación y ciudadanía digital*, 2(1). Recuperado de: <http://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/3058/2839>
- Anduiza, E., Cristancho, C., & Sabucedo, J. M. (2014). Mobilization through online social networks: the political protest of the indignados in Spain. *Information, Communication & Society*, 17(6), 750-764.
- Ballesteros, C. (2001). *Marketing con causa, marketing sin efecto. El marketing con causa y la educación para el desarrollo*. Madrid: Universidad de Comillas.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: FCE.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2014). De los medios de comunicación de masas a las redes sociales. *Telos, Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 98.
- Caro, L. (2017). El discurso de la autopromoción y la autenticidad en las redes sociales: la marca personal y la microcelebridad. *Área Abierta*, 17(3), 395-411.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano* (Vol. 1). México: Universidad Iberoamericana.
- Díaz Bordenave, J. (2013). La comunicación y el nuevo mundo posible. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 1(1)
- Erro, J. (2002). *Comunicación, desarrollo y ONGD*. Bilbao: Hegoa. Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional. Universidad del País Vasco.
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI.
- Gerbaudo, P. (2018). *Tweets and the streets: Social media and contemporary activism*. Londres: Pluto Press.
- Gerbaudo, P. y Treré, E. (2015). In search of the “we” of social media activism: introduction to the special issue on social media and protest identities. *Information, Communication & Society*, 18 (8), 865-871.
- Giddens, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.
- Iranzo, A. y Farné, A. (2014). Herramientas de comunicación para el tercer sector: el uso de las redes sociales por las ONGD catalanas. *Commons: revista de comunicación y ciudadanía digital*, 3(2).
- Marques de Melo, J. (2009). *Pensamiento comunicacional latinoamericano. Entre el saber y el poder*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones.
- Núñez, C. (1996). *Educar para transformar, transformar para educar*. Guadalajara: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.
- Peláez, C. y Carrera, G. (2017). Las lógicas comunicativas de las ONG: El viaje de la transformación social hacia el fortalecimiento institucional. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 6(2), 34-53.
- Peruzzo, C. (2001). Comunicación comunitaria y educación para la ciudadanía. *Signo y Pensamiento*, 20(38), 82 - 93. Recuperado de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2957>
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. Barcelona: Ned Ediciones.
- Vidal Beneyto, J. (1979) (ed.). *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*. Madrid: CIS.
- Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American behavioral scientist*, 45(3), 436-455.

Curso Anual do NPC: uma experiência de formação para a atuação em comunicação popular

Curso Anual del NPC: una experiencia de formación para la actuación en comunicación popular

NPC Annual Course: a training experience for acting in popular communication

*Rozinaldo Antonio Miani*³⁹

Resumo: Para além da projeção acadêmica que a área da comunicação popular conquistou no Brasil desde a década de 1980, em razão da grande importância das experiências comunicativas nos processos de luta contra a ditadura civil-militar brasileira, as organizações sociopolíticas populares contaram, a partir de meados da década de 1990, com a criação do Núcleo Piratininga de Comunicação (NPC) e, mais especificamente, com a realização do Curso Anual do NPC como um espaço estratégico para a formação em comunicação popular. Nesse sentido, o objetivo deste artigo é apresentar e analisar as contribuições do Curso Anual do NPC para o processo de formação política dos comunicadores populares ao longo de mais de duas décadas.

Palavras Chave: Comunicação popular. Núcleo Piratininga de Comunicação. Curso Anual do NPC. Vito Giannotti.

Abstract: Beyond of the academic projection that the area of popular communication has conquered in Brazil since the 1980s, because of the great importance of communicative experiences in the processes of struggle against the brazilian civil-military dictatorship, the popular sociopolitical organizations counted, from the middle of the decade of 1990, with the creation of the Piratininga of Communication Nucleus (NPC) and, specifically, with the realization of the Annual Course of the NPC as a strategic space for training in popular communication. In this sense, the objective of this article is to present and analyze the contributions of the Annual Course of the NPC to the process of political formation of the popular communicators for more than two decades.

Keywords: Popular communication. Piratininga of Communication Nucleus. Annual Course of the NPC. Vito Giannotti.

Resumen: Además de la proyección académica que el área de la comunicación popular conquistó en Brasil desde la década de 1980, en razón de la gran importancia de las experiencias comunicativas en los procesos de lucha contra la dictadura civil-militar brasileña, las organizaciones sociopolíticas populares contaron, a partir de mediados de la década de 1990, con la creación del Núcleo Piratininga de Comunicación (NPC) y, más específicamente, con la realización del Curso Anual del NPC como un espacio estratégico para la formación en comunicación popular. En este sentido, el objetivo de este artículo es presentar y analizar las contribuciones del Curso Anual del NPC al proceso de formación política de los comunicadores populares a lo largo de más de dos décadas.

Palabras clave: Comunicación popular. Núcleo Piratininga de Comunicación. Curso Anual del NPC. Vito Giannotti.

³⁹ Rozinaldo Antonio Miani - Docente do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL/PR). Vice-coordenador do Programa de Mestrado em Comunicação da UEL. Doutorado em História e Pós-doutorado pela ECA/USP. Brasil. E-mail: mianirozinaldo@gmail.com

Introdução

Desde a década de 1960, quando a comunicação popular se tornou uma das principais estratégias de atuação política dos movimentos sociopolíticos no Brasil, em especial, na luta contra a ditadura civil-militar e pela redemocratização do país, começaram a surgir entidades e coletivos dedicados aos processos de formação para a atuação em comunicação.

Nesse contexto, teve destaque os Centros de Educação e Comunicação Popular que, além de produzir comunicação voltada para as demandas dos movimentos sociais e populares, também promoviam cursos voltados para os dirigentes e lideranças desses movimentos com vistas a capacitá-los na tarefa de produzir a sua própria comunicação. Alguns desses centros, inclusive, disponibilizavam equipamentos e infra-estrutura (máquinas de escrever, mimeógrafos e até mesmo máquinas de impressão offset) para que os próprios integrantes dos movimentos produzissem os seus materiais comunicativos.

Só para citar dois dos mais importantes centros de comunicação que atuavam na cidade de São Paulo, destacamos o Centro de Comunicação e Educação de São Miguel Paulista (CEMI), já extinto, e o Centro de Pastoral Vergueiro (CPV), que se tornou o Centro de Documentação e Pesquisa Vergueiro, e que está com suas atividades em desativação. No Paraná, com sede na cidade de Curitiba, teve destaque o Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araújo (Cefuria) que se adaptou às novas demandas e continua em plena atividade em apoio aos movimentos sociais. Há dezenas de outras experiências espalhadas por todo o país que, certamente - em outra oportunidade - merecem uma análise mais aprofundada para demarcar sua importância estratégica nos processos de formação e organização dos movimentos populares no Brasil. Enfim, durante mais de duas décadas esses centros contribuíram decisivamente para estabelecer uma cultura política junto aos movimentos sociais e populares de utilização da comunicação como parte de suas estratégias políticas, além de ter formado dezenas de milhares de militantes oferecendo capacitação para a produção comunicativa de seus respectivos movimentos.

Porém, o avanço do processo de redemocratização e, conseqüentemente, as mudanças nas formas de atuação das organizações e movimentos sociais, combinado com o desenvolvimento técnico dos processos de produção em comunicação, colocaram esses centros de comunicação em cheque. Eles tiveram que se adaptar à nova realidade e às novas demandas das lutas sociais resultando numa alteração significativa de seus objetivos e de suas ações até então. A impossibilidade e/ou recusa para essa adaptação, associadas às dificuldades financeiras de toda ordem, fez com que a maioria desses centros encerrasse as suas atividades.

Na contramão dessa tendência de desarticulação de centros de apoio aos movimentos sociais nas suas mais diversas demandas, surgiu na primeira metade da década de 1990, com sede na cidade do Rio de Janeiro, o Núcleo Piratininga de Comunicação (NPC). Resultado do encontro de “duas práticas diferentes, mas convergentes”⁴⁰, o NPC foi, gradativamente, ocupando um lugar estratégico junto aos movimentos sociais - principalmente, o movimento sindical -, no que diz respeito ao processo de formação técnico-política e de intercâmbio de lideranças populares e de comunicadores - profissionais ou não - para a atuação com a comunicação no meio sindical e popular.

O Núcleo Piratininga de Comunicação, nos seus mais de vinte anos de atuação, desenvolve várias atividades, dentre elas, a organização do Curso Anual do NPC, que já está em sua 23ª edição. Nesse sentido, o objetivo desse artigo é apresentar e analisar o Curso Anual do NPC, com vistas a demarcar o seu lugar estratégico no processo de formação técnico-política para dirigentes e profissionais da comunicação sindical e popular no Brasil. Para tanto, faremos uma breve apresentação do Núcleo Piratininga de Comunicação, com destaque para o conjunto de atividades desenvolvidas pela referida organização, para, em seguida, apresentar e analisar o Curso Anual do NPC como espaço estratégico para a formação em comunicação popular.

NPC: compromisso com a comunicação dos trabalhadores

O Núcleo Piratininga de Comunicação (NPC) é o resultado de uma iniciativa do metalúrgico, militante sindical e escritor Vito Giannotti⁴¹ juntamente com a jornalista sindical Cláudia Santiago que havia mais de uma década já atuavam com a produção e o estudo da comunicação dos trabalhadores.

⁴⁰ Essa era a síntese apresentada por Vito Giannotti, ao se referir ao seu encontro e parceria com Cláudia Santiago que, juntos, fundaram o NPC.

⁴¹ A súbita e lamentável morte de Vito Giannotti em 24 de julho de 2015 foi uma grande perda para a luta em defesa da comunicação dos trabalhadores, mas seu legado segue vivo com o trabalho incansável da equipe do NPC.

Em entrevista concedida ao jornalista Mário Camargo (2012) - por ocasião da realização de sua monografia do Curso de Especialização em Comunicação Popular e Comunitária da Universidade Estadual de Londrina -, Vito Giannotti revelou um pouco dessa trajetória:

Não é que teve uma ideia de formar o núcleo de comunicação. Na prática nasceu da experiência minha de São Paulo, que durante vários anos estive na direção da CUT e viajando, dando palestras sobre a CUT, sobre a história dos trabalhadores e sempre falando muito da comunicação dos trabalhadores. Naquela época já tinha escrito um ou dois livros sobre a comunicação dos trabalhadores⁴², porque era uma preocupação minha, desde que comecei a trabalhar na fábrica eu via que a nossa comunicação estava muito falha. Os trabalhadores repetiam o que a Globo falava. No começo da Globo, quando comecei a trabalhar em São Paulo, eu estava impressionado com a penetração das mensagens da Globo entre os trabalhadores e com a dificuldade enorme que nós tínhamos de fazer penetrar nossas mensagens. Sempre me preocupei com a linguagem. Nesse sentido, quando vim para o Rio de Janeiro e me encontrei com a Cláudia Santiago, jornalista da CUT estadual, evidentemente, essa preocupação aumentou muito. Essa preocupação existia do lado da Cláudia Santiago, jornalista de uma instituição de trabalhadores muito forte na época. Ela estava com as mesmas preocupações. Dessa junção das duas preocupações nasceu a ideia de começar a fazer algum curso, alguma palestra para explicar algumas ideias que tínhamos e que poderiam dar dicas de como melhorar a comunicação dos trabalhadores. Ou melhor, a comunicação dos sindicatos com seus trabalhadores na base e dos próprios sindicatos e da central sindical com a sociedade (GIANNOTTI apud CAMARGO, 2012, p.63).

A partir desse encontro e dessa iniciativa, o NPC foi ganhando amplitude e se tornou referência entre as organizações de esquerda quando o assunto é comunicação sindical e popular. Sob a coordenação de Vito Giannotti e Cláudia Santiago, a equipe do NPC foi se ampliando e aglutinando “comunicadores, jornalistas, professores universitários, artistas gráficos, ilustradores e fotógrafos que trabalham com o objetivo de melhorar a comunicação, tanto de movimentos comunitários ou populares, quanto de sindicatos e outros coletivos” (NPC, 2018a). Desde 1992, quando iniciou suas atividades - e, mais especificamente, a partir de 1997 quando obteve formalização jurídica como uma organização civil sem fins lucrativos -, o NPC vem se fortalecendo e, atualmente, conta

[...] com uma rede de mais de dez mil parceiros (na maior parte ex-alunos dos nossos cursos) com quem trabalhamos ao longo de nossa trajetória e com os quais estamos em constante contato, inclusive por meio de um boletim quinzenal especializado em comunicação sindical e popular. Colaboramos, também, estreitamente com várias entidades e movimentos co-irmãos seja realizando ações conjuntas, seja solicitando ou oferecendo apoios pontuais (NPC, 2018a).

O NPC realiza um vasto conjunto de atividades voltado para a formação de dirigentes sindicais, lideranças e ativistas comunitários⁴³ e profissionais da comunicação, bem como para a promoção da comunicação popular às mais diversas organizações sociais e políticas que assumem uma perspectiva de atuação contra-hegemônica. Não importa se a comunicação produzida pela organização ou movimento é por meio de jornal ou revista impressa, rádio, vídeo ou qualquer uma das possibilidades oferecidas pela internet; seja qual for o meio ou a expressão comunicativa, o NPC está sempre à disposição para contribuir para melhorar a comunicação dos trabalhadores nos processos de disputa de hegemonias. No link “o que fazemos?”, na página da internet do NPC, estão registradas algumas de suas atividades:

Ministramos cursos ligados à área de comunicação sindical e popular e história dos trabalhadores; Realizamos palestras/debates sobre temas da nossa ação; Produzimos jornais, cartilhas, revistas e livros destinados aos trabalhadores⁴⁴; Avaliamos e propomos mudanças em publicações sindicais; Fazemos planejamento na área da comunicação; Fazemos reportagens dentro e fora do Brasil; Promovemos cursos nacionais, anualmente, de atualização em comunicação; Criamos o Observatório da Imprensa Sindical, um arquivo de publicações sindicais de todos os estados do país, produzidas na última década: jornais, cartilhas, revistas, vídeos e outros; Mantemos uma videoteca com o objetivo de sensibilizar sobre a utilidade e necessidade de se utilizar o vídeo (NPC, 2018b).

⁴² Trata-se do livro *O que é jornalismo operário*, publicado pela Editora Brasiliense, inserido na “Coleção Primeiros Passos” (GIANNOTTI, 1988).

⁴³ É particularmente significativa a atuação do Núcleo Piratininga de Comunicação junto às lideranças comunitárias das favelas cariocas no processo de formação para a atuação com comunicação popular. Um registro dessas experiências pode ser conferido em publicação especial do NPC (GIANNOTTI, 2016).

⁴⁴ Não poderíamos deixar de enfatizar a produção, desde 2005, do livro-agenda do NPC. Trata-se de uma agenda temática que, a cada ano, oferece informações preciosas a respeito dos acontecimentos e das lutas cotidianas da classe trabalhadora no Brasil e no mundo. Também merecerá, oportunamente, um estudo específico de nossa parte.

Cada uma dessas atividades merecia um detalhamento e análise específicos, porém, para os propósitos desse artigo, nos concentraremos exclusivamente na apresentação e análise do Curso Anual do NPC, ficando para outra oportunidade uma análise mais completa das múltiplas experiências protagonizadas pelo Núcleo Piratininga de Comunicação.

Curso Anual do NPC: formação e debate sobre a comunicação dos trabalhadores

Desde sua criação, o Núcleo Piratininga de Comunicação atua na organização e realização de cursos de formação e também na produção em comunicação voltados para dirigentes e profissionais da comunicação sindical e popular, bem como para lideranças e ativistas comunitários em geral. No início os cursos eram mais focalizados, atendendo a demandas específicas de sindicatos e outros movimentos e, geralmente, realizados nas respectivas sedes das organizações solicitantes nos mais diversos estados brasileiros. Aos poucos, a coordenação do NPC foi percebendo a necessidade de organizar um curso mais abrangente e centralizado, que pudesse atender às demandas dos interessados de todo o país. Foi assim que, em 1997, foi formalmente oficializado um encontro anual do NPC que atualmente é conhecido como “Curso Anual do NPC”. Vito Giannotti comentou sobre esse processo:

Outra coisa interessante é que nós criamos um curso mais centralizado, um curso anual, fora os cursos nos vários estados; curso anual por quê?, Porque acontecia uma vez por ano. Não teve nenhuma mágica nisso. E vinha gente de dez, vinte estados para participar desse curso. E nesse curso anual, rapidamente, a gente convidava cinco, seis, sete pessoas além das pessoas do núcleo. Pessoas de fora. Personalidades da área acadêmica de comunicação, ou jornalistas de renome como Ricardo Kotscho, Bernardo Kucinski, José Luis Proença. Alguns escritores de livros como Orival Chinen. Tudo isso para propiciar aos que vinham participar, o melhor (GIANNOTTI apud CAMARGO, 2012, p.65-66).

O Curso Anual do NPC representa, certamente, o espaço formativo mais produtivo no âmbito das organizações de esquerda no Brasil. Além de ser um espaço para o debate sobre a comunicação dos trabalhadores, também se tornou lugar privilegiado para troca de conhecimentos e experiências entre os participantes.

Tendo como objetivo permanente “estimular e dar ferramentas para que os comunicadores possam se fortalecer na disputa diária por hegemonia e na luta por um mundo justo e solidário” (NPC, 2018c), o curso já está em sua 23ª edição, sempre com muita vitalidade e qualidade nos debates. Em relação às mais de duas décadas do Curso Anual do NPC, há poucos registros sobre as primeiras edições. Nesse sentido, faz-se urgente realizar um trabalho de sistematização dos documentos e registros históricos, bem como de produção de História Oral para construir a história e a memória do referido curso em toda a sua trajetória.

Por outro lado, com o avanço das tecnologias da comunicação e sua respectiva apropriação e utilização também por parte das organizações populares, o trabalho de registro e memória das lutas e ações políticas no campo da esquerda deu um salto de qualidade. No caso do NPC, foi criado em abril de 2002 o Boletim do NPC 45 que se tornou um importante instrumento de formação e de informação sobre os temas da comunicação popular, sindical, alternativa e comunitária, bem como espaço de registro histórico das atividades desenvolvidas pelo Núcleo Piratininga de Comunicação. Com isso, a partir de 2002, o Curso Anual do NPC passou a ser anunciado e divulgado, com destaque, pelo Boletim do NPC.

Desde então, temos acesso a várias informações e registros sobre as várias edições do Curso Anual do NPC que nos permite apresentar uma reflexão bastante instigante dessa experiência - apesar da necessidade de fazê-la de forma sintética em razão dos limites impostos para este artigo. O curso tem sido realizado quase sempre no mês de novembro, com algumas poucas exceções no mês de dezembro. O tempo para a realização de todas as atividades propostas tem se mantido entre 4 e 5 dias. O local de realização do curso tem variado dependendo das negociações feitas pela equipe do NPC, mas sempre na cidade do Rio de Janeiro. Além disso, a partir da 9ª edição, ocorrida em 2003, temos registro de um tema geral para cada edição do curso, conforme quadro abaixo:

⁴⁵ Trata-se de um boletim eletrônico quinzenal que passou a ser produzido pela equipe do NPC a partir de abril de 2002. Atualmente “é enviado para mais de 15 mil pessoas ligadas à comunicação, sindicatos e movimentos sociais. Ele é indicado principalmente a jornalistas, assessores sindicais e de movimentos sociais e militantes. Na seção Radiografia da Comunicação Sindical divulgamos publicações e outras iniciativas na área de comunicação feitas por sindicatos. Fazemos também propostas de pauta, damos dicas de leitura e de filmes, além de publicar artigos e entrevistas sobre mídia, movimentos sociais, história, política e temas afins. Democratização da comunicação e imagens da vida são algumas das outras seções do boletim” (NPC, 2018d).

ANO	EDIÇÃO	TEMA GERAL
2003	9º CURSO ANUAL	Nossa comunicação para a disputa de hegemonia hoje
2004	10º CURSO ANUAL	Comunicação, ideologia e política na batalha da hegemonia
2005	11º CURSO ANUAL	Os desafios da comunicação de esquerda no Brasil de hoje
2006	12º CURSO ANUAL	A fusão da mídia com o Estado e os limites da indústria de manipulação das consciências
2007	13º CURSO ANUAL	Ação e prática dos trabalhadores na comunicação contra-hegemônica
2008	14º CURSO ANUAL	Mídia dos trabalhadores e política
2009	15º CURSO ANUAL	Mídia hoje como partido do capital
2010	16º CURSO ANUAL	O poder da mídia no século XXI
2011	17º CURSO ANUAL	Comunicação e hegemonia num mundo em ebulição
2012	18º CURSO ANUAL	Os trabalhadores e a comunicação na América Latina
2013	19º CURSO ANUAL	Mídia e poder no Brasil e no mundo hoje
2014	20º CURSO ANUAL	Comunicação dos trabalhadores e hegemonia
2015	21º CURSO ANUAL	A mídia de esquerda contra o conservadorismo no Brasil
2016	22º CURSO ANUAL	A fusão da mídia com o Estado e a manipulação das consciências
2017	23º CURSO ANUAL	Comunicar com todos os meios e falar para milhões

A estrutura geral do Curso Anual do NPC conta, fundamentalmente, com mesas redondas e oficinas e, eventualmente, com atividades complementares. As mesas redondas são a matriz principal do processo formativo oferecido pelo curso. Ocupando a maior parte do tempo, as mesas redondas são organizadas a partir do tema geral do curso e também a partir de temas urgentes da conjuntura sociopolítica nacional e internacional. No centro do debate, obviamente, a questão da comunicação dos trabalhadores e seus desafios no processo de disputa de hegemonias.

Além dos temas recorrentes a respeito da comunicação e da conjuntura, em toda edição do curso há sempre alguns debates voltados para pensar a ampliação da “nossa pauta”. São, geralmente, temas que deveriam merecer a atenção dos dirigentes e dos comunicadores do movimento sindical e demais organizações e movimentos populares, mas que tem sido preteridos ou negligenciados nas produções comunicativas de tais movimentos. Debates sobre violência, cidade, gentrificação, grandes eventos esportivos, família, arte e cultura, amor e amizade, questões de gênero são apenas alguns dos temas já abordados pelo Curso Anual do NPC.

Dentre os palestrantes para as mesas redondas, destaque para jornalistas e profissionais da comunicação e também para professores universitários e especialistas da comunicação e de diversas outras áreas do conhecimento. Também já passaram pelo Curso Anual do NPC importantes pensadores e pesquisadores estrangeiros, como por exemplo, Ignacio Ramonet (15º, 17º), Pascual Serrano (15º, 17º), Tariq Ali (16º) e Francisco Louçã (22º).

Além de uma qualificada participação de intelectuais e especialistas nas mesas redondas, oferecendo suas ideias e reflexões aos participantes do Curso Anual do NPC, não poderíamos deixar de ressaltar que, tão importante quanto, é a constante participação de militantes e ativistas de base apresentando suas análises e suas experiências a respeito da comunicação dos trabalhadores e de suas lutas cotidianas em geral. O Curso Anual do NPC coloca no seu devido lugar o protagonismo dos sujeitos sociais “comuns” que, tanto quanto os “doutores” - que são efetivamente “referências internacionais” do pensamento de esquerda -, contribuem intelectualmente e participam ativamente nas lutas sociais no contexto dos processos de disputa de hegemonias.

Outro momento importante na estrutura do Curso Anual do NPC são as oficinas de comunicação. Elas são oferecidas a todos os participantes como atividade opcional, ora no primeiro dia, ora no último dia do curso, dependendo da organização da respectiva edição. A cada ano são atualizados e ampliados os temas das oficinas para poder contemplar as mais diversas demandas dos participantes; porém, algumas se mantêm com certa regularidade, como as oficinas de linguagem, pauta, redação, programação visual, rádio comunitária, audiovisual, fotografia, ilustração, infográficos, transmissão ao vivo pela internet e aplicação das mídias digitais.

Considerando a riqueza cultural e política da cidade do Rio de Janeiro, algumas edições do Curso Anual do NPC também oferecem atividades complementares, como por exemplo, exibição e debate de produções cinematográficas, visitas acompanhadas (por exemplo, o rapper Fiel, apoiador e frequentador permanente dos cursos do NPC, há vários anos acompanha grupos de participantes interessados em conhecer o Morro Dona Marta e confraternizar com os moradores da favela Santa Marta) e até mesmo atividades de lazer e entretenimento.

Com relação aos participantes do Curso Anual do NPC, o número varia de acordo com a capacidade do local de sua realização. Nos últimos anos, a procura tem sido sempre superior à oferta de vagas e já chegou a reunir mais de 250 pessoas em uma única edição. Dentre os participantes, alguns são recorrentes, inclusive, tendo iniciado sua participação nas primeiras edições do curso. Com relação ao perfil, a grande maioria é vinculada a sindicatos, sendo dirigentes ou profissionais da comunicação sindical. Também tem sido bastante significativa a presença de comunicadores populares, professores e estudantes de comunicação, bem como de assessores sindicais, políticos ou parlamentares com interesse nos debates relacionados à comunicação.

Por fim, vale destacar que em cada edição do Curso Anual do NPC é produzida e distribuída a todos os participantes uma apostila 46 com fragmentos de textos de cada debatedor sobre o tema que ele vai desenvolver em sua palestra; com isso, além de poder acompanhar o raciocínio e a argumentação de cada um dos debatedores durante a mesa redonda, os participantes podem retomar a qualquer tempo os principais aspectos do debate apresentado. Nesse sentido, a apostila funciona como um complemento do processo formativo que se desenvolve durante todas as atividades do curso.

Para encerrar nossa reflexão, trazemos uma avaliação apresentada por Vito Giannotti referente ao 9º Curso Anual do NPC que, extensivamente - guardadas as especificidades -, é pertinente a todas as demais edições do curso:

O resultado central deste esforço, fruto de muitas vontades coletivas, será sentido ao longo dos próximos tempos. [...] Este não é um resultado tangível, mas será visível daqui a alguns meses, analisando os jornais e boletins antes e depois do 9º Curso. O objetivo final deste encontro era de municiar os participantes para serem mais capazes de comunicar [...] com milhares de trabalhadores. Comunicar com nossos próprios instrumentos, sem nenhuma ilusão na imprensa “deles”. Melhorar nossa pauta, nossa linguagem e fazer tudo isso com uma forma atraente, viva e dinâmica (GIANNOTTI, 2003).

Considerações finais

Numa conjuntura marcada por retrocessos sociais e políticos derivados de um golpe, patrocinado pela ação conjunta de parlamentares, de representantes do Judiciário e da grande mídia - como é o caso do Brasil -, o fortalecimento das estratégias de resistência e de luta dos movimentos sociais é uma tarefa imprescindível e urgente. Nesse contexto, a comunicação deve ser reconhecida como uma das principais estratégias nos processos organizativos e de ação política de tais movimentos e, para tanto, o debate político a respeito dos desafios de pensar e fazer a comunicação dos trabalhadores, bem como o aperfeiçoamento técnico e a troca de conhecimentos e experiências, devem ser intensificados.

Atuando nessa frente há mais de 20 anos, o Núcleo Piratininga de Comunicação oferece aos dirigentes e lideranças populares, e também a profissionais e estudantes de comunicação comprometidos com a luta contra-hegemônica, o Curso Anual do NPC. Com temas amplos e a participação de debatedores nacional e internacionalmente reconhecidos como referências no debate e na prática da comunicação sindical, popular e comunitária, o Curso Anual do NPC se tornou a principal referência no campo político da esquerda para a formação em comunicação popular e o intercâmbio entre militantes, ativistas e pesquisadores da comunicação dos trabalhadores. Oxalá o curso siga em atividade e continue conquistando corações e mentes para a árdua e indispensável tarefa da construção e/ou fortalecimento da comunicação popular no Brasil.

⁴⁶ As apostilas referentes aos 15º até o 23º Curso Anual do NPC estão disponíveis no endereço: <<http://nucleopiratininga.org.br/publicacoes/apostilas/>>.

Referências

CAMARGO, Mário Rogério Pinto. **Núcleo Piratininga de Comunicação**: uma experiência de contra-hegemonia na comunicação brasileira. Londrina: UEL, 2012. Monografia (Especialização em Comunicação Popular e Comunitária). Centro de Educação, Comunicação e Artes, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2012.

GIANNOTTI, Cláudia Santiago (Coord.). **Experiências em comunicação popular no Rio de Janeiro ontem e hoje**: uma história de resistência nas favelas cariocas. Rio de Janeiro: NPC; São Paulo: Fundação Rosa Luxemburgo, 2016.

GIANNOTTI, Vito. **O que é jornalismo operário**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988 (Coleção Primeiros Passos; 208).

_____. Carta do coordenador do NPC, Vito Giannotti, aos leitores do Boletim do NPC. **Boletim do NPC**, n. 30, de 15 a 30/11/2003. Disponível em: <http://piratininga.org.br/novapagina/boletim_show.asp?boletim_num=30>. Acesso em: 14 fev. 2018.

NPC. **Quem somos**. 2018a. Núcleo Piratininga de Comunicação. Disponível em: <<http://nucleopiratininga.org.br/about/npc-quem-somos/>>. Acesso em: 10 fev. 2018.

_____. **O que fazemos**. 2018b. Núcleo Piratininga de Comunicação. Disponível em: <<http://nucleopiratininga.org.br/o-que-fazemos/>>. Acesso em 10 fev. 2018.

_____. **Curso Anual do NPC**. 2018c. Núcleo Piratininga de Comunicação. Disponível em: <<http://nucleopiratininga.org.br/cursos-do-npc/c-curso-anual-do-npc/>>. Acesso em 12 fev. 2018.

_____. **Boletim do NPC**. 2018d. Núcleo Piratininga de Comunicação. Disponível em: <<http://nucleopiratininga.org.br/boletim-do-npc/>>. Acesso em 12 fev. 2018.

REPRESENTAÇÕES E NARRATIVAS NEGRAS: Uma análise dos casos Claudia Silva Ferreira e Luana Barbosa

REPRESENTATIONS AND NARRATIVES BLACK: An analysis of the cases Claudia Silva Ferreira and Luana Barbosa

Naiara Leite Costa ⁴⁷

Resumo: Este trabalho propõe-se a analisar as narrativas produzidas pelas mídias de mulheres negras. O trabalho toma como referencial as abordagens sobre os casos dos assassinatos de Claudia Silva Ferreira e Luana Barbosa.

Palabras Clave: *Mulheres Negras, Representações e Comunicação*

Abstract: This paper proposes to analyze the narratives produced by the media of black women. The article takes as reference the approaches on the cases of the murders of Claudia Silva Ferreira and Luana Barbosa.

Key words: Black Women, Representations and Communication

Tema central

A intersecção histórica da opressão de raça e gênero no Brasil tem provocado as mulheres negras a constantemente reconstruir as estratégias e ações de combate às mazelas provocadas por este contexto de múltiplas desigualdades. O imaginário e as representações narrativas negativas sobre as mulheres negras na mídia tradicional tem fortalecido eixos estruturantes de manutenção do racismo, do sexismo e das desigualdades na sociedade, a exemplo da subalternidade, invisibilidade, coisificação e desumanização. A partir da análise de dois casos emblemáticos de assassinato de duas mulheres negras, vitimadas pela violência policial, foi percebida a diferença entre os modos como a mídia tradicional e as mídias de mulheres negras constroem suas narrativas.

Os casos analisado são: o de Claudia Silva Ferreira, assassinada no Morro da Congonhas, Rio de Janeiro, em março de 2014, após operação militar; e de Luana Barbosa, que no dia 9 de abril de 2016, no município de Ribeirão Preto, São Paulo, abordada por três policiais militares e espancada na frente do próprio filho de 14 anos. Posteriormente internada, não resistindo aos ferimentos, faleceu quatro dias depois em decorrência de uma isquemia cerebral aguda, causada por politraumatismo crânio-encefálico. Também vamos analisar as disputas realizadas pelas mídias de mulheres negras para alterar a perspectiva da abordagem midiática centrada na criminalização de Claudia Silva Ferreira e Luana Barbosa.

Objetivos

O trabalho tem como objetivo analisar a disputa de abordagens realizadas pelas mídias de mulheres negras e a mídia tradicional sobre os casos de assassinatos de duas mulheres negras, praticados por agentes do Estado em serviço.

Discursão teórica proposta

Sem referências positivas, a população negra, enquanto grupo racial, simplesmente deixa de existir. Mesmo com a idéia de um país sem hierarquias de raça, nos meios de comunicação a população negra é retratada em comum de três formas: lúgubre, lúdica e luxuriosa, como afirma Fernando Conceição (2004, p.55).

⁴⁷LEITE, Naiara COSTA. Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, mestranda em Comunicação - Mídia e Formatos Narrativos, Brasil, naiara.leite@institutoodara.org.br

Lúgubre: (sombrio, sinistro, medonho); nos diversos noticiários dos programas policiais, que ganham cada dia mais espaço na televisão brasileira. - **Lúdico:** (referente a divertimento); aparece em ocasiões comemorativas, como por exemplo, no carnaval ou em situações onde ele, o negro, é apenas alegoria juntamente com seus instrumentos de batuque, apresentando-se muitas vezes fantasiado, bem ao gosto dos turistas nacionais e estrangeiros. - **Luxurioso:** Essa imagem lasciva (sensual, permissiva, que procura constantemente e sem pudor satisfações sexuais, dissoluto, devasso), onde são introduzidos desde cedo na prostituição.

A comunicação se constitui como um dos mais poderosos lócus de incidência sobre a sociedade, e é um dos principais elementos formadores da identidade de um povo. O cineasta Joel Zito Araújo fala que a contradição do mito da democracia racial brasileira: sugere no senso comum a prevalência da igualdade entre todas as raças, elege imagens e formas de vida de pessoas brancas para serem veiculadas como sujeitos representativos do povo brasileiro. Ao tempo que pessoas negras são representadas apenas como subalternizadas. “Se por um lado exalta-se uma sociedade igualitária, por outro, através da mídia, revela-se a forma como essa sociedade se expressa e quer ser vista, colocando os negros subservientes, marginalizados ou simplesmente ausentes em suas produções”. (ARAÚJO, 2014).

A ausência ou distorção da imagem e representação do negro (a) nos meios de comunicação é uma forma de violência que se pratica contra os descendentes de africanos no Brasil em todos os formatos de comunicação, desde o início da imprensa brasileira. Estes são elementos que vão organizar os valores simbólicos e os processos de significação nos diversos campos sociais.

Para Hall, a representação é central na produção da significação: “Os sistemas de representação são os sistemas de significados pelos quais nós representamos o mundo para nós mesmos e os outros. Reconhece que o conhecimento ideológico resulta de práticas específicas - as práticas envolvidas na produção do significado”. (2003, p. 179) As distorcidas narrativas perpetuadas na mídia hegemônica a partir de um cenário baseado na colonialidade e escravização no Brasil, sempre distanciou a população negra de construir referenciais positivos sobre sua identidade. A desvalorização moral e humana de grupos colonizados reforça a lógica da supremacia branca européia. Este discurso segundo Bhabha (1998, p. 111), “emprega um sistema de representação, um regime de verdade, que é estruturalmente similar ao realismo.”

Torres (2007, p.131) diz que a “colonialidade é o resultado do colonialismo e se mantém viva no saber, na cultura, no senso-comum, na auto-imagem, no cotidiano, enfim, na experiência moderna do sistema-mundo colonial”. Trata-se de padrões, de comportamentos e de crença que estabelece a forma como nos relacionamos com o mundo, como existimos.

O artigo “Entre a “África Bárbara” e a idéia de harmonia racial na imprensa baiana do início do século XX” de Maire Reis (2008) demonstra o poder e a forma estereotipada que vem perpetuando o imaginário e as narrativas da imprensa sobre a história do continente africano:

África que analisamos era uma, ideal, forjada no imaginário europeu e reafirmada pelas elites brasileiras. Era identificada como o locus da incivilidade e que, portanto era fundamental para o reconhecimento interno e externo do Brasil como terra civilizada seu afastamento de tudo que lembrasse a terra “bárbara”. Assim, nos detivemos sobre os discursos que a imprensa fazia sobre a África e através dele associamos os discursos aos descendentes de africanos na Bahia.

A historiografia oficial impregnou de mitos e tem se encarrega a eternização dos lugares criminalizados e subalternos dos descendentes de africanos, como: serviçais, domésticas, bandido, irracionalmente sexualizados, não inteligentes. Todos os sujeitos que se encontram fora do padrão hegemônico eurocêntrico auto-contemplativo são enviados para um “exílio simbólico” (HALL, 2016). Os imaginários criados pelos grupos hegemônicos são responsáveis pela manutenção das desigualdades na sociedade, e tem na mídia, uma das principais formas de perpetuação.

A hegemonia é então não apenas o nível articulado de superioridade de “ideologia”, nem são as formas de controle apenas vistas habitualmente como “manipulação” ou “doutrinação”. É todo um conjunto de práticas e expectativas, sobre a totalidade da vida: nossos sentidos e distribuição de energia, nossa percepção de nós mesmos e nosso mundo. É sistema vivido de significados e valores – constitutivo e constituidor - que, ao serem experimentados como práticas, parecem confirmar-se reciprocamente. (WILLIAMS, p.113).

Ao pensar sobre o lugar das mulheres negras na sociedade vamos nos deparar com a conjugação das múltiplas opressões. A interseccionalidade é um conceito que tem sido bastante utilizado pelas feministas negras para compreender a articulação entre raça, gênero, sexualidade, classe e regionalidade na vida mulheres negras. Para Crenshaw (2002), a interseccionalidade é a associação de sistemas múltiplos de subordinação, sendo descrita a partir de cargas múltiplas discriminação, promovendo dinâmicas de interação entre dois ou mais eixos de subordinação.

Para as mulheres negras além das mazelas do racismo, também não lhes é garantido o exercício do “ser mulher”, determinado pelo patriarcado, que impõe um lugar de fragilidade e docilidade às características do ser mulher, exigindo da sociedade um lugar de resguardo.

O que poderia ser considerado como história ou reminiscências do período colonial permanece, entretanto, vivo no imaginário social e adquire novos contornos e funções em uma ordem social supostamente democrática, que mantém intactas as relações de gênero segundo a cor ou a raça, instituídas no período da escravidão. As mulheres negras tiveram uma experiência histórica diferenciada que o discurso clássico sobre a opressão da mulher não tem reconhecido, assim como não tem dado conta da diferença qualitativa que o efeito da opressão sofrida teve e ainda tem na identidade feminina das mulheres negras. (CARNEIRO, 2011, p.01)

Ou seja, numa sociedade de tradição escravocrata, ser negra, pobre e periférica se tornou uma combinação mortal. O feminismo negro⁴⁸ enquanto marco ideológico tem fortalecido a construção de estratégias de contraposição e de resignificação das práticas que permanecem nos discursos e imagens estruturados pelo racismo e pelo sexismo, contribuindo para que os grupos sociais organizados respondam ao incômodo a partir de suas lutas.

No Brasil, o feminismo negro vem ganhando força nos últimos 30 anos de organização contemporânea das mulheres negras. Ao longo desses anos os grupos de mulheres negras tem feito sua trajetória de luta por direitos. Para Lélia Gonzalez, o confinamento dos estereótipos nas narrativas sobre mulheres negras, suscitou o movimento feminista negro romper com a reprodução e com o silenciamento a cerca dos imaginários perpetuados pelo racismo.

O fato é que, enquanto mulher negra, sentimos a necessidade de aprofundar nossa reflexão, ao invés de continuarmos na reprodução e repetição dos modelos que nos eram oferecidos pelo esforço de investigação das ciências sociais. Os textos só nos falavam da mulher negra numa perspectiva socioeconômica que elucidava uma série de problemas propostos pelas relações raciais. Mas ficava (e ficará) sempre um resto que desafiava as explicações. E isso começou a nos incomodar. Exatamente a partir das noções de mulata, doméstica e mãe preta que estavam ali, nos martelando com sua insistência. (GONZALÉZ, p. 223 -224,1983)

Desta forma os conteúdos produzidos pelas organizações sociais de mulheres negras têm possibilitado a divulgação de narrativas sobre a população negra, alternativas as imagens agendadas pela mídia tradicional, controlada pelo empresariado branco - que difunde ideais racistas e sexistas sobre negras e negros. Para a ativista e pesquisadora Vilma Reis a contra narrativa tem sido uma das principais estratégias na tentativa de forjar referências positivas sobre as populações negras.

Os contra discursos encontram fôlego nos projetos alternativos à grande mídia e que a sua inserção nela ainda que em pequena medida – diante das grandes produções – tem sido uma resposta a um público que se expande cada vez mais combativo e empoderado em relação a estas questões e que não se veem representados nas telas, contemplando uma reivindicação que historicamente é uma das principais lutas de diversos movimentos negros. (REIS, 2014)

Num contexto perpetuado pelas múltiplas desigualdes torna-se imprescindível o fortalecimento sites, blogs, filmes, revistas e novelas de mulheres negras, para garantir o reconhecimento destas sujeitas políticas, rompendo com a invisibilidade e violências das narrativas produzidas pela mídia tradicional.

⁴⁸ O Feminismo Negro é um movimento social e um segmento protagonizado por mulheres negras, com o objetivo de promover e trazer visibilidade às suas pautas e reivindicar seus direitos. No Brasil, seu início se deu no final da década de 1970, a partir de uma forte demanda das mulheres negras feministas: o Movimento Negro tinha sua face sexista, as relações de gênero funcionavam como fortes repressoras da autonomia feminina e impediam que as ativistas negras ocupassem posições de igualdade junto aos homens negros; por outro lado, o Movimento Feminista tinha sua face racista, preterindo as discussões de recorte racial e privilegiando as pautas que contemplavam somente as mulheres brancas. (VER EM: <https://www.revistaforum.com.br/digital/135/feminismo-negro-sobre-minorias-dentro-da-minoria/>)

Enfoque e Metodologia de abordagem

Trata-se de um estudo de caso que analisa os conteúdos das mídias de mulheres negras, em contraposição a narrativa da mídia tradicional, com o intuito de promover uma mudança de lugar a partir da quebra dos simbolismos estruturados no racismo que perpetuam a narrativa sobre as mulheres negras.

O estudo foi realizado a partir da análise dos conteúdos de textos e imagens publicadas em mídias tradicionais, e mídias de mulheres negras, comparadas a partir de suas respectivas abordagens. Foi feita uma busca em site de pesquisa para encontrar matérias referente aos dois assassinatos, publicadas logo após a divulgação dos crimes na mídia. Foi utilizada como palavras chaves para busca o nome completo das duas vítimas.

Para analisar as contra narrativas produzidas pelas mídias de mulheres negras foram escolhidos dois importantes portais de comunicação, são eles: O Portal Géledes (Criado pelo Géledes Instituto da Mulher Negra, organização situada em São Paulo, com incidência nacional e internacional, que ao longo de 30 anos tem atuação política de enfrentamento ao racismo e sexismo) e o site Blogueiras Negras (Comunidade produtiva de blogueiras negras em todo Brasil, desde 2012, com cerca de 200 escritoras brasileiras que tem feito da escrita principal ferramenta contra opressão). Já nas mídias tradicionais, a análise foi construída a partir da matéria do portal do Jornal Extra e do portal R7.

No caso de Claudia Ferreira da Silva, o jornal Extra foi escolhido por ser o primeiro veículo a noticiar o crime e a divulgar o vídeo feito por um cinegrafista amador com imagens do momento em que o corpo de Cláudia Silva Ferreira caiu da viatura, ficou pendurado por um pedaço da sua roupa no porta malas e foi arrastado por cerca de 250 metros, com o seguinte título: “Viatura da PM arrasta mulher por zona Norte do Rio” (Jornal Extra).
Jornal Extra⁴⁹



No caso de Luana Barbosa a matéria escolhida para análise foi publicada no portal R7: “Corregedoria investiga morte de mulher acusada de agredir PMs” (Portal R7), também por ter sido publicada logo após o ocorrido.
Portal R7⁵⁰



⁴⁹ Fonte: <https://extra.globo.com/casos-de-policia/viatura-da-pm-arrasta-mulher-por-rua-da-zona-norte-do-rio-veja-video-11896179.html>. Último acesso em 21.01.2018

⁵⁰ Fonte: <https://noticias.r7.com/sao-paulo/corregedoria-investiga-morte-de-mulher-acusada-de-agredir-pms-28042016> Último acesso em 20.01.2018

Portal Geledes Claudia Silva Ferreira⁵¹



Blogueiras Negras Claudia Silva Ferreira⁵²



Portal Géledes Luana Barbosa⁵³



⁵¹ <https://www.geledes.org.br/claudia-silva-ferreira-38-anos-auxiliar-de-limpeza-morta-arrastada-por-carro-da-pm-2/>. Último acesso em 20.01.2018

⁵² Fonte: <http://blogueirasnegras.org/2014/04/04/claudia-da-silva-ferreira-nao-sera-esquecida/> Último acesso em 20.01.2018.

⁵³ Fonte: <https://www.geledes.org.br/luana-interrompida-no-caminho-da-vida-o-racismo-e-lesbofobia/> Último acesso em 20.01.2018

Blogueiras Negras Luana Barbosa⁵⁴



Principais resultados, reflexões e conclusões

Após análise das abordagens é possível identificar a diferença entre as abordagens narrativas feitas pela mídia tradicional e pelas mídias de mulheres negras. Na mídia tradicional existe uma semelhança no tom de criminalização das duas personagens diante da ação e postura dos agentes do Estado. As posições de contraste apresentam para a (o) leitora (o), a primeira vista, a possibilidade de julgar se as mortes de Luana e Claudia seriam de suas próprias responsabilidades, ao serem relatadas não como vítimas. Nas matérias analisadas Claudia é tratada como a “arrastada” e Luana como a “agressora” em primeiro plano.

Na análise, é visível a disputa simbólica travada pelas mídias de mulheres negras a partir do resgate das personagens centrais das histórias. No caso de Claudia Silva Ferreira, os textos publicados em ambas as mídias (Blogueiras Negras e Portal Geledés), dias após o ocorrido, se preocuparam em apresentar Claudia, a partir de vezes sobre a história de uma mulher negra, trabalhadora, casada e mãe de quatro filhos, que teve a vida ceifada pela violência urbana que atinge, preferencialmente, pessoas e comunidades negras do país. A partir das duas publicações escolhidas para serem analisadas percebemos a invocação da personagem desde o título, o resgate da humanidade de Claudia extrapolando a ênfase da sujeita “arrastada”. Claudia é lembrada pelo nome e sobrenome, emprego, família, idade, local de nascimento. A ela não é mais dada o lugar de objeto arrastado.

Sobre o caso de Luana Barbosa, que também chama atenção pela gravidade, mais uma vez ficou a cargo das organizações de mulheres negras denunciar o silenciamento da mídia tradicional sobre o teor racista e lesbofóbico da ação policial. Nos dois artigos analisados das mídias de mulheres negras neste trabalho percebemos o resgate da memória e da humanidade de Luana, composta por marcadores potencialmente mortais: negra, lésbica e pobre. “Luana ceifada, Luana exterminada, Luana assassinada, causa básica da morte: racismo e lesbofobia, Luana transgrediu a sociedade brasileira porque queria ser inteira, queria ser só ela, amar outras mulheres iguais a ela.” (Portal Géledes)

É a partir das mídias de mulheres negras que tem se tornado possível mexer com a estruturação dos lugares fixados pelas ideologias do racismo, do sexismo e do patriarcado. Os conteúdos veiculados pela mídia tradicional revelam em sua essência o caráter atemporal e violento da articulação racismo-sexismo-opressão de classe-sexualidade, tendo como resultante mais cruel: a morte negra.

A reação e resistência marcados na contra narrativa e tensões provocadas por grupos de mulheres negras faz com que os meios de comunicação de massa percam o lugar de poder absoluto, “(...) Estamos situando os meios no âmbito das mediações, isto é, num processo de transformação cultural que não se inicia nem surge através deles”. (BARBERO, 1997, p. 197). Essas mídias são insurgentes e apontam de forma nítida os nomes, lugares e vinculações políticas resguardadas pela mídia tradicional na cobertura de crimes contra a vida de pessoas negras. Elas denunciam a mídia tradicional pelas características comuns que as impulsionam: a omissão, a violação de direitos humanos e o sensacionalismo. É uma mídia que valoriza os princípios democráticos e o respeito à humanidade. São publicações que questionam o papel e a atuação da polícia, e sua autorização para matar. Um tipo de permissão que ao mesmo tempo que é explícito pela barbárie presente nos dois casos, não causa comoção, reação e sensibilização na sociedade.

⁵⁴ Fonte: <http://www.blogueirasnegras.org/2016/05/03/depois-da-morte-luana-barbosa-saiu-da-situacao-de-isolamento-diz-a-irma-roseli-dos-reis/> Último acesso em 20.01.2018

A responsabilização de Claudia Silva Ferreira e Luana Barbosa por suas próprias mortes, presentes nos conteúdos da mídia tradicional evidencia a possibilidade de justificativa para o assassinato de qualquer pessoa negra no país. Sempre que uma pessoa negra é assassinada por agentes do Estado a preocupação em primeiro plano é fazer com que as vítimas sejam associadas à criminalidade, marginalidade, ilegalidade e ao consumo de drogas. “No jogo da representação entre Estado e Empresas de Comunicação, estas duas dimensões de poder se articulam numa aliança programática, que se desdobra na criminalização das mulheres negras...” (REIS, 2014). As contra narrativas invocam a implosão dos imaginários racistas, constituindo e fortalecendo novas representações. São narrativas que atuam a partir das subjetividades do “ser negra” para ressignificar a história e a memória negra brasileira, propondo um rompimento com o lugar fixado pela lógica colonial e escravocrata.

A lógica de fazer a contra narrativa trazida por estes grupos traz consigo a marca histórica do enfrentamento ao genocídio da população negra e a denuncia da morte das mulheres negras. É uma demarcação contundente que rompe com o controle das imagens agendadas pelo racismo e na negação destas como sujeitas políticas. A luta organizada das mulheres negras tem atuado no sentido retirar as instituições do Estado Brasileiro da sua paralisia e zona de conforto que perpetua a omissão e a impunidade frente às mortes negras.

Bibliografia.

- ARAÚJO, Joel Zito. (2014). Racismo na Mídia entre a Negação e o Reconhecimento. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/racismo-na-midia-entre-a-negacao-e-o-reconhecimento-4304.html>
- BARBERO, Jesus Martin. (1997). Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- BHABHA, H.K. (1998). O local da Cultura. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Blogueiras Negras: Blog. Disponível em: <http://www.blogueirasnegras.org/>
- CARNEIRO, Sueli. (2011). Enegrecer o Feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/enegrecer-o-feminismo-situacao-da-mulher-negra-na-america-latina-partir-de-uma-perspectiva-de-genero>
- CONCEIÇÃO, Fernando. (1997). Mídia e Entidade no Brasil e Nos Estados Unidos. São Paulo. Editora USP.
- CRENSHAW, Kimberlé. (2002) Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. Revista Estudos Feministas.
- GONZALEZ, Lélia. (1983). “Racismo e Sexismo na cultura brasileira”. In: SILVA, L.A et al. Movimentos sociais, minorias e outros estudos. Ciências Sociais Hoje, Brasília, ANPOCS.
- HALL, Stuart. (2016). Cultura e representação. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio.
- Hall, S. (2003). *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- PORTAL GELEDÉS. Disponível em <http://www.geledes.org.br/>
- REIS, Meire. (2008). Entre a “África Bárbara” e a idéia de harmonia racial na imprensa baiana do início do século XX. AnpuhBa. Disponível em http://www.uesb.br/anpuhba/anais_eletronicos/Meire%20L%20C3%BAcia%20Alves%20dos%20Reis.pdf
- REIS, Vilma. (2014). Mulheres Negras Criminalizadas pelas Mídias Violadas pelo Estado. Disponível em [/www.geledes.org.br/mulheres-negras-criminalizadas-pelas-midias-violadas-pelo-estado/#gs.K9PnDwl](http://www.geledes.org.br/mulheres-negras-criminalizadas-pelas-midias-violadas-pelo-estado/#gs.K9PnDwl)
- TORRES, Nelson Maldonado. (2007). “Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto”. Disponível em <http://ram-wan.net/restrepo/decolonial/17-maldonado-colonialidad%20del%20ser.pdf>
- WILLIAMS, Raymond. (1979). Marxismo e literatura. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

Cobertura e participação em rádios comunitárias do Distrito Federal: estrutura e influência de tecnologias digitais.

Cobertura y participación en radios comunitarias del Distrito Federal: estructura e influencia de tecnologías digitales.

Coverage and participation in community radio stations in the Federal District: structure and influence of digital technologies.

*Fernando Oliveira Paulino*⁵⁵
*Luis Felgueira*⁵⁶

Resumo

Palavras chave: Influência Tecnológica; Rádio comunitária; Comunidade;

Resumen

El artículo busca investigar de que manera emisoras comunitarias se han apropiado de las plataformas digitales para dar visibilidad a cuestiones de las comunidades del Distrito Federal y potenciar el acceso a sus contenidos. Para la realización del análisis, se buscó actuar en dos ejes principales: 1) El abordaje detallado de la estructura organizacional de las radios comunitarias; 2) Levantamiento de los datos, de qué manera han ocurrido prácticas de migración o adaptación de las radios comunitarias del analógico a lo digital y cómo las emisoras han adherido aquello que son importantes demandas contemporáneas.

Palavras chave: *Influencia Tecnológica; Radio comunitaria; Comunidad;*

Abstract

This research aimed to analyze how the community broadcasters have appropriated digital platforms to give visibility to issues of the Federal District communities and to empower access to their contents. In order to carry out the analysis, the researcher sought to work in two main axes: 1) The detailed approach of the organizational structure of the community radios; 2) Survey of data, in what way have been practices of migration or adaptation of community radio from analog to digital and how the broadcasters have adhered to what are the new demands.

Keywords: *Technological Influence; Community radio; Community;*

Introdução

Após analisar práticas desenvolvidas por rádios comunitárias do Distrito Federal em projeto de pesquisa realizado entre 2015 e 2016, este trabalho procurou entender de que forma as emissoras comunitárias têm se apropriado das plataformas digitais para dar visibilidade a questões das comunidades Distrito Federal e potencializar acesso aos seus conteúdos. Entendemos que uma investigação com essa abordagem justifica-se pelo fato de poucos estudos serem realizados no sentido de mapear como que estas rádios têm se apropriado destas formas digitais de acesso dos conteúdos. Além disso, o estudo sob essa perspectiva pode contribuir para o estímulo ao desenvolvimento de uma responsabilidade social e na valorização destas emissoras e da cultura em regiões administrativas do Distrito Federal. Com isso, este trabalho tem como objetivo analisar como que rádios comunitárias do DF estão se transformando sob o ponto de vista tecnológico e em seus fluxos e procedimentos, tornando assim, mas acessível o acesso à informação destas comunidades e respondendo as novas demandas tecnológicas que tem surgido.

⁵⁵Universidade de Brasília (UnB). Faculdade de Comunicação fopaulino@gmail.com

⁵⁶Universidade de Brasília (UnB). Faculdade de Comunicação. lufelgueira@gmail.com

Para a realização da análise, buscou-se atuar em dois eixos principais: 1) A abordagem detalhada da estrutura organizacional das rádios comunitárias, em outras palavras, com que estrutura estas emissoras têm atuado; 2) Levantamento dos dados, de que maneira tem acontecido práticas de migração ou adaptação das rádios comunitárias do analógico para o digital e como as emissoras têm aderido naquilo que é são importantes demandas contemporâneas. Com isso, pretende-se traçar parâmetros para o levantamento de dados a respeito da quantidade de emissoras comunitárias que estão fazendo o uso dessa nova era do enológico, quais as rádios, e de que comunidades pertencem.

De acordo com a lei que regula a Radiodifusão Comunitária no Brasil (Lei 9612/1998), essas emissoras têm as seguintes finalidades: 1) Reforçar elementos da cultura, tradição e hábitos sociais da comunidade; 2) Capacitar e integrar a comunidade; 3) Realizar serviços de utilidade pública; 4) Contribuir com o aperfeiçoamento profissional dos membros da comunidade.

Segundo Sayonara Leal (2007), no ano de 2007 existiam 19 emissoras de rádios comunitárias legalizadas no Distrito Federal (DF) e muitas delas apresentavam tanto características de um serviço local de comunicação como de uma rádio identificada como veículo comercial. A autora ainda explica que a pluralidade e a diversidade cultural características das rádios comunitárias brasileiras está presente em muitas dos conteúdos dessas emissoras. São esses conteúdos que interessam para essa pesquisa.

Metodologia

A fim de problematizar as questões inerentes à pesquisa, este estudo pretende debruçar-se sobre a seguinte questão principal: de que maneira rádios comunitárias do DF têm se estruturado e apropriado das plataformas digitais para dar visibilidade a questões das comunidades Distrito Federal e potencializar acesso aos seus conteúdos.

A partir deste problema, foi aplicado o método de pesquisa exploratória, onde utilizará dados de caráter qualitativo. Como define Malhotra (1993):

A pesquisa com dados qualitativos é a principal metodologia utilizada nos estudos exploratórios e consiste em um método de coleta de dados não-estruturado, baseado em pequenas amostras e cuja finalidade é promover uma compreensão inicial do conjunto do problema de pesquisa (MALHOTRA, 1993, p. 153)

Rodrigues (2007, p.6) afirma que a pesquisa exploratória tem como finalidade caracterizar inicialmente o problema, o que constitui o primeiro estágio de toda pesquisa científica. A partir destes dados, foi aplicado, também, o método de entrevistas para maior detalhamento sobre as rádios nas localidades escolhidas para o estudo, com o objetivo de analisar se existem espaços que caracterizam a essência das rádios comunitárias onde, como afirma Teixeira (2003), o objetivo das rádios comunitárias é o de atender a um público específico, mais detidamente a comunidade que lhe está próxima.

O Distrito Federal

Com o objetivo de moldar e modernizar o Brasil, a criação de Brasília como a nova capital do Brasil estimulou o povoamento do interior do País. Em 1964, foi sancionada uma lei que dividiu o território do DF em oito regiões administrativas, incluindo áreas originadas municípios que antes pertenciam ao estado de Goiás, no caso Planaltina e Brazlândia. As regiões administrativas se expandiram ao longo dos anos, até que, em 2012, chegou ao número de 31 RAs, que são: Brasília, Gama, Taguatinga, Brazlândia, Sobradinho, Planaltina, Paranoá, Núcleo Bandeirante, Ceilândia, Guarã, Cruzeiro, Samambaia, Santa Maria, São Sebastião, Recanto das Emas, Lago Sul, Riacho Fundo, Lago Norte, Candangolândia, Águas Claras, Riacho Fundo II, Sudoeste/Octogonal, Varjão, Park Way, SCIA/Estrutural, Sobradinho II, Jardim Botânico, Itapoã, SIA, Vicente Pires e Fercal.

Rádio Comunitária

Sobre o perfil das rádios comunitárias do Distrito Federal, Sanoyara (2007, p. 201) relata, que algumas emissoras aproximam-se de um modelo de veículo comunitário, conforme as normas legais de regimento de uma rádio comunitária, mas outras atuam de forma inversa ao que está previsto na lei, justamente por conter alta centralização da gestão nas mãos de um grupo, ocultando seus reais propósitos em suas ações assistenciais”.

A fim de fazer um panorama sobre as rádios comunitárias do DF, com enfoque em Planaltina e Paranoá, e descobrir como essas emissoras trabalham ou já trabalharam assuntos relacionados aos negros, esta pesquisa teve como objetivo analisar a estrutura organizacional, o contexto das rádios e os respectivos conteúdos de programação.

A segunda parte desta abordagem dedicou-se a mapear as emissoras comunitárias em todas as regiões do DF, bem como entender o contexto das rádios e suas organizações. De acordo com a lei que regula a Radiodifusão Comunitária (Lei 9612/1998), essas emissoras devem ter as seguintes finalidades: 1) Reforçar elementos da cultura, tradição e hábitos sociais da comunidade; 2) Capacitar e integrar a comunidade; 3) Realizar serviços de utilidade pública; 4) Contribuir com aperfeiçoamento profissional dos membros da comunidade. Segundo o levantamento feito pelo Ministério das Comunicações, em 2013, 34 rádios comunitárias foram outorgadas no DF. Porém, apenas 19 delas estão em funcionamento, conforme registros de 2016 da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço).

Após o mapeamento, verificou-se que estas emissoras estão distribuídas em algumas regiões como Recanto das Emas (1), Gama (1), Taguatinga (1), Planaltina (1), Santa Maria (1), Guará (1), Paranoá (1), Sobradinho (1), Riacho Fundo I (1), Estrutural (1), Esplanada (1), entre outras. Trata-se de radiodifusão de sons, em frequência modulada (FM), de baixa potência (25 Watts), que dá condições à comunidade de ter um canal de comunicação inteiramente dedicado a ela, abrindo oportunidade para divulgação de suas ideias, manifestações culturais, tradições e hábitos sociais.

Emissoras
Licenciadas - Dados
do Sistema de
Controle de
Radiodifusão (SRD) de
01/10/2013

UF	Nº de emissoras
AC	41
AL	5
AM	70
AP	18
BA	322
CE	226
DF	34
ES	71
GO	215
MA	161

Fonte: Ministério das Comunicações

Estas emissoras apresentam algumas características próprias como decorrência de iniciativas civis, projeto associativo e, em geral, postulam a retórica da comunidade, o que quer dizer que utilizam uma linguagem próxima à população local, propondo-se a retratar sua realidade e a responder a expectativas comuns em termos de informação à localidade.

Estrutura organizacional da Utopia

A Rádio Utopia surgiu em 1998, na cidade de Planaltina, Distrito Federal. É transmitida atualmente na região do Vale do Amanhecer, em Planaltina, além de via internet. Segundo Eduardo Portela, gestor da rádio, não se tem estimativas de quantas pessoas escutam a rádio diariamente. Sob a estrutura organizacional, não existe uma sociedade coletiva desta natureza para a rádio, sendo que os gestores Eduardo Portela e Leônio Matos exercem o mesmo papel dentro do ambiente de rádio.

Sobre reuniões periódicas tanto de pautas e assuntos, bem como de organização, ocorrem sempre que há necessidade, já que há apenas Eduardo e Leônio como colaboradores diretos que entram em acordo sobre as decisões da rádio. A Rádio Utopia, atualmente, está ligada às atividades da disciplina Comunicação Comunitária e ser semestralmente comandada por alunos da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Como não há locutores fixos na rádio, todos os alunos e professores que fazem parte da disciplina podem se subdividir nas tarefas. Assim, são ensinados em como proceder e apresentar um determinado programa dentro de um estúdio, sempre acompanhados por um dos gestores nos primeiros programas e, posteriormente, dá continuidade com toda liberdade de programação.

No momento, a Rádio Utopia busca expandir parcerias com organizações locais, possibilitando inclusive a transferência de sua sede. Quando ocorrer a mudança de local da Rádio Utopia para um fixo, será feita uma atividade de mobilização junto à comunidade. No caso, já que está associada a uma dinâmica acadêmica, a diversidade de assuntos perpetua pela rádio. Em 2015, estudantes matriculados na disciplina Comunicação Comunitária da Faculdade de Comunicação da UnB fizeram um especial sobre a Semana da Consciência Negra. Na época, os estudantes se mobilizaram para relatar questões contextuais, músicas e informativos sobre negros.

Transmissão da Utopia por via web e aplicativo Android

De forma a buscar um maior aprimoramento da pesquisa, foi feito um levantamento para entender como a emissora comunitária tem se apropriado das plataformas digitais contemporâneas, servindo assim, de uma nova forma de interação com o público de Planaltina onde está localizada a rádio e localidades vizinhas. Para isso, foi elaborada também uma análise do conteúdo da rádio Utopia, entre janeiro e agosto de 2017. Durante o período de análise, a rádio Utopia obteve cerca de 155 programas no intervalo de tempo de nove meses, com algumas interrupções devido a problemas técnicos.

De acordo Eduardo Portela, gestor da rádio, a Utopia foi uma das rádios pioneira a fazer o uso da internet do DF, a emissora começou a fazer uso da plataforma web por meio do projeto Dissonante (<http://www.dissonante.org/site/index.php?arquivo=projeto>) Além do uso da plataforma para execução, a rádio também usava a internet para busca de músicas online no youtube para reprodução na rádio com a equipe de gestores da Utopia procurando permanentemente novas formas de uso da internet na rádio. Ainda segundo Portela em entrevista para a pesquisa, “o uso da internet servia apenas para transmissão da Utopia por meio do Dissonante e busca de músicas. Com o passar do tempo encontramos algumas dificuldades para manutenção da rádio por falta de pessoal, tivemos que encontrar outros meios de manter a rádio funcionando”.

De acordo com o gestor, a emissora tem procurado fazer a utilização da internet para acesso dos computadores da rádio pela própria internet, no caso, pela Tim vivo que proporciona acesso remoto, implicando “acessar os computadores da rádios em qualquer lugar onde eu estiver ou qualquer outra pessoa, desde que os computadores da rádio estejam conectados a internet e quem for fazer alterações necessário. Como o caso do programa Luz da Manhã, que é programado pelas próprias pessoas que produzem. Elas produzem o programa e acessam o computador da rádio pelo acesso remoto e programam ele para passar na rádio, enviando o arquivo do programa deles direto para computador da rádio e acaba passando na programação da Utopia”.

Atualmente a Rádio Utopia usa a internet para transmissão da rádio, pesquisa de música, e para fazer o acesso remoto. A rádio pode também ser acessada pelo aplicativo Utopia FM 98.1 que está disponível no Google Play Store de Google para celulares Adroid, conforme pode ser observado na figura abaixo.

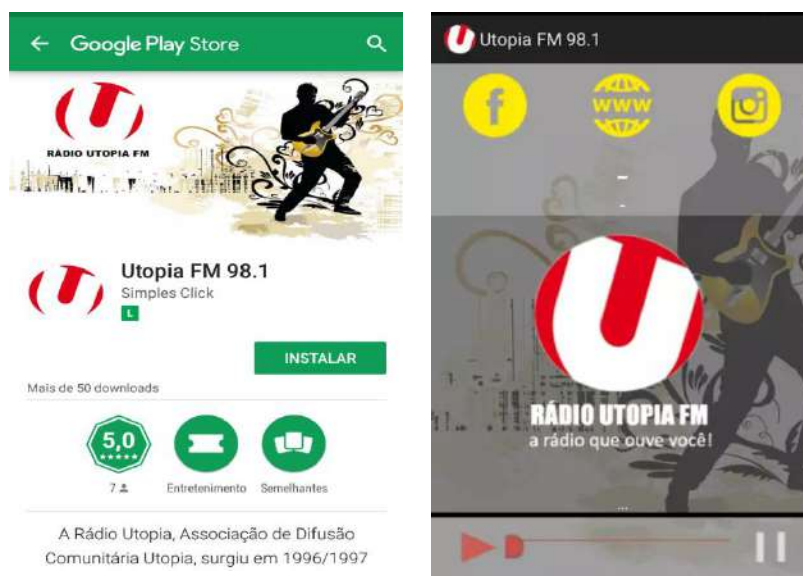


Figura: Imagens do aplicativo da rádio Utopia

A exemplo da Rádio Utopia, outras emissoras comunitárias têm se apropriado de plataformas digitais para dar visibilidade a todas as questões inerentes das comunidades Distrito Federal, e potencializando assim o acesso aos seus conteúdos e a interação com as comunidades.

Dentre elas estão: a Rádio Paranoá FM (<http://www.paranoafm.com.br/>) localizada na região administrativa de Brasília que faz sua transmissão pela internet, a Esplanada FM (<http://radioesplanadafm.org/>) localizada no centro do Distrito Federal, com uma programação 24 horas ao dia, a emissora busca tocar somente músicas de artistas brasileiros, levando a boa música produzida na Capital Federal para o resto do mundo, a Rádio Veredas FM (<http://www.radioveredas.com/>) sediada na região administrativa de Brasília, Rádio Líder FM (<http://liderrecantofm.com.br/v3/>) presente no Recanto das Emas, Rádio Guará FM (<http://www.guarafm.com/>) localizada no Guará, Rádio Clube FM (<http://www.radioclubefm.org/>) com sede na Ceilândia, Rádio Regional FM (<http://www.jornalregional.com.br/>) com atuação no Plano Piloto, a Rádio Sobradinho FM (<http://www.sobradinhofm.com.br>) localizada na região administrativa de Sobradinho, a Rádio Livre FM (<http://livrefm.net.br/>) presente no Núcleo Bandeirante.

No Distrito Federal, fazem parte da Associação de Rádio Comunitária, a Abraço (<http://www.agenciaabraco.org/site/radios-comunitarias/>) com um total de 19 emissoras associadas, dentre as 19 apenas 14 estão em funcionamento até o fechamento desta pesquisa. Além do uso da internet para transmissão da rádio e o uso do acesso remoto, as emissoras comunitárias usam a internet para ter acesso às mídias sociais, que tem servido como canal de interação com as comunidades e até mesmo de um meio para sugestão de pauta.

Considerações finais

Depois do levantamento de práticas desenvolvidas por rádios comunitárias do Distrito Federal, esta pesquisa procurou entender de que forma as emissoras comunitárias têm se apropriado das plataformas digitais para dar espaço a questões das comunidades Distrito Federal e potencializar acesso aos seus conteúdos.

Durante a pesquisa constatou-se que a Rádio Utopia vem buscando dar utilidade da internet dentro e fora da emissora, buscando assim, uma maior aproximação com o público. Além disso, a emissora se utiliza das ferramentas oferecidas em plataformas digitais para ter acesso a conteúdos online e com isso, manter uma interação com o público, de forma a oferecer os assuntos que muitas vezes propostos pelos ouvintes.

A rádio manifesta preocupar-se com os interesses dos ouvintes de modo geral e aproveitou o uso da internet por parte dos ouvintes para criar um aplicativo no qual eles podem baixar no Play Store do Google e ter acesso ao conteúdo da emissora a onde estiverem desde que portem um celular smartphone com sistema operacional Android.

Isso ilustra de maneira clara como a emissora comunitária escolhida para avaliação deste pesquisa de Iniciação Científica tem buscado aproveitar a plataforma digital para colocar em exercício suas potenciais funções que são contribuir para a capacitação e a integração da comunidade, reforçando elementos da cultura, tradição e hábitos sociais da comunidade. Além da plataforma para transmissão da rádio, a emissora também usa a internet para ter acesso às mídias sociais para divulgação das suas atividades e interação com público.

Sendo assim, conclui-se então que a experiência da Utopia FM se destaca por ter aproveitado mecanismos de plataformas digitais de forma pertinente para levar seus conteúdos até as comunidades de Planaltina e outros espaços dentro e fora do Distrito Federal. Além disso, vale a pena fazer menção neste trabalho às potencialidades que emissoras comunitárias têm de atuar em regiões menos privilegiadas financeiramente para ser um espaço de produção, distribuição e acesso compartilhado a conteúdos radiofônicos.

BIBLIOGRAFIA

- BRASIL. Lei 9.612/1998.** Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências
- _____. **Perfil do Negro do DF:** Escolaridade, Ocupação e Rendimento. Companhia de Planejamento do Distrito Federal. 2011.
- _____. **A População Negra do Distrito Federal: Analisando as Regiões Administrativas.** Governo do Distrito Federal. 2014.
- IQUES, Márcio Simeone (org).** Comunicação e estratégia de mobilização social. Belo Horizonte: Gênese, 2002.
- LEAL, Sayonara de Amorim Gonçalves.** Rádio Comunitária, Espaço Público e Democracia: Estudos de Caso na França e no Brasil. Instituto de Ciências Sociais. Departamento de Sociologia. Programa de Pós Graduação. Universidade de Brasília. 2007. Pg. 200 a 210.
- LUZ, Dioclécio.** Radiojornalismo nas rádios comunitárias: conceitos e práticas. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília, 2011. Sampedro,V.(2014).
- MALHOTRA, N. K.** Marketing research: na applied orientation. New Jersey: Prentice-Hall, 1993.
- PALÁCIOS, Marcos.** Sete teses equivocadas sobre comunidade e comunicação comunitária. Comunicação & Política 9.11 (1990): 103-110.
- TEIXEIRA, Graziela Dias.** Rádio Comunitária: um instrumento de inserção na esfera pública? XI Congresso Brasileiro de Sociologia 1 a 5 de setembro de 2003, UNICAMP, SP GT "Participação Social e Cidadania".

Autonomia Comunicativa: a luta pelo direito à comunicação nas rádios comunitárias

Communicative Autonomy: the struggle for the right to communicate in community radios

*Ismar Capistrano Costa Filho*⁵⁷

Resumo: Os fenômenos da comunicação popular, livre, alternativa e comunitária trazem reflexões sobre projetos de mudanças das relações políticas, sociais, econômicas e culturais. Estas práticas reivindicam a democratização da comunicação para dar voz e audiência inclusive a movimentos autônomos que buscam independência dos grupos empresariais e governos, muitas vezes, mantendo meios sem a permissão estatal para funcionar. A Rádio Camponesa FM do Assentamento Palmares de Crateús (CE) é uma destas iniciativas que consegue não só fortalecer a mobilização nas comunidades assentadas, mas promove uma relação de proximidade e identidade com as comunidades vizinhas e o reconhecimento da sociedade civil do município. A autonomia comunicativa é um conceito para dar conta destes meios caracterizados pela autodefinição de suas identidades e legitimidade, autodelimitação de sua atuação, autodisposição de sua organização e autogestão de suas decisões.

Palabras Clave: Direito à Comunicação, Autonomia Comunicativa, Rádio Comunitária.

Abstract: The phenomena of popular, free, alternative and communitarian communication bring reflections on projects of changes in political, social, economic and cultural relations. These practices call for the democratization of communication to give voice and audience even to autonomous movements that seek independence from business groups and governments, sometimes, holding media without state permission to function. Campesina FM Radio from the Palmares de Crateús settlement (CE) is one of these initiatives that not only strengthens mobilization in settled communities, but promotes a relationship of proximity and identity with neighboring communities and the recognition of civil society in the municipality. Communicative autonomy is a concept to account for these means characterized by the self-definition of their identities and legitimacy, self-limiting their performance, self-arrangement of their organization and self-management of their decisions.

Key words: Communication right, Communicative autonomy, Community Radio.

Introdução

As reflexões sobre a autonomia comunicativa apontam para elementos fundamentais da compreensão dos fenômenos dos meios livres (MACHADO, MAGRI, MASAGÃO, 1987), comunicação comunitária, popular e alternativa (PERUZZO, 2004), que buscam uma independência do mercado e do governo. Este conceito foi gestado a partir da minha pesquisa de doutorado, entre 2012 a 2016, junto às rádios dos zapatistas, movimento autonomista do sudoeste mexicano⁵⁸. Para desenvolver o operador teórico, este artigo parte de uma revisão bibliográfica que percorre os caminhos das teorias sobre autonomia nos conceitos de horizontalidade, autoconsciência e autoinstituição social (CASTORIADES, 2006; FREIRE, 1987), prefiguração e poder-sobre (HOLLOWAY, 2011), autogestão, autodefinição, autodelimitação e autodisposição (BARCENAS, 2011). O trajeto destes estudos está fincado na filosofia política e nas reflexões sobre os movimentos autonomistas latino-americanos.

⁵⁷ Ismar Capistrano Costa Filho é professor no Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), doutor em Comunicação, Brasil, ismarcapistranofilho@gmail.com.

⁵⁸ A pesquisa sobre a rádios zapatistas, Rebelde e Frecuencia Libre, foi realizada de 2012 a 2016 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. A tese "Uso Social das Rádios Zapatista: o mapa noturno da autonomia nas mediações comunicativas da cultura" está disponível em <<http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/BUBD-AB5G69>>. Acesso 11 jul 2017.

Além da revisão bibliográfica, as discussões teóricas são ilustradas por meio das experiências práticas de uma rádio comunitária. O recorte foi realizado a partir da minha participação na Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), quando depois de 10 anos de militância, assumi a coordenação executiva da entidade no Estado do Ceará entre 2010 e 2012. Na oportunidade, visitei 52 emissoras para coletar dados sobre a programação e gestão para fins de cadastro. A partir das informações, observação e escuta, localizei três outras emissoras não autorizadas e que não desejam receber autorização que possuem traços da autonomia em sua organização e programação, entre estas, a Camponesa FM do Assentamento Palmares em Crateús. Além da escuta, observação e coleta de informações nos documentos da Abraço Ceará e nas páginas das emissoras na Internet, entrevistei dirigentes e produtores. Atualmente, realizo projeto de extensão⁵⁹ que promove um diálogo entre esta rádio e a Universidade, através principalmente de oficinas sobre produção radiofônica.

As experiências de organizar e fazer uma rádio comunitária criam possibilidades não só de expressão dos grupos sociais e pessoas para diversas e amplas audiências, mas podem construir uma consciência de organização social e mobilização, como também geram conhecimento a partir da apropriação da tecnologia. Por isso, a organização e a luta pelo direito de transmitir representa um dos principais movimentos pela democratização da comunicação no Brasil. As primeiras iniciativas de surgiram, segundo Raquel Paiva (2007), nos anos de 1970, inicialmente, motivadas pela curiosidade e pelo interesse de expressar as preferências musicais dos pioneiros.

Mas somente nos anos 1990, o movimento passa a fortalecer o direcionamento político de realizar uma “reforma agrária no ar” (MACHADO, MAGRI, MASAGÃO, 1987). O clima de redemocratização, após a eleição do primeiro presidente civil depois de 22 anos de ditadura militar e a promulgação da Carta Magna de 1988, considerada a Constituição Cidadã, colabora para expandir as aspirações democráticas de acesso à diversidade de expressões políticas, sociais e culturais nos meios de comunicação massivos, concentrado em oligopólios de grupos econômicos e familiares (LIMA, 2004).

O rádio se tornou, neste período, central nesta disputa pelo direito à comunicação por três motivos. O primeiro foi a popularidade deste meio, possibilitada pelas características de linguagem oral, de alcance, podendo ser recebido em amplos espaços territoriais e de baixo custo (ORTRAWIANO, 1985). O segundo motivo da centralidade do rádio no movimento de democratização da comunicação deriva destas características, que possibilitou uma rápida apropriação da tecnologia radiofônica pelos grupos excluídos dos meios massivos. O terceiro motivo da centralidade do rádio na luta pela democratização da comunicação foi as autorizações, dadas pela Justiça Federal, às associações sem fins lucrativos de operar emissoras de baixa potência, baseado no direito à liberdade de expressão, pela obrigatoriedade expressa na legislação de concessão apenas para emissoras comerciais e pela Convenção Internacional de Direitos Humanos do Pacto de San José da Costa Rica⁶⁰.

Mas a resposta não tardou. Em meados dos anos 1990, a ação de fiscalização se tornou mais agressiva, mobilizando inclusive o aparato repressivo da Polícia Federal. As autorizações judiciais passaram a ser sistematicamente cassadas nas instâncias superiores e a Associação Brasileira de Rádio e TV (Abert) liderou uma campanha de criminalização do movimento com o lema “rádio pirata é crime, não seja cúmplice”. Para sobreviver, as rádios comunitárias organizaram, em 1996, uma entidade nacional, a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), no Encontro de Rádios Comunitárias na Praia Grande, em São Paulo. A entidade passou a lutar no Congresso Nacional por uma lei para legalizar as emissoras.

No entanto, o lobby dos empresários da comunicação, organizados na Frente Nacional em Defesa do Rádio, só permitiu a aprovação de uma lei que limita as rádios comunitárias a 25 watts de potência; apenas um canal para cada região, causando sobreposição das emissoras próximas; impossibilidade de formar rede; atuação restrita ao raio de 1 km² e proibição de propaganda comercial. À Abraço, restou conquistar o conceito de rádio comunitária, previsto na lei 9.612 de 1998, como emissoras não pró-celetistas, pertencentes a associações sem fins econômicos e abertas à filiação de qualquer morador de sua área de atuação. As primeiras autorizações foram concedidas somente após a regulação da lei em 2001, além de herdar estas restrições, foram negociadas num esquema que Venício de Lima e Cristiano Lopes (2007) denominaram “coronelismo eletrônico de um novo tipo”, tendo uma clara predileção para os pedidos de emissoras apadrinhadas por congressistas.

⁵⁹ Projeto de extensão de Apoio à Comunicação Alternativa, Cidadã e Comunitária (Cacco) é desenvolvido nos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, desde 2016.

⁶⁰ A República Federativa do Brasil, como signatária, comprometeu-se, em 1998, a garantir o acesso da população a canais de radiodifusão de baixo alcance,

Este contexto favoreceu a consolidação de rádios comunitárias controladas, principalmente, por políticos partidários e por igrejas. Opondo-se às restrições da legislação e aos pleitos mediados por parlamentares no Governo Federal, algumas comunidades optaram por não buscar a autorização e legitimar-se a partir da participação social.

Autonomia comunicativa

Para compreender este conceito é necessário entender, primeiro, a autonomia como uma ruptura com o sistema político do Estado Democrático de Direito a partir das experiências dos movimentos sociais latino-americanos, que subsidiam esta pesquisa localmente situada através de autores regionais (Holloway, Ouviaña e Barcenás), mas também articulado com o pensamento de intelectuais de outros continentes (Castoriadis, Castells, Mouffe e Negroni). Após essa discussão, a definição de autonomia será relacionada à experiência da Rádio Camponesa FM do assentamento Palmeares de Crateús.

Os movimentos autonomistas na realidade latino-americana, como o zapatismo no México, os indígenas do Valle del Cauca na Colômbia, a fábrica Sin Patrón na Argentina e alguns assentamentos do Movimento Rural dos Trabalhadores e Trabalhadoras Sem Terra (MST) no Brasil, refletem, conforme Claudio Albertani (2011), a ideia de ruptura com o sistema político vigente. Não significa só mudanças na forma de governo e a inclusão social no modo de produção, mas uma profunda transformação das relações econômicas, sociais e culturais que possam construir um novo modo de organização social e econômica.

A primeira característica da autonomia, segundo Cornelius Castoriadis (2006), é uma construção horizontal e lúcida, uma vez que qualquer imposição ou pressão contradiz os princípios da mesma. No entanto, a tomada de consciência leva à ideia de que a autonomia só pode ser garantida na formação e participação ativa em coletivos. O pensamento se aproxima do pensamento do educador brasileiro Paulo Freire (1987) da necessidade que os sujeitos criem a capacidade crítico-reflexiva da realidade a partir de sua autoconsciência. Assim, a construção da autonomia é um processo de subjetivação que se realiza em novas práticas e ações de cada sujeito e uma nova forma social, pois “não se pode querer a autonomia sem querê-la para todos, já que sua realização não pode conceber-se plenamente mais que como empresa coletiva” (NEGRONI, 2011, p. 205). É um processo de autoinstituição no qual se questionam as leis e instituições sociais, que todos “(...) têm a mesma possibilidade efetiva de participar da legislação, do governo, da jurisdição e por fim da instituição da sociedade” (Castoriadis, 2006, p. 16).

Essa luta, para o sociólogo mexicano John Holloway (2011), deve partir da ideia de mudar o mundo sem tomar o poder. Ele diferencia o “poder-sobre” do “poder-fazer”. Enquanto o primeiro representa os laços de subordinação e imposição, o segundo se realiza de maneira independente do poder estatal e dominante. Busca a prefiguração, quer dizer, a revolução deve acontecer no cotidiano, nas práticas do aqui e agora, no exemplo transformado, no hoje e não somente num discurso do que será o mundo quando as classes dominadas tomem o Estado ou, como define Freire (1967), na práxis que une palavra à ação. O que Manuel Castells (2013) observa, na máxima dos movimentos altermundistas, “não proponha, faça!”. A autonomia rechaça as relações verticais de poder-sobre e de dominação e busca a construção de uma nova prática de relações estabelecidas coletivamente quando cada um contribui com sua dedicação e potencialidades.

Levar às decisões políticas e o debate de opiniões e ideias para o cotidiano das comunidades e coletivos é uma forma de pulverizar as hegemonias, democratizando as relações sociais. Para Chantal Mouffe (1990), os conflitos são inevitáveis, pois as diferenças são estruturantes. A construção da política se dá por acordos, muitas vezes, precários, articulados por discursos que predominam e constroem as hegemonias. Além deste processo que cria as instituições e sociedades, os grupos tecem suas identidades também na diferenciação entre nós e eles. O papel da política é tornar estas diferenças em adversidades, circunstanciais e temporárias, evitando que o outro seja tratado como inimigo a ser eliminado. A democracia é assim a descentralização dos centros de decisões políticas, fortalecendo as organizações com autodeterminação necessária para a construção de suas identidades e autonomia.

Assim como a autonomia significa uma lúcida adesão acompanhada da consciência que minha autodeterminação só se sustenta num projeto participativo e coletivo, as organizações autônomas devem buscar a sustentabilidade na articulação com os outros grupos sociais. Esta relação deve ser uma preocupação não só para evitar o isolamento, mas para construir “(...) instâncias de confluência em níveis locais, regionais, pluri-identitários e cambiantes” (OUVIÑA, 2011, p. 279). Busca-se, desta maneira, de acordo com Barcenás (2011), a construção de uma sociedade democraticamente articulada no multiculturalismo e na diversidade social onde o poder se disperse, mas a tolerância, coabitação e solidariedade sejam priorizadas.

Desta forma, a construção social onde caibam vários mundos é possível desde que cada grupo compreenda que a conquista de sua autonomia depende da garantia da dos outros, articulando-se de maneira que não comprometa a autodeterminação de cada um.

Nesta perspectiva, as iniciativas de comunicação dos grupos autônomos possuem as características de autodefinição, autodelimitação, autogestão e autodisposição (BARCENAS, 2011). A primeira é a possibilidade de determinar por si mesmo quem são as pessoas que os constitui. Isso significa que a identidade e as autorizações dos meios e projetos de comunicação e seus participantes são decididas pelos coletivos que os compõem e não impostas externamente. A segunda característica é a definição, por si mesmos, dos limites de seu território. Assim a abrangência e limitação da comunicação autônoma é uma decisão dos próprios produtores. A terceira é a tomada das decisões sobre os destinos do grupo por seus próprios membros. A participação coletiva deve estar, além das mensagens, produção e planejamento, mas também na administração partilhada dos meios e projetos. Já o último traço, promove a organização social da maneira que mais lhes convenha, desenhando seu próprio desenvolvimento. Na comunicação autônoma, representa a organização própria dos conteúdos, dos tempos, da produção e da recepção sem submeter-se a padrões pré-estabelecidos. Neste sentido, a autonomia comunicativa significa a consciência e a prática de independência na gestão, identidade e organização dos meios e projetos de comunicação.

Rádio Camponesa FM

A experiência das rádios comunitárias nos assentamentos do MST, como a Camponesa FM de Crateús, município com população de cerca de 82 mil habitantes, possui aspectos da autonomia comunicativa. O movimento já se caracteriza por ter elementos de autonomia em seus processos de organização participativa, baseadas nas decisões de assembleias; em suas ações de ruptura com o sistema político não disputando eleições, muitas vezes, promovendo a desobediência civil em algumas ocupações, e em suas atitudes de prefiguração e poder-fazer da produção agrícola familiar.

A Rádio Camponesa, que transmite em 95,7 MHz, foi inaugurada em abril de 2011, mas a ideia já surgiu desde quando a ocupação da Fazenda Serrote, de mais 4 mil hectares, foi, em 1993, rechaçada com a perseguição e criminalização do movimento. Além dos jagunços que ameaçavam a integridade física dos sem terra e das ações judiciais para a desocupação, as rádios comerciais da região lançaram uma campanha de infâmia, sem direito de resposta, contra os assentados. Já nesta época, o setor de Juventude do assentamento, elaborou um jornal impresso para contestar os ataques e divulgar o objetivo do movimento de garantir o direito dos trabalhadores rurais de terem terra para trabalhar. O impresso teve curto tempo de publicação e restrita quase só ao assentamento e a algumas organizações sociais da cidade, por isso já havia a consciência da necessidade de ter um meio de comunicação mais popular e abrangente.

As condições de fundar a rádio só apareceram, em 2011, quando dois jovens do assentamento, Pedro Neto e Antônia de Maria, fizeram o Curso de Jornalismo da Terra na Universidade Federal do Ceará (UFC). Inspirados pelas aulas sobre comunicação popular, alternativa e pelas experiências pioneiras de rádios dos assentamentos cearenses, 25 de Maio de Madalena e a da Lagoa do Mineiro em Itarema, os universitários assentados conseguiram a doação dos recursos para comprar os equipamentos de um juiz federal aposentado que apoia o MST.

A instalação ocorreu, após uma Oficina realizada pelo projeto de extensão Programa de Assessoria Técnica e Sociocultural às Rádios Comunitárias do Ceará (Parc) do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFC e aberta para todos os assentados. Durante uma semana no mês de março de 2011, 40 participantes discutiram sobre rádio livre e comunitária, papel social e político do rádio, democratização da comunicação e programação radiofônica da emissora. A partir da Oficina, foram escolhidos o nome da rádio, os programas, os locutores e a coordenação formada por três áreas, política, técnica e financeira. Além das reuniões quinzenais ou mensais da coordenação abertas à comunidade, as decisões sobre a Palmares FM também são tomadas nas assembleias dos assentamentos.

O assentamento optou por não pedir a autorização ao Ministério das Comunicações, para funcionamento da emissora como rádio comunitária. A decisão seguiu a postura de quase todas as rádios comunitárias do MST, segundo Pedro Neto, por dois motivos. Primeiro, pelas restrições da atual legislação, “uma rádio com 25 watts é impossível de atender a comunidade rural, como a do nosso assentamento que tem mais de 4 mil hectares. Segundo porque nossa autorização é dada pelas comunidades. Nossa comunicação deve ser livre. Devemos ocupar o latifúndio do ar”⁶¹. Desta maneira, a emissora cumpre o papel de ser um meio de relação do movimento com a sociedade para construir uma reforma agrária popular.

⁶¹Entrevista com Pedro Neto, coordenador político da Rádio Camponesa FM, em 3 de fevereiro de 2018, Crateús, Ceará.

A Camponesa FM tem exercido esse papel principalmente com a audiência e o apoio das comunidades circunvizinhas ao assentamento que, por esta e outras ações, superou o estigma do início da ocupação e se tornou uma organização social respeitada em todo o município. O diálogo com as comunidades e organizações sociais de Crateús se tornou mais próspero porque o assentamento pode divulgar suas informações e dar espaço na programação às vozes excluídas da mídia comercial local, como os sindicatos e os pequenos agricultores. Além disso, a rádio favoreceu a participação interna dos próprios assentados nas reuniões e mobilizações do assentamento.

A programação da emissora é pautada pela autenticidade campesina. Por isso, os programas de mais sucesso são o “Viva Sertão” que exalta a cultura nordestina do forró de raiz nos finais de tarde e o Programa Esportivo que faz a cobertura dos torneios e jogos das comunidades do assentamento e vizinhança. Para manter o conteúdo local, a Camponesa FM é sustentada pelo trabalho voluntário dos locutores e coordenadores e pelos apoios culturais dos pequenos comerciantes da região. “Não queremos estar reféns de grupos políticos e empresariais”⁶².

Assim, a rádio do assentamento Palmares representa um exemplo de autonomia comunicativa por três motivos. Primeiro, a emissora é autodefinida pelas comunidades de ouvintes. Não é um poder centralizador que a legaliza, mas a “autorização” dada pelas próprias comunidades a legitima.

A autogestão da emissora se caracteriza não só pelo coletivo composto pelas coordenações política, técnica e financeira, mas também pela subordinação às decisões das assembleias do assentamento que segue o princípio de que a emissora pertence não só ao movimento, mas as comunidades circunvizinhas que a escuta. Por fim, a emissora possui a autodisposição quando produz uma programação que não segue padrões estabelecidos e é feita por comunicadores locais que utilizam de sua espontaneidade e naturalidade para fazer seus programas.

Considerações finais

A autonomia comunicativa representa uma luta pelo direito à comunicação. Os meios de comunicação autônomos são iniciativas que buscam dar “voz e audiência” aos grupos excluídos dos meios massivos. Através da Rádio Palmares FM, por exemplo, os moradores do assentamento não só se apropriaram da tecnologia por meio do aprender fazendo, mas também conquistaram veículos de comunicação local que possibilitaram canais de expressão para grupos que não tinham espaço na grande mídia regional. Estas iniciativas também representam reivindicações para participar das discussões políticas sobre as decisões da vida pública e conquistar a estima social. O assentamento Palmares resgatou sua autoestima superando o estigma de marginalização promovido pelas rádios comerciais. Assim, constitui-se como um apelo que reivindica transformações para a promoção da justiça social.

A justiça na autonomia é uma busca radical pela promoção de relações econômicas de solidariedade, autoconsumo, cooperativismo dos trabalhadores e poder-fazer da prefiguração que rompem com a ordem social posta. Desta forma, os meios de comunicação autônomos buscam a autosustentabilidade, seja na economia moral dos pobres seja no voluntariado.

A Rádio Camponesa demonstra essa estratégia quando opta pela manutenção a partir dos pequenos comércios das comunidades e do voluntariado dos participantes. Estas iniciativas também não possuem nem querem autorizações estatais, pois funcionam legitimadas por suas coletividades. A orientação é um reflexo dos esforços de mudar o sistema político para que cada comunidade e coletivo possuam suas próprias normas e possam construir, a partir disso, suas articulações.

O conceito de autonomia comunicativa serve para dar conta de fenômenos da comunicação que se opõem às disposições do mercado e do poder estatal. Complementa a mirada sobre este campo, dada pela ideia de cidadania comunicativa (MATA, 2005), que analisa os meios que lutam pela inclusão social no Estado Democrático de Direito. Desta maneira, é construída uma visão mais ampla das várias opções políticas dos movimentos sociais.

⁶²

Idem

Referências

ALBERTINI, Claudio. "Flores selvajes. Reflexiones sobre el principio de autonomia. In CECEÑA, Ana et al. **Pensar las autonomías**. Cidade do México: Sísifo ediciones, 2011.

BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico**. Madrid: Editorial Cátedra, 1994.

BÁRCENAS, Franciso L. Las autonomias indígenas en América Latina. In CECEÑA, Ana et al. **Pensar las autonomías**. Cidade do México: Sísifo ediciones, 2011.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e esperança**. Rio de Janeiro. Zahar, 2013.

CASTORIADIS, Cornelius. **Uma sociedade à deriva**. Aparecida: Ideias e Letras, 2006.
CORTINA

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

HOLLOWAY, John. Las grietas y las crisis del trabajo abstracto. In CECEÑA, Ana et al. **Pensar las autonomías**. Cidade do México: Sísifo ediciones, 2011.

LIMA, Venício de A. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2004.

LIMA, Venício; LOPES, Cristiano Aguiar. **Rádios Comunitárias: coronelismo eletrônico de um novo tempo (1999-2004)**. Brasília. Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), 2007.

MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. **Rádios livres: A reforma agrária no ar**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

MOUFFE, Chantal. **O Regresso do Político**. Lisboa: Gradiva, 1990.

NEGRONI, Paula. Castoriadis y el proyecto de la autonomía. In: **Revista Catedra Paralela no. 8**. Rosário: Universidad Nacional de Rosario, 2011.

ORTRIWANO, Gisela. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

OUVIÑA, Hernán. Especificidades y desafíos de la autonomía urbana desde una perspectiva prefigurativa. In CECEÑA, Ana et al. **Pensar las autonomías**. Cidade do México: Sísifo ediciones, 2011.

PAIVA, Raquel. **O retorno da comunidade: o novo caminho do social**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2007.

PERUZZO, Cícilia. **Comunicação nos movimentos populares**. Petrópolis: Vozes, 2004.

Políticas culturales en contextos de encierro para reafirmar identidades desde el ser sujeto de derecho

Corina Mercedes Leguizamon Mendoza ⁶³

Resumen:

En este artículo se realiza un acercamiento a la importancia de los derechos culturales en contexto de encierro, centrándose en las personas privadas de libertad. La perspectiva analizada es la del derecho a la cultura no solo como expresión artística incorporada como ámbito inherente del derecho a la educación si no, como derecho en sí que debe ser pensado como política pública en términos de identidad y diversidad que permiten la interacción y la reafirmación de las personas privadas de libertad. Se incluyen instrumentos del derecho internacional de los derechos humanos relacionados con la cultura y las personas privadas de libertad, a la luz de los debates teóricos sobre las implicancias de la cultura como construcción de la identidad de personas y/o grupos sociales que se encuentran privadas de libertad.

Palabras Clave: Cultura, derechos humanos, privadas de libertad.

Abstract: In this article, an approach is made to the importance of cultural rights in a context of confinement, focusing on people deprived of their liberty. The perspective analyzed is that of the right to culture not only as an artistic expression incorporated as an inherent area of the right to education, but as a right in itself that should be thought of as public policy in terms of identity and diversity that allow interaction and reaffirmation of persons deprived of liberty. It includes instruments of international human rights law related to culture and persons deprived of liberty, in light of the theoretical debates on the implications of culture as a construction of the identity of individuals and / or social groups that are private of freedom.

Keywords: Culture, human rights, deprived of liberty.

Políticas culturales en contextos de encierro para reafirmar identidades desde el ser sujeto de derecho

Si hablamos de que la mayoría de los marcos legales en el MERCOSUR establecen que la privación de libertad tiene por objetivo la reinserción de la persona condenada, necesitamos hablar también de los derechos que les son garantizados a la población en situación de encierro para que el objetivo sea cumplido. En esos términos es necesario pensar que la cultura y la educación son dos derechos fundamentales que deben ser garantizados juntos pero también por separado. Ello requerirá de los Estados pensar en políticas y programas que permitan el acceso a la educación y la cultura a todas las personas en situación de encierro, sean estas mujeres, niñas, niños, adolescentes, personas mayores, indígenas, etc.

Lo que debe quedar en claro para comprender la reinserción es que la cárcel no es un lugar de “castigo” si no un lugar donde se ofrezca alternativas para que el individuo pueda modificar su autopercepción, es decir deje de mirarse como un “delincuente” para comprender que es una persona con dignidad y derechos. Claro está que lo que ocurre día a día en las cárceles y las condiciones de las mismas en nuestra región son una clara muestra de que lamentablemente las cárceles siguen siendo ese depósito humano, donde van a parar aquellas personas que a lo largo de sus vidas le han sido negado derechos fundamentales. Y no solo las cárceles, también los hogares de abrigo, albergues para niñas, niños, adolescentes, para personas mayores, no obstante, este análisis se centrará en las cárceles.

Siendo la cárcel un lugar que seguirá existiendo, es necesario avanzar en mejores condiciones de vida para sus habitantes, de forma a que pueda cumplir con el objetivo que la ley le ha determinado, entendiendo además que la misma es administrada por el Estado, por lo que a su vez requiere que los administradores públicos piensen en políticas públicas tendentes a proteger a cada una de las personas privadas de libertad.

La educación y la cultura son derechos fundamentales, conocidos como derechos económicos, sociales y culturales propiamente dichos. La educación tiene como fin producir y reproducir saberes sin restricciones ni exclusiones y sin discriminaciones de ninguna especie. Estos conocimientos deben ser críticos, solidariamente responsables, regulados por el respeto al otro y con un interés emancipatorio y de socialización.⁶⁴

Por su parte, la cultura es una construcción que se expresa en los pueblos y comunidades desde universos simbólicos y de sentidos que son socialmente compartidos. De ello resulta lo que cada pueblo, colectivo o grupo humano puede construir y en la cual basa su sentido de pertenencia y de diferencia, es decir su identidad. Por tanto, no se puede hablar de educación y cultura, sin pensar las políticas y estrategias específicas tanto para la educación como para la cultura.

La declaración de Friburgo⁶⁵, en su artículo 2 define el término de cultura y los derechos culturales:

El término "cultura" abarca los valores, las creencias, las convicciones, los idiomas, los saberes y las artes, las tradiciones, instituciones y modos de vida por medio de los cuales una persona o un grupo expresa su humanidad y los significados que da a su existencia y a su desarrollo...

La expresión "identidad cultural" debe entenderse como el conjunto de referencias culturales por el cual una persona, individual o colectivamente, se define, se constituye, comunica y entiende ser reconocida en su dignidad.

Asimismo, el artículo 5 establece:

Toda persona, individual y colectivamente, tiene el derecho de acceder y participar libremente, sin consideración de fronteras, en la vida cultural a través de las actividades que libremente elija.

Los derechos culturales incluyen entre otros, cuestiones como la lengua; la producción cultural y artística; la participación en la cultura; el patrimonio cultural; los derechos de autor; las minorías y el acceso a la cultura. Es necesario aquí detenernos en las artes, como herramienta fundamental y exitosa para la educación. No obstante, no corresponde solo a las políticas de educación desarrollar acciones culturales, debe pensarse también en políticas y programas de cultura que den cuenta de lo dicho anteriormente, en cuanto que, lo que se construye como cultura es parte de la identidad de pueblos, colectivos y grupos sociales, etc.

Hablar de educación y cultura en contextos de encierro sigue siendo actual y necesario. Pero no solo de la educación como espacio formal y el arte como ámbito de la cultura instrumental a los fines de la educación, si no y principalmente de la cultura como derecho y expresión de la identidad en un contexto de encierro y por tanto, de políticas y programas culturales porque está claro que, la cultura a través del arte, así como la política y en ocasiones, la religión contribuyen a un cambio de visión, a una transformación en cuanto que permite que la persona se vea como sujeto que crea e interactúa positivamente.

Revertir la mirada para incorporar políticas públicas de cultura y transformar las de educación, es un paso que se tiene que dar. Es decir una educación liberadora que contribuya a que las personas privadas de libertad desarrollen sus capacidades de pensamiento crítico y a transformar sus vidas entendiendo que son personas sujetos de derecho y dignidad. Y los espacios culturales donde se reconozcan en su identidad y en la diversidad a partir de entre otras cosas, las diferentes manifestaciones del arte, el idioma, las tradiciones, el intercambio del ser y hacer. Hasta el momento los estereotipos, cargados de prejuicios siguen funcionando como categorizadores generales de personas, incluso de nosotros mismos⁶⁶. Reflexionar sobre ello, haciendo referencia a las cárceles es pensar sobre cómo categorizamos a las personas privadas de libertad y con base en ello qué posibilidades y qué derechos les deben ser garantizados.

⁶⁴ Herrera, Paloma y Frejtman, Valeria. Arte, Cultura y Derechos Humanos; 2010

⁶⁵ De la UNESCO, adoptada en mayo de 2007

⁶⁶ O'Sullivan, T. y otros (1997) Conceptos clave en comunicación y estudios culturales, Buenos Aires, Amorrortu.

Zaffaroni (2012), menciona “quien entra a la cárcel semianalfabeto y egresa como ingeniero electrónico, naturalmente que ha subido su nivel de invulnerabilidad y tiene otra autopercepción de sí mismo. No es porque lo hayan ‘arreglado’ como a un artefacto del hogar descompuesto o al que le faltaba una pieza, sino porque le han subido su nivel de invulnerabilidad quitándole el estereotipo introyectado”.⁶⁷

Y es aquí donde empezamos a adentrarnos en lo que significan el arte y la cultura en un contexto de encierro. Foucault (1981) explica que en las cárceles se busca instalar en la conciencia del sujeto un dispositivo de control, construir una subjetividad que sea sumisa a los intereses del poder. Mientras que el arte como manifestación cultural se constituye como parte de nuestra identidad. La creación artística es en sí el desarrollo de la subjetividad y de la sensibilidad y facilita la configuración de una identidad que reconoce al otro en su diferencia como sujeto de derecho.

Ciertamente, los derechos son universales y están interrelacionados; no obstante, tanto la educación como la cultura necesitan ser política pública juntas y por separado, porque ambas garantizan el libre desarrollo de la personalidad, una es complementario de la otra pero cumplen funciones de forma independiente también.

La cultura es lo que permite la interacción y la construcción de identidades, la educación contribuye al desarrollo de conocimientos y a la formación de la personalidad para ejercer otros derechos también como la participación y la libertad de expresión. En las cárceles, la política de cultura es imprescindible porque a través de sus diferentes manifestaciones las personas se van relacionando y reconociéndose en la construcción de un vínculo que les permite encontrarse en experiencias solidarias desde diversos campos simbólicos y ello se convierte en imprescindible para las personas en contexto de encierro.

Algunos instrumentos en materia de derechos humanos argumentan la necesidad de contar con políticas y programas de cultura.

En los Principios Básicos para el Tratamiento de los Reclusos de las Naciones Unidas, el 6 dice:

Todos los reclusos tendrán derecho de participar en actividades culturales y educacionales destinadas al desarrollo total de la personalidad humana.

También, las Reglas mínimas para el tratamiento de los reclusos adoptadas por el Primer Congreso de las Naciones Unidas sobre Prevención del Delito y Tratamiento del Delincuente, celebrado en Ginebra en 1955 expresan cuanto sigue:

Para el bienestar físico y mental de los reclusos se organizarán actividades recreativas y culturales en todos los establecimientos. (Regla 78)

El informe de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos sobre los derechos de las personas privadas de libertad (2011) menciona la cuestión cultural como un ámbito que favorece el cumplimiento de los objetivos de la pena carcelaria.

La Comisión Interamericana reconoce la necesidad de que los reclusos tengan la posibilidad y los espacios para organizar por sí mismos actividades deportivas, religiosas, culturales, musicales, e incluso de coordinar determinados aspectos de su convivencia. Lo cual es favorable para el cumplimiento de los objetivos de la pena, y en definitiva para el mantenimiento de la armonía y buena marcha de los centros penales.

En las recomendaciones, el informe expone:

Implementar programas de actividades culturales, deportivas y recreativas en las que los reclusos puedan ocupar su tiempo.

Las conclusiones expresan:

Así, los Estados deben adoptar políticas públicas integrales, orientadas a la readaptación social y la rehabilitación personal de los condenados. El logro de estos objetivos, depende necesariamente del establecimiento de un sistema integral en el que los Estados establezcan planes y programas de trabajo, educación y otros, orientados a brindar a los reclusos las herramientas necesarias para su eventual retorno a la sociedad.

⁶⁷ Samar, Roberto; Cárcel y Cultura en <https://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-201057-2012-08-15.html>

Se han mencionado en este análisis, contenidos de instrumentos de derechos humanos develan la importancia de que los Estados cuenten con una política o programa cultural para penitenciarias. Tanto Argentina como Brasil disponen de políticas de cultura para penitenciarias que dan cuenta de experiencias que promueven la participación en talleres creativos, de capacitación y reflexión de música, pintura, plástica, etc. Así como, las bibliotecas abiertas que contribuyen a crear condiciones de disponibilidad y acceso ofreciendo no solo una alternativa de tiempo libre sino se constituye en un lugar donde los sujetos pueden encontrarse con experiencias que impacten significativamente en sus vidas. En el caso paraguayo existen iniciativas aisladas relacionadas al ámbito cultural.

Las acciones y actividades culturales deben ser parte de una política que tenga objetivos claros y que atienda las necesidades específicas de los grupos poblacionales de las penitenciarias y otros contextos de encierro, partiendo del principio de que la cultura es un derecho fundamental y que no puede ser negado a ningún habitante, lo cual impone obligaciones específicas para las instituciones de los Estados. Además, de reconocer que contar con políticas de cultura en las penitenciarias representa ofrecer un horizonte o un espacio que significa una alternativa donde otros se encuentran con otros y desde allí pueden cambiar su realidad y de esta forma contribuir a que, las penas carcelarias finalmente puedan ofrecer otros caminos posibles en la configuración de la identidad.

Bibliografía

FOUCAULT, Michel; *Microfísica del poder*, Madrid, ed. La Piqueta, 1981.

FOUCAULT, Michel; *Vigilar y castigar, nacimiento de la prisión, nueva criminología y derecho*, Buenos Aires, Ed. Siglo XXI editores, 2006.

Harvey, Edwin R; *Instrumentos normativos internacionales y políticas culturales nacionales; Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales*; 2008.

Herrera, Paloma y Frejtman, Valeria; *Pensar la educación en contextos de encierro: primeras aproximaciones a un campo en tensión - 1a ed. -* Buenos Aires; Ministerio de Educación de la Nación, 2010.

Kessler, Greg; *Sociología del delito amateur*, Buenos Aires, Paidós, 2004.

O'Sullivan, T. y otros (1997) *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu.

Samar, Roberto; *Cárcel y Cultura* en <https://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-201057-2012-08-15.html>

Instrumentos de derechos Humanos

Declaración de la Unesco sobre la Diversidad Cultural, 2001: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Declaración de Friburgo: http://www.culturalrights.net/descargas/drets_culturals239.pdf

Desterritorializações micropolíticas: O uso do audiovisual e de mídias digitais em intervenções artísticas com índios Makuxi da Amazônia

Micropolitical deterritorialisations: The use of audiovisual and digital media in artistic interventions of Makuxi Indians from the Amazon

Lisiane Machado Aguiar⁶⁸

Leila Adriana Baptaglin⁶⁹

Resumen: Neste artigo buscamos compreender como o uso do audiovisual em intervenções artísticas desterritorializa os circuitos da arte contemporânea por meio das mídias digitais. Para isso, acompanhamos a terceira edição da intervenção artística "The Giant Step" idealizada pelo artista Húngaro-Suíço Viliam Mauritz na comunidade indígena Raposa I, pertencente à terra indígena Raposa Serra do Sol/RR. A partir desse encontro, analisamos as diversas linhas de forças micropolíticas (Guattari e Rolnik, 2013), ou seja, como os modos de subjetivação dominante podem (ou não) serem subvertidos. Observamos que nessas intervenções artísticas temos um elo conector que perpassa cada uma delas que é uma desterritorialização no circuito artístico e a difusão por meio das mídias digitais como uma das linguagens contemporâneas que extrapolam o lugar da arte até então consolidados por museus e galerias.

Palabras Clave: Audiovisual 1, Mídias digitais 2, Intervenção artística 3.

Abstract: This article aims to understand how audiovisual use in art interventions deterritorialises contemporary art circuits through digital media. For this, we are accompanying the third edition of the artistic intervention "The Giant Step" conceived by the Hungarian-Swiss artist Viliam Mauritz in the Raposa-Serra do Sol indigenous community. From this meeting, we analyze the different lines of micropolitical forces (Guattari and Rolnik, 2013), and so, how the methods of dominant subjectivation may or may not be subverted. In this case, we problematize how the use of the audiovisual in artistic interventions in articulation with the indigenous culture deterritorializes the circuits of contemporary art through its ways of exposing in relation to the different spheres of digital media.

Key words: Audiovisual 1, Digital media 2, Artistic interventions 3.

Introdução

O Brasil foi a terceira nação a receber a visita do artista Viliam Mauritz⁷⁰, que iniciou sua jornada na praia de Sandgate, Brisbane na Austrália e teve a segunda edição em Kaposmero, na Hungria. Na terra indígena do povo *Makuxi*⁷¹, o evento aconteceu nos dias 6, 7 e 8 de outubro de 2017. A ideia central da intervenção artística foi a de conectar pessoas a realidades pares diferentes, com o mínimo de impacto ambiental e o máximo de repercussão com o uso de ferramentas audiovisuais em mídias digitais. A proposta do artista é de encontrar em diversas partes do mundo, artistas produtores que também façam agenciamentos artísticos em seus locais de origem mobilizando estruturas e pessoas para a interação.

⁶⁸ Lisiane M. Aguiar. Professora na UFRR, Doutorado em comunicação pela UFRGS, Brasil, lisiaguiar@gmail.com.

⁶⁹ Leila Baptaglin. Professora na UFRR, Doutora em educação pela UFSM, Brasil, leila.baptaglin@ufr.br

⁷⁰ Para mais informações no site do projeto. Disponível em: www.thegiantsteps.org

⁷¹ Raposa I, faz parte da terra indígena Raposa Serra do Sol é uma área situada no nordeste do estado brasileiro de Roraima fazendo fronteira com a Venezuela e a Guiana. É destinada à posse permanente dos grupos indígenas Ingaricós, Macuxis, Patamonas, Taurepangues e Uapixanas.

Com o formato de uma pegada gigante com proporções a partir de 100 x 45 metros, que remete à ideia de um caminhar itinerante e de um ser maior que sai conectando temas globais com desafios locais para evidenciar aspectos culturais dos nativos em agenciamento com suas artes. A visualização da pegada só pode ser percebida com a produção de filmes audiovisuais que foram editados contendo de 3 e 10 minutos⁷². Drones foram usados para captar as imagens aéreas durante o dia e a noite. As imagens diurnas, mostraram indígenas Makuxi dançando o parixara - dança ritual ancestral em uma coreografia coletiva preparada especialmente para a ocasião. As cenas noturnas mostraram 39 fogueiras que foram acesas ao mesmo tempo para mostrar a pegada gigante e a relação espiritual e usual dos Makuxi com o fogo e a lenha.

Entendemos que esse tipo de produção artística que conta com o auxílio do audiovisual necessita de uma articulação comunicacional para funcionar enquanto tal. Situação essa que perpassa, para além do produto, por outros elementos do Circuito da Cultura e, neste caso específico, do Circuito da Arte.

Se tomarmos o circuito da arte num fluxo como o da experiência da vida veremos que esse apresenta uma ruptura com a representação clássica recongnitiva para fazer dele potência criadora. Isso significa suspender os sentidos já criados por modelos colonialistas a serem aplicados, e possibilitar o desenvolvimento de diferentes experiências comunicacionais ao livrar-se de orientações de parâmetros hegemônicos. Buscando ir além de uma colonialidade do ser, ou seja, o resultado da “experiência vivida da colonização e seu impacto na linguagem” (Maldonado Torres, 2007, p. 130), procuramos investigar como o uso do audiovisual em intervenções artísticas desterritorializa os circuitos da arte contemporânea por meio das mídias digitais.

O investigador com um posicionamento epistemológico descolonizador (Maldonado-Torres, 2007; Sousa Santos, 2007; Mignolo, 2010; Smith, 2016) afasta-se de circuitos imagéticos universais, de verdades absolutas, de uma postura positivista e funcionalista para desenvolver sua comunicação de forma processual que pretendem reconstruir os acontecimentos ao invés de representá-los. Ou seja, não há a separação radical entre uma vida biológica, política, econômica, o que existe são imanências e a coexistência de cada um destes campos em relação aos outros.

Desse modo, buscamos problematizar como as intervenções artísticas de alcance global desterritorializa o desenvolvimento/envolvimento artístico de comunidades indígenas ampliando a possibilidade de expansão de sua arte em diferentes espaços culturais por meio do audiovisual e de sua circulação em mídias digitais. Para isso, contemplamos, nesse artigo, três linhas de problematização. Abordamos inicialmente os sentidos comunicacionais criados pela arte indígena da cultura Makuxi durante a intervenção “The Giant Step”. Em segundo lugar, problematizamos como o uso do audiovisual em intervenções artísticas desterritorializam os circuitos da arte contemporânea com suas formas de expor em relação com as distintas esferas das mídias digitais. Em terceiro lugar, aproveitamos as considerações finais para propor que o circuito da arte necessita de modificações, pois o processo de mediação passa a requerer estratégias que interliguem o artista-obra ao espectador-consumidor para que o Circuito da Arte se estabeleça. Apresentando assim, a necessidade de rupturas dos padrões configurados nos entornos do trabalho com a Comunicação, a Cultura e a Arte.

Arte indígena da cultura Makuxi apresentada no “The Giant Step”

A comunidade indígena Raposa I, localizada na Terra indígena Raposa Serra do Sol é composta por cerca de 960 habitantes. Formada em sua maioria, por indígenas da etnia *Makuxi* que vivem no lavrado. Em diferentes contextos, a terra indígena da Raposa Serra do Sol é referência, e busca, por vários meios, manter-se viva. Fazer arte indígena contextual foi uma das estratégias que a comunidade desenvolveu para divulgar sua cultura. As atividades artesanais, artísticas e espirituais sempre foram mantidas. Secular, a comunidade mantém sua identidade em alternância de fluxos que perpassam por identidade e autonomia. Nos últimos anos, especialmente após a homologação da reserva, a comunidade volta ao destaque com atividades culturais que priorizam práticas e saberes ancestrais em resistência a novos depreciativos da cultura de massa (álcool e resíduos não orgânicos).

Na comunidade indígena Makuxi, a materialização performática central da obra foi feita com os Parixaras, entidades centrais na cultura Makuxi, que dançam o Parixara. Ao dançar o Parixara o Makuxi bate firme os pés no chão, assim, ressaltam o valor das pegadas firmes em diferentes leituras quais possam ser contextualizadas entre realidades e visões extrapoladas sobre a vida coletiva na Terra.

⁷² Os vídeos podem ser vistos no site do projeto: <https://www.thegiantsteps.org/>

Imagem 01: Makuxi dançando o Parixara



Fonte: Alvaro Severo (2017)

A dança parixara faz parte de um ritual de agradecimento à natureza sendo o grande chamamento para um olhar maior para a saúde da Terra como mãe maior da humanidade e de todos os seres é parte do conceito central da peça artística na comunidade indígena no Brasil. Em parceria com o artista Jaider Esbell, índio Makuxi da região da Raposa, a proposta foi apresentada para toda a comunidade que decidiu em reunião interna receber os artistas e seus convidados, bem como aceitou o desafio de fazer acontecer a interação por meio de um verdadeiro festival de cultura Makuxi durante os três dias da intervenção artística.

Todas as atividades de interação cultural foram registradas para o acervo audiovisual e memória da comunidade e parte será editada para formatar filmes que serão os produtos imediatos de projeção midiática para o passo seguinte: a conexão dessa experiência com as diferentes esferas das mídias digitais.

A comunidade indígena se mobilizou para receber, materializar visualmente a obra de arte e acompanhar os seus desdobramentos comunicacionais. Foi a primeira vez que a comunidade indígena recebeu uma atividade de cunho internacional, com arte global, mostrando o local. Pela primeira vez, também a comunidade foi envolvida como parceira na realização de uma obra de arte com um artista de outro país. A programação envolveu interação cultural livre com feiras, oficinas, caminhadas no campo, expedições na natureza e apresentações culturais realizadas pelos próprios indígenas. Artistas e comunidade receberam outros artistas indígenas como convidados especiais para a consagração do trabalho coletivo de arte.

Artistas locais foram convidados para celebrar o ato como uma conquista autônoma do esforço maior da arte e da resistência da arte indígena. Esse feito é carregado de significados e o maior sem dúvida é a capacidade política de organização da comunidade em agenciar uma arte coletiva de alcance global. A performance coletiva é de fato um chamamento para questões culturais. Neste sentido, entendemos que no campo das Artes, a subjetivação não está apenas na produção, mas em outros âmbitos como os o uso de diferentes audiovisuais em mídias digitais.

A existência de novos agentes, como o curador (cuja subjetividade, se considerado o poder que possui, pode vir a resultar em exposições cujos temas e questões sejam estranhos aos artistas que delas participem), gera fatalmente uma tensão entre a produção artística e esses poderes habituados à primazia que de forma institucional lhes foi concedida (COCCHIARALE, 2004: 70).

De acordo com o artista Jaider Esbell a intervenção artística na sua comunidade inova na possibilidade de dar visibilidade a essas linguagens artísticas que vem sendo produzidas em espaços comunitários e educacionais minoritários. “Na prática, a realização da escultura gigante na comunidade da Raposa I é um feito histórico e enigmático. O modo como foi feita a abordagem, a presença clara da comunidade em todas as etapas, diferencia este de qualquer feito antes realizado”⁷³.

⁷³ Jaider Esbell, índio Makuxi da região da Raposa em sua rede social do Facebook.

Imagem 02 e 03: Utilização do Drone para a Intervenção artística “The Giant Step”



Fonte: Lisiane M. Aguiar (2017)

O conhecimento artístico e histórico das linguagens indígenas amplia o repertório de valorização de sua produção justificando sua produção e inserção em diferentes espaços artísticos e conta com o auxílio audiovisual nas mídias digitais.

Dessa forma, a subjetividade do expectador passa pertencer a obra e, conseqüentemente ao lugar. Esta apropriação da obra pelo sujeito e do sujeito pela obra é realizada de diferentes formas, mas especificamente, a partir do século XXI, com as conexões via rede. Cocchiarella (2004, p. 70), nos coloca que as redes eletrônicas recobrem uma parte significativa do mundo, no entanto, são “[...] apenas um resultado e um instrumento das desterritorializações em cascata que estão na raiz de nosso mundo”. Apresenta-se assim como um dos meios de apreciação e comunicação entre obra e expectador, mas não o único.

O contato físico e a visualidade ainda apresentam uma força significativa no processo comunicacional artístico. O impacto da obra expostas nos espaços públicos acrescenta ao artista e, também ao expectador a sensação de êxtase e euforia próprios da apropriação artística. Assim podemos sinalizar que a obra passa a explorar um outro espaço de ocupação que começa a ser consolidado e erigido pelo artista e expectador.

Trabalhar a intervenção artística é trabalhar com as concepções de lugar, simbologia, estesia, presentes tanto no artista como no expectador, ambos construindo uma sintonia de ideais que compactuam na construção do social. Um social cheio de especificidades e subjetividades próprias da sintonia estabelecida na Arte contemporânea. Situação esta extremamente complexa ao tratarmos de um lugar social como o estado brasileiro de Roraima (onde se encontra a comunidade indígena Raposa – Serra do Sol), que ainda carece de experiências com exposições artísticas e ocupações do lugar cotidiano, do espaço urbano, como galerias ou museus para suas obras.

Além de seu valor estético, as intervenções artísticas contemporâneas trazem à tona problemáticas e reflexões sobre o ambiente social. Assim, segundo Silva (2015, p. 05) “[...] a percepção das intervenções contemporâneas está conectada com os espaços e tempos de uma cidade. Muito além de observar mudanças geográficas, territoriais e “cronológicas” de uma cidade é preciso entender suas composições, suas durações e seus ritmos cotidianos”. Estas intervenções com públicos variados, instiga o olhar crítico para os acontecimentos locais. Mas, como investigar os processos micropolíticos de produção de linguagens artísticas audiovisuais em confluência com a alteridade dos movimentos culturais?

O posicionamento epistemológico, nesse artigo, ocorre pela lógica dos sentidos na filosofia da diferença. Assim, a micropolítica é entendida como o processo de produção de conhecimento a partir das relações de saber-poder. Não se quer saber apenas “o quê?”, mas “de que modo” e, principalmente, “como” determinado saber artístico e não outro está sendo trabalhado.

Para isso, metodologicamente compomos uma problematização crítica-heurística-interpretativa das estratégias de relações de poder em composição com o campo de saber. Partimos da perspectiva que a discussão sobre intervenções artísticas merece ser reconhecida como elemento vital para reflexões sobre o ambiente social. Deve ser entendida mais amplamente do que a simples descrição de observação. Ela envolve também os importantes aspectos conceituais, éticos, estéticos e políticos.

Assim, deve-se ter em conta que a linguagem audiovisual pode ser entendida a partir de diferentes perspectivas que se inter-relacionam e se articulam nos processos de investigação. O ponto de vista mais comum associa o uso de som e imagem na composição de produtos midiáticos que requisitam os sentidos da audição e da visão para sua percepção. Se essas entradas permitem certas delimitações nesse campo, não dão conta de sua complexidade e, nesse sentido, das suas multiplicidades (Deleuze e Guattari, 1995). Afinal, o estudo do audiovisual na inserção do trabalho artístico pode se constituir como linguagem e discurso, numa complexa relação entre a cultura, a imagem, a técnica e atravessadas pela ética e pela estética. Tanto prevendo espaços para consensos, divergências, padronizações, sociabilidades e trocas simbólicas, como também para usos, apropriações, configurações, convergências, experimentações e inovação sobre formatos, suportes e tecnologias.

Nesse processo, é possível pensar o audiovisual como uma esfera de virtualidade e atualizações que potencializa devires de diversas ordens, já não há espaços para o hegemônico, ou seja, a pesquisa teórico-metodológica deve ser capaz de trabalhar com a diferença e com a pluralidade de um campo complexo, que alimenta e é alimentado por outros campos, engendrando inter-relações constantes de tensão e distensão sobre a técnica, os discursos e culturas em potencial.

Para avançar sobre as especificidades dessas multiplicidades audiovisuais no campo artístico temos que refletir não apenas sobre as possibilidades epistêmicas, mas igualmente sobre as suas mudanças no circuito da arte. Buscamos, então, acompanhar os processos de produção das intervenções artísticas – como foi o caso da realização do “The Giant Step” na comunidade indígena Raposa - Serra do Sol, desnaturalizando o que é legitimado como a intervenção, rastreando as suas relações e analisando os sentidos que as orientam dentro do campo da linguagem ao se utilizar o audiovisual na composição da obra.

O uso do audiovisual em intervenções artísticas

Como podemos inferir através desses pontos que uma analítica das relações de saber-poder se refere à diversas linhas de forças micropolíticas (institucionais, discursivas, históricas, políticas, culturais, econômicas, entre outras) desde que sejam entendidas enquanto práticas.

Dessa maneira, uma problemática gerada a partir dessa perspectiva busca operar processualmente não como algo que possa ser identificado com referências e indivíduos específicos, mas que conecta a todos. É um agenciamento que se processa micropoliticamente entre o saber, o poder e a subjetivação. O significado só existe a partir do momento em que foi enunciado, passando a fazer parte de um ou mais discursos.

Entre o saber, o poder e a subjetivação há um processo de produção de conhecimento que conecta-se inevitavelmente a uma política, ou seja, cria e atualiza o possível. Nessa política há dimensões coexistentes que não se opõem, mas que se diferenciam: uma macropolítica que é molar com planos de formas e sistemas de sobrecodificações; e, uma micropolítica que é molecular com plano de fluxos e linhas de fuga.

Observamos que este campo convoca constantes transformações tanto no plano molar quanto molecular, o que implica agenciamentos dos processos de produção. Para Guattari e Rolnik (2013, p. 133) “a questão da micropolítica é a de como reproduzimos (ou não), os modos de subjetivação dominante (...)”. Assim, mesmo naquilo que ganha visibilidade como hegemônico há sempre espaço de criação.

O poder deixa de ter uma relação direta com o Estado (ele deixa de ser um órgão único de poder) e passa a ter uma existência nas formas de exercício do poder. A micropolítica não parte do centro para a periferia ou do macro para o micro, ou seja, não parte seus estudos do Estado para procurar até onde se estende nas dimensões mais baixas da sociedade. Assim, podemos pensar no o audiovisual pode se constituir como linguagem e discurso, numa complexa relação entre a técnica e a cultura, atravessadas pela estética e pela ética.

Podemos considerar o audiovisual como conformador de um campo complexo, que alimenta e é alimentado por outros campos, engendrando inter-relações constantes de tensão e distensão sobre a técnica, os discursos e culturas em potencial. Nesse processo, é possível prever espaços para consensos, divergências, padronizações, sociabilidades e trocas simbólicas, mas também para usos, apropriações, configurações, convergências, experimentações e inovação sobre formatos, suportes e tecnologias.

Como, então o uso do audiovisual em intervenções artísticas com a cultura indígena desterritorializa os circuitos da arte contemporânea com suas formas de expor em relação com as distintas esferas das mídias digitais? Isso ocorre, pois as artes passam a vincular-se ao público de forma diferenciada exigindo dos processos de mediação o conhecimento e a interação com o sujeito consumidor.

Imagem 04 e 05: Divulgação das intervenções



Fonte:

- I. Australia, 2015-<https://vimeo.com/146215462>
- II.:Hungary, 2017 <https://vimeo.com/232776993>
- III.: Brazil, 2017 – <https://www.thegiantsteps.org/project/iii-brazil-2017>

Imagem 06: Página do facebook do Jaider



Fonte: www.facebook.com/jaider.esbell

Estes passos nos mostram que o artista e o expectador necessitam de outras formas de interação para a apreciação e o consumo da Arte. Isso pode ser evidenciado principalmente pela existência de outros locais e de outros atores existentes no circuito da Arte não restringindo-se ao espaço do Museu e aos atores antes envolvidos, mas sim, adentrando em espaços não formais e nos meios digitais. A existência deste cenário proporciona a necessidade da mediação condizente e, é nesta perspectiva que a avaliação do processo apresenta-se como fundamental para que o circuito seja completo e atenda as necessidades do artista e do expectador.

Este processo e mediação é necessário, mas requer do profissional mediador conhecimentos que lhe possibilite dialogar com cada sujeito e suas peculiaridades sendo este um trabalho bastante complexo. Um trabalho de conhecimento e valorização sociocultural do sujeito e dos seus espaços de formação.

Neste sentido, a mediação e a elaboração da obra passam a ser vistos com um olhar voltado para a compreensão da arte como um todo e não apenas na interpretação da obra a partir de questionamentos incipientes.

A liberdade de interpretação e a não “prisão” às regras faz com que a imaginação e a interpretação possibilitem a criatividade e ampliação de horizontes visuais. E, a ampliação de espaços de apreciação da arte vem proporcionando este desenvolvimento cultura ampliando possibilidades de construção de conhecimentos para o sujeito. Com isso, o processo de mediação em diferentes espaços culturais vem passando por modificações adequando-se as transformações e informatizações sociais a fim de atender as demandas que vem surgindo.

Trabalhar com as especificidades de uma intervenção artística requer do mediador preparação e compreensão do contexto artístico contemporâneo. Assim, além dos museus, nos espaços informais de mídias digitais e nas outras situações de exposição da obra de Arte no contexto contemporâneo temos diferentes concepções de cultura que desencadeiam diferentes tipos de mediação as quais, longe de serem homogêneas, aparecem muito dependentes de seu contexto.

As intervenções artísticas que fazem sua difusão por meio das mídias digitais apresentam-se como uma das linguagens contemporâneas que extrapolam o lugar da arte até então consolidado: o museu e as galerias. Lugares esses que, na região amazônica e, em especial no Estado de Roraima, ainda não podem ser considerados consolidados visto que, em Roraima o único museu existente está fechado e, os lugares de exposição de obras de Arte ainda são bastante restritos limitando-se a algumas galerias de instituições privadas e/ou galerias particulares de artistas locais.

Assim, as intervenções artísticas que utilizam o espaço digital em associação com o audiovisual constituem-se em uma linguagem artística que passa a ganhar corpo a partir do momento em que levam a arte para os espaços públicos dando a possibilidade de apreciação pelos diferentes sujeitos. Aguça, com isso, um outro olhar para o processo comunicacional a ser construído, haja vista a ideologia proposta nas intervenções artísticas, como no caso de “The Giant Step” e, a recepção de um público vasto nem sempre exposto à apreciação artística.

Referente ao objeto arte, conforme considerações de Leirner (1984, p. 06), “[...] podemos então entender que, mesmo o objeto recolhido praticamente pronto, precisa ser apropriado pelo artista, para ganhar novos significados e tornar-se objeto de arte”. A apropriação de objetos cotidianos, expostos em lugares cotidianos, passa a estimular no sujeito a criticidade sobre o conceito do que é Arte. Isso porque o expectador não é mais apenas o crítico e apreciador de arte e, em muitas situações, o conceito e o processo de apropriação do objeto não foram ainda internalizados pelo sujeito, haja vista a recente inserção e trabalho deste na produção artística contemporânea e, ainda mais na divulgação em lugares públicos.

A produção digital/Ciberarte apresenta-se como uma gama bastante ampla de nomenclaturas surgidas pela inserção da informática na produção artística: o e-mail arte, a vídeo arte, a web arte. Na contemporaneidade, a partir da manipulação dos espaços e das novas tecnologias digitais, surgem composições artísticas que vão sendo construídas a partir dos paradigmas das mídias digitais – com interatividade, hibridismo e fragmentação.

A Ciberarte apropria-se da expressividade do ciberespaço construindo assim ambientes virtuais que aguçam o expectador a ativam correntes cibernéticas de interlocução do artista, obra e expectador conectando-os e tornando-os um só (DOMINGUES, 2002).

As intervenções surgem como práticas de intervir no espaço urbano em suas mais variadas intensidades. No cenário atual as intervenções aparecem não apenas como uma arte, mas como uma nova maneira de se comunicar. As intervenções, a partir da modificação/reorganização do espaço urbano propõe uma estruturação crítica do pensar do expectador sendo ela utilizada a partir de diferentes técnicas e linguagens.

As linguagens artísticas contemporâneas supracitadas apresentam um caráter de intervenção a partir do momento em que passam a incidir no espaço urbano ocasionando a necessidade de compreensão e outros meios de comunicação com o expectador.

Estas produções artísticas contemporâneas passam a integrar o espaço digital de fácil acesso, envolvendo a subjetividade do expectador e intervindo em seu lugar-comum de forma artística. Assim, as intervenções artísticas urbanas, em um campo de produção artística contemporânea, proporcionam lembrar o que Cauquelin (2005) nos mostra ao referir-se ao processo comunicacional. Passamos a vivenciar uma inevitável mistura de papéis: produtor/artista, distribuidor/comunicador e consumidor/expectador. Estes sujeitos, antes com características e funções delimitadas, não mais possuem atividades específicas e, este é um dos grandes desafios a serem consolidados para uma melhor compreensão da produção artística indígena no estado roraimense.

A lógica de consumo (ainda não implementada, mas com algumas sinalizações dentro das poucas consolidações de um circuito de arte em Roraima) passa a sofrer alterações e incrustações devido aos incrementos tecnológicos e as novas demandas alicerçadas pela criação de outras linguagens artísticas que extrapolam o espaço de exposição do museu e das galerias adentrando ao lugar público (GONÇALVES, 2017).

Assim, a necessidade de outros profissionais, que ainda não fazem parte de um cenário competitivo e qualificado em Roraima, é agregada a este circuito – e/ou o artista passa a ter que se apropriar destes outros segmentos no intuito de dar a conhecer sua produção.

Estas mudanças estabelecem um câmbio irreversível na relação da arte com o expectador, clamando por um olhar mais aguçado para os tempos e espaços de apropriação no circuito da arte, em especial, o das linguagens artísticas contemporâneas e, no nosso caso, das intervenções artísticas que passam a ser expressas nas redes sociais.

Considerações para uma proposta: modificações no Circuito da Arte

Na interlocução do Campo da Arte com a Comunicação e a Cultura, podemos considerar que a intervenção artística se apresenta como manifestação de um elo entre estes campos a qual proporciona situações em que há a rápida comunicação da obra para com o expectador e, é neste viés que os novos atores do circuito da arte passam a interagir. O circuito da cultura em que diferentes atores passam a fazer parte de um sistema operador/operativo da Cultura fornece elementos importantes para trilharmos uma possível cartografia do Circuito da Arte.

No texto/leitura, adentrando ao campo comunicacional da produção artística, o artista apropria-se de suas habilidades técnicas de produção para abstrair e expressar para o expectador utilizando-se de diferentes elementos. Contudo, neste momento a apropriação dos conhecimentos artísticos e do espaço urbano estabelecem uma vinculação direta com o processo de mediação a partir do momento em que a recepção da obra adquire um status de produção de sentido pelo expectador. Esta leitura autônoma evidencia um risco eminente de apropriação equivocada da mensagem estabelecida pelo artista. Segundo Escoteguy (2007, p. 121) “o risco é assumir a autonomia da leitura em oposição a autoridade do texto, suprimindo ainda a produção do que está sendo consumido”.

Na intervenção artística com a cultura indígena, a autoridade do texto é deixada de lado assim como a compreensão advinda de um processo de mediação que auxilie o leitor/expectador a compreensão da obra. Passamos assim a verificar duas condicionalidades de leitor/apreciador o que busca compreender “o que a obra diz de mim” e/ou “o que a obra quer dizer”. Ambas as perspectivas são plausíveis, mas requerem uma percepção aguçada do expectador, haja vista que no espaço digital a presença do mediador é dispensada/inexistente.

Conforme Escoteguy (2007: 121), o processo de texto/leitura requer assim, “[...] uma conexão com as práticas de grupos sociais e os textos que estão em circulação, realizando uma análise sócio-histórica de elementos culturais que estejam ativos em meios sociais particulares”

A compreensão das Culturas Vivas do artista e do expectador são fundamentais para que haja conexão e consumo da obra. Consumo aqui é vinculado ao processo de apropriação simbólica do conceito pelo expectador e não necessariamente o consumo em termos materiais da obra. Artista e expectador necessitam estabelecer uma relação que apresente interesses comuns, que os interligue suplantando assim a simples vinculação e o consumo da obra do artista pelo expectador. Isso ocorre, mesmo aquele sendo um sujeito com relações sociais, culturais e históricas distintas das expressas pelo artista.

O artista necessita do conhecimento do lugar a ser exposto e do público a ser atingido a fim de que sua construção ideológica seja consumida pelo expectador.

O consumo deixa de ser a troca/compra de bens materiais e passa a ser espaço de diálogo entre sujeitos e entre obra e espectador adentrando ao processo de apropriação de culturas e simbologias.

Além destes elementos do circuito cultural, o processo de financiamento da produção artística também passa por modificações. Há algumas décadas o financiamento de obras e em especial, o financiamento cultural era quase que exclusivo do Estado ou de alguns mecenas. Hoje, a iniciativa privada começa a ganhar espaço e a vincular-se a prerrogativa de arte como negócio, situação que incita a preocupação sobre as produções artísticas haja vista que os patrocínios/financiamentos contemporâneos podem acabar por atender mais aos interesses da iniciativa cultural privada do que ao artista.

Mesmo diante de modificações na estrutura do Circuito da Arte, realizadas devido as necessidades de contexto, ainda dispomos de uma estrutura que se apresenta vinculada a alguns padrões de consumo repassados à sociedade a partir da Revolução Industrial, do advento do Capitalismo e da Cultura de Massa. Situação esta presente, haja vista que a arte representa a sociedade e apresenta o que nela há de mais sincero e incrustado. É neste processo de representação que assentamos nossas proposições.

Trabalhar com uma construção artística contemporânea requer, portanto, uma aproximação conceitual bastante estruturada em valores e normas construídos socialmente. Verificamos que a cultura indígena é um elemento significativo na construção dos saberes amazônicos, contudo, estes ainda carecem de uma apropriação adequada para serem transpostos ao nível de produção artística e da consolidação de um Circuito da Arte.

Referências

CAUQUELIN, Anne. *Arte Contemporânea: uma introdução*. São Paulo: Martins, 2005.

COCCHIARALE, Fernando. *A (outra) Arte Contemporânea Brasileira: intervenções urbanas micropolíticas*. Revista do Programa de pós-graduação em artes visuais EBA, UFRJ, 2004.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil Platôs – capitalismo e esquizofrenia*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

ESCOTEGUY, Ana Carolina. Circuito da cultura/circuito de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e recepção. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*. São Paulo. Vol. 4.Nov. 2007.

DOMINGUES, Diana (org.). *A arte no século XXI: A humanização das tecnologias*. São Paulo: UNESP, 1997.

GONÇALVES, Tainá Ribeiro (2017): *Culturas e identidades em Roraima: um olhar para as representações pictóricas de artistas do curso de artes visuais/UFRR*. Dissertação de mestrado em Letras. Roraima. UFRR, 2017.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 2013.

LEIRNER, Nelson. *Exponha-se à arte*. São Paulo: Galeria de Arte São Paulo, 1984.

MALDONADO-TORRES, Nelson. Sobre la colonialidade del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto, en CASTRO-GÓMEZ S., GROSGOUEL R. (eds). *O giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Bogotá, Iesco-Pensar-Siglo del Hombre Editores, 2007.

MIGNOLO, Walter. *Desobediencia epistémica: retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad*. Buenos Aires: Edições del Signo, 2010.

SILVA, Eloenes Lima (2015): *Intervenções artísticas em espaços públicos e pedagogias da cidade: possibilidade de pesquisa*. 37ª Reunião Nacional da ANPEd, UFSC – Florianópolis, 2015.

SMITH, Linda Tuhiwai. *A descolonizar las metodologías*. Investigación y pueblos indígenas. Chile: Lom Ediciones, 2016.

Entre sucesso e fracasso, o caminho traçado pelos movimentos de mobilização social é a parte mais importante: uma análise teórica sobre a dinâmica da campanha “Frente em defesa da EBC e da Comunicação Pública”

Between success and failure, the path traced by social mobilization movements is the most important part: a theoretical analysis on the dynamics of the campaign "Front in defense of EBC and Public Communication"

*Luiz Felipe Novais Falcão ⁷⁴
Iluska Maria Silva Coutinho⁷⁵*

Resumo: A proposta neste trabalho é entender a dinâmica de funcionamento e a relação estabelecida entre público e o movimento de mobilização em favor da TV Brasil, da Empresa Brasil de Comunicação. A partir da revisão bibliográfica dos conceitos de mediação, fluxo e mobilização social (levando em consideração os estudos da recepção voltados para as relações culturais) procuramos entender quais as negociações de sentido e ainda em quais deslocamentos essa narrativa em construção transita.

Palavras Chave: Comunicação Pública, Mobilização Social, EBC.

Abstract: The purpose of this work is to understand the dynamics of the operation and the relationship established between the public and the mobilization movement in favor of TV Brasil, of Empresa Brasil de Comunicação. From the bibliographical review of the concepts of mediation, flow and social mobilization (taking into account reception studies geared towards cultural relations), we try to understand which negotiations of meaning and still in what displacements this narrative under construction transits.

Key words: Public Communication, Social Mobilization, EBC.

Qual a nossa relação com a TV e com a realidade proposta por ela?

Os estudos sobre televisão ganharam força a partir da década de 70. Análises voltadas para a cultura televisiva começaram a ser desenvolvidas no campo da Sociologia, dos Estudos Culturais e principalmente no que diz respeito às culturas de massa. Muitos desses estudos, inclusive empíricos, alavancaram a compreensão sobre a TV em alguns aspectos vista como tecnologia e em outros como forma cultural. Neste ambiente, floresce a pesquisa de Raymond Willians (2016) que começa a observar a tecnologia e sua interferência, enquanto ferramenta, na produção audiovisual que caracteriza a televisão. Ele foi um dos primeiros a buscar entender o fluxo televisivo⁷⁶ e coloca-lo como elemento central nessa discussão. Para o autor a crítica de televisão feita até então, por melhor que fosse, era irregular por existir “uma persistência convencional nos modelos antigos. Os críticos escolhem esta peça ou aquela atração, o programa de debates ou aquele documentário”. (Willians, 2016, p.104)

⁷⁴ Luiz Felipe Novais Falcão. UFJF, mestrando, Brasil, luizfelipefalcao@gmail.com

⁷⁵ Iluska Maria Silva Coutinho. UFJF, doutora, Brasil, iluskac@globob.com

⁷⁶ O livro do autor data de 1974, entretanto utilizamos para este trabalho uma versão traduzida para o português que é de 2016.

Willians começou a tratar a televisão, quanto à recepção, de forma não fragmentada. A visão a partir dele é a de um contínuo complexo de emissões que estabelece relações em diversos níveis com quem se submete a este fluxo.

Embora coisas uteis possam ser ditas sobre as unidades separadas (ainda que sempre com a exclusão consciente dos comerciais que interrompem pelo menos metade delas), dificilmente algo é dito sobre a experiência característica da própria sequência do fluxo. (...) embora as unidades possam ser variadas, a experiência televisiva as unificou de uma forma importante.” (Willians, 2016, p. 105).

Ao falar sobre radiodifusão Raymond Willians explica o porquê do apelo desse meio que conseguiu unir num único aspecto vários segmentos especializados para públicos específicos: fotografia, imprensa, filme, telegrama e telefonia. A radiodifusão torna-se para ele uma instituição social marcada pela tecnologia. As narrativas forjadas a partir das condições tecnológicas são capazes de mediar as relações sociais; quando observada de perto a radiodifusão.

O autor direciona o foco para além das discussões puramente técnicas do produzir TV e abre caminho para estudos como o de Jésus Martin-Barbero. O pesquisador latino americano ao analisar os efeitos das discussões sobre a radiodifusão entende que a tecnologia é secundária diante do que o uso, pela sociedade, faz com o meio televisivo.

Ao recusar-se a entender o público como um agente passivo na recepção das emissões televisivas, o autor abarca as contradições, os conflitos, o meio em que cada pessoa está inserida para compreender como se dá a interação de cada indivíduo com a TV. Ele dialoga com Daniel Dayan que determina que “os públicos constituem-se precisamente pela capacidade de assumir posições” (Dayan, 2006, p.31).

A relação de troca que se estabelece, na perspectiva de Barbero, no contato entre o uso da tecnologia e a interpretação que cada um faz dessa realidade televisiva, em contraponto com a sua própria realidade, está no cerne da discussão das mediações.

Por isso, em vez de fazer a pesquisa partir da análise das lógicas de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento, propomos partir das mediações, isto é, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão. (Barbero, 2008, p.292)

O escritor François Jost, da mesma maneira, enxerga a televisão. Para ele a reflexão precisa, “antes de tudo, levar em conta seus contextos e o lugar particular ocupado pelo telespectador, é adotar o que hoje se chama uma abordagem pragmática” (Jost, 2007, p.45).

Ele vai além ao determinar que a TV assume papel central na rotina do público ao interferir na noção de realidade e também na temporalidade. A dissociação dos elementos que formam o audiovisual televisivo é equivocada no momento em que se busca entendê-lo. Esses elementos, na verdade, se completam e não podem ser analisados individualmente.

Como seus programas são feitos de imagens, de sons e de palavras, acredita-se, às vezes, que é suficiente estudar sucessivamente cada um desses materiais ou desses canais para analisá-los. Se esse método demonstrou eficiência durante um tempo para o cinema, não parece nada adequado, em contrapartida para a compreensão de uma mídia cuja característica essencial não é tanto a produção de obras, mas a articulação cotidiana da efemeridade de um fluxo na regularidade do tempo social. (Jost, 2007, p. 26).

François Jost (2007, p.145) estabelece mais à frente outro aspecto fundamental para compreender a relação entre o público e a TV: a necessidade de encarar o que amarra a programação da televisão dentro dos fluxos. A preparação do telespectador para o conteúdo com o qual ele vai ter contato. São as promessas de gênero.

O autor explica que um novo programa não deve ser visto como emissão isolada. Nesse ponto há um diálogo com o que coloca Willians ao falar da noção de fluxo. Há que se levar em conta o que a emissora pretende ao apresentar a novidade ao público. A inserção dos programas em gêneros existentes ou recém-criados não é automática e nem tampouco natural: essa mediação acontece por uma rotulação.

Quando falamos de emissoras públicas as promessas precisam passar pelo entendimento do que é tarefa, no caso do Brasil, de uma TV pública constitucionalmente prevista. A TV Pública brasileira tenta se estabelecer depois de décadas da hegemonia das emissoras comerciais que acabaram por ditar linguagens, padrões e formatos televisivos.

Nesse sentido as emissoras de campo público surgem como uma alternativa a essa produção comercial já que possuíam, em tese, autonomia editorial, independência política e financeira, apesar da insegurança jurídica causada pela ausência de leis complementares a regulamentar a constituição no que refere-se à mídia Pública. Além disso, por não visar lucro, as emissoras públicas possuem um papel de complementariedade em relação ao conteúdo comumente produzido pelas emissoras comerciais, o que lhe permitiria inclusive uma maior liberdade nos formatos e nos temas a serem trabalhados (Coutinho, Falcão e Teixeira, 2017. p.2).

Dessa forma a Tv pública é encarada como o ambiente propício à pluralidade de representações políticas, às diversidades cultural, sexual e religiosa. Lugar para testes de novos formatos, elaboração de linguagens alternativas, espaço para a discussão sem qualquer tipo de limitação de pensamento e campo para a representação da sociedade civil organizada. No Brasil, a TV pública criada em 2007, ao longo de dez anos caminhava nessa perspectiva. Entre erros e acertos seguia o caminho da comunicação pública menos sujeita às amarras do executivo ou das pressões comerciais até as transformações políticas do país que levaram ao impedimento da presidente Dilma Rousseff, em 2017.

A campanha prol da Empresa Brasil de Comunicação: “Frente em defesa da EBC e da Comunicação Pública”

Diante das denúncias e escândalos políticos desencadeados pela operação Lava-Jato o que se esperava de uma emissora pública era o amplo debate de todas as circunstâncias capazes de gerar decisões judiciais, escutas telefônicas, conduções coercitivas e ainda o das posturas adotadas por cada uma das instâncias de poder. Era essa a diretriz seguida pela TV Brasil no período que antecedeu o afastamento provisório da presidente.

Mas ao observar as ações adotadas pela equipe de Michel Temer, tão logo assumiu o Governo do Brasil, é possível dizer que este comportamento da mídia pública teria causado desconforto entre Temer e seus apoiadores no que diz respeito à repercussão do que as narrativas da TV pública produziam. Ainda no primeiro semestre de 2016 adotou medidas que ameaçaram a comunicação pública. A primeira delas foi afastar o presidente da Empresa Brasil de Comunicação.

Ricardo Mello, enquanto presidente da EBC foi afastado do cargo em 17 de maio de 2016. Foi substituído ilegalmente por Laerte Rímoli e, dias depois voltou à presidência por decisão judicial. O que durou pouco porque logo foi afastado novamente. Desta vez por Medida Provisória, a MP 744\2016, uma das primeiras medidas de Michel Temer no poder. A MP além de abrir brecha para que a escolha do presidente da Empresa Brasileira de Comunicação esteja sob o controle do executivo dissolveu o conselho curador que garantia busca pela pluralidade e a diversidade na emissora (Coutinho, Falcão, Teixeira, 2017, p.9).

Diante deste contexto surge a campanha “Frente em defesa da EBC e da Comunicação Pública” nas mídias sociais digitais. Um canal no Youtube e uma página na rede Facebook foram criados. Nessas plataformas foram disponibilizados vídeos de diversas pessoas ligadas à cultura, à política, aos movimentos sociais, pesquisadores da comunicação e ainda foram postados materiais audiovisuais que explicavam e reafirmavam as promessas de gênero que mantinham o caráter público da TV Brasil. A iniciativa “busca assegurar apoiadores da causa, mobilizar cidadãos capazes de defender um modelo de TV distinto da lógica e da influência do poder financeiro, ou ainda da lógica política e estatal” (Falcão, Coutinho, 2016, p.3).

A partir da criação da campanha buscamos evidenciar neste trabalho os mecanismos de atuação dos cidadãos que participam deste processo na tentativa de mudar a realidade. É importante pontuar que cada um dos telespectadores das emissoras públicas é um potencial cidadão a se vincular aos movimentos de mobilização social. A televisão, como acredita Willians, em função da centralidade que assumiu ao longo das últimas décadas na rotina de boa parte dos habitantes do Brasil por si só já é capaz de disparar alguns dos dispositivos de um processo mobilizatórios. (Willians, 2016, p.83)

Os processos de mobilização de acordo com o que estabelecem Toro e Werneck (2004) surgem a partir de “imaginários” comuns. Eles proporcionam a criação do vínculo com as causas a serem defendidas. Na campanha, objeto de nosso estudo, o imaginário pode ser identificado nas promessas de gênero presentes na exibição do material audiovisual produzido pelos colaboradores e que alimentam as plataformas digitais. São promessas de defesa do papel das emissoras públicas e do desejo de pluralismo por ela anunciado que permitem a articulação entre indivíduos.

Como falamos de interpretações e sentidos também compartilhados, reconhecemos a mobilização social como um ato de comunicação. A mobilização não se confunde com propaganda ou divulgação, mas exige ações de comunicação no sentido amplo, enquanto processo e compartilhamento de discurso, visões e informações. (Toro e Werneck, 2004, p.14).

E, claro, a vontade de que a comunicação pública se efetive parte do princípio de que o cidadão consciente defende a coletividade. Ele avança no processo de mobilização quando inicia o compartilhamento do imaginário, quando trabalha a informação recebida, interpreta a realidade e dialoga inclusive com imaginários divergentes do seu.

Realizar o ato de apreensão não basta para se tornar membro de um público. É preciso que a isso se associe o da interpretação. Através desse segundo ato, o sujeito torna-se capaz de enunciar o interpretante escolhido, argumentar sobre ele, descrever a sua própria compreensão do discurso. (Esquenazi, 2006, p.92)

Tal processo interpretativo e de reelaboração de sentidos produzidos a partir de estímulos informativos é parte de um processo de construção de identidade. Os interesses convergentes podem suscitar mobilização num mecanismo descrito por Cabral Filho:

“A articulação entre pessoas, grupos e organizações pode leva-los a protagonizar processos de construção de identidade e de produção de sentido em conformidade com suas reivindicações – pela utilização dos recursos e procedimentos disponíveis ou a serem viabilizados” (Cabral Filho, 2008, p. 237).

O autor percebe a comunicação como parte essencial para essa construção de identidades e para a produção de sentido nas relações cotidianas. Defende, portanto a adesão a movimentos como o que estudamos e o estímulo ao diálogo. Para ele a falta de informação é fator de impedimento ao engajamento de movimentos sociais na luta pela comunicação pública.

Trazendo a discussão para o ambiente das mídias digitais e entendendo que a produção de conteúdo audiovisual se orienta na direção da divulgação de um imaginário comum, podemos seguir o raciocínio de Cabral filho quando ele aponta para a acessibilidade aos meios de produção e circulação do audiovisual. Em tempos de internet e redes sociais o ambiente digital se configuraria como um lugar importante para o trabalho de mobilização.

A redução dos preços de equipamentos para a produção audiovisual, tornando-os acessíveis a novos movimentos e organizações diversas, permitiu que esses elaborassem narrativas midiáticas próprias no contexto da radiodifusão (Cabral Filho, 2008, p.236).

Assim é possível compreender o porquê da adoção das mídias sociais para a efetivação do propósito da campanha de mobilizar cada vez mais cidadãos em defesa da EBC. Ela segue uma perspectiva de super conexão que não podemos ignorar. Retomamos aqui o pensamento de Barbero que ao lado de outro pesquisador, German Rey, traça uma nova configuração do ambiente público.

A mediação estratégica introduzida pelo fluxo televisivo remete, acima da experiência estética, aos novos “modos de estar junto” na cidade, às associabilidades cotidianas que o caos urbano suscita, uma vez que, ao mesmo tempo que desagrega a experiência coletiva, impossibilitando o encontro e dissolvendo o indivíduo no mais opaco dos anonimatos, introduz uma nova comunidade: a das redes e dos circuitos, a dos conectados. (Barbero e Rey, 2001, p.36 e 37).

A relação que se estabelece entre tecnologia e circulação de informações capazes de gerar mobilização social precisa ser vista como algo instrumental. Não é ela efetivamente que coloca as pessoas estimuladas a adotarem ações de qualquer natureza. O que leva a elaboração de pensamento e ações é a promessa daquilo que desenha o imaginário de um grupo.

O pesquisador norte americano Clay Shirky (2008) defende que essa promessa é o que leva alguém ao ingresso em grupos sociais ou mesmo colaborar com ele. A ferramenta trazida pelas redes sociais é meio para atingir os fins desejados. Ele estabelece ainda o firmamento de um acordo para o trânsito dessas informações. O autor lembra que a interação entre promessa, ferramenta e acordo não pode ser estabelecida como algo inflexível. As interações entre os três componentes são complexas e os resultados dessa relação não são previsíveis na sua totalidade.

As ferramentas sociais não criam ação coletiva – apenas removem os obstáculos. Esses obstáculos, contudo, eram tão consideráveis e onipresentes que, a medida que vêm sendo removidos, o mundo tem se tornado um lugar diferente. É por isso que muitas das mudanças significativas se baseiam não nos lançamentos mais recentes e sofisticados da tecnologia, mas em ferramentas simples e fáceis de usar como e-mail, os celulares e os sites de internet, porque essas são ferramentas a que a maior parte das pessoas tem acesso e, sobretudo, que podem ser usadas na vida cotidiana sem dificuldades. A revolução não acontece quando a sociedade adota novas tecnologias – acontece quando a sociedade adota novos comportamentos (Shirky, 2008. p.137.).

A associação em redes tem caráter um pouco distinto quanto à circulação das informações. A interatividade e o imaginário presente na anunciação das promessas, previstos pelo autor, determinam a replicabilidade das informações e os níveis de mobilização. Shirky apresenta o conceito das redes contemporâneas com que trabalha e como se dá a dinâmica delas no universo web.

Ao descrever as redes de “mundos pequenos” o autor classifica a eficiência das redes digitais e apresenta um estudo de 1998 de Duncan Watts e Steve Strogatz. Na publicação é estabelecida a eficiência das redes baseadas em características de circulação entre grupos pequenos e densamente conectados. As grandes redes se estabelecem a partir de conexões com as redes de mundo pequeno. Tais conexões dão destaque aquelas pessoas que fazem a ponte entre cada um dos mundos pequenos. Seriam as pessoas muito conectadas individualmente, mas com capacidade de influenciar outras. Dentro dessa lógica o autor estabelece a dificuldade de fazer circular a informação dependendo do interesse que ela desperta e assim começaria a acontecer a filtragem pela lógica de funcionamento das redes.

Redes de mundo pequeno operam tanto como amplificadores quanto como filtros de informação. A informação no sistema é passada adiante por amigos de amigos (ou pelo menos contatos de contatos), então as pessoas tendem a obter informação que é de interesse também de seis amigos. Quanto mais amigos seus se importarem com determinada informação – sejam mexericos, vagas de emprego ou uma nova música que eles gostem -, mais provável que você também ouça falar dela. O contrário também é verdadeiro: coisas que não despertam interesse em nenhum dos seus amigos ou nos amigos deles provavelmente não vão chegar a você. (Shirky, 2008. p 187,188).

Essa capacidade de aproximação ou distanciamento descrita pode ter relação direta no sucesso ou insucesso da campanha em prol da EBC. Os níveis de envolvimento, o quantitativo de compartilhamentos, os diálogos estabelecidos a partir do imaginário que mobiliza cada um dos telespectadores cidadãos estão diretamente ligados à circulação da informação nas redes.

Circuitos de mediação

Diante do arcabouço teórico que sustenta a elaboração de uma campanha de mobilização por meio das redes sociais fica claro que as interações entre os telespectadores, de onde sai a parcela que se configura enquanto público participativo e o cidadão mobilizado não podem estar descoladas das narrativas e promessas de gênero das emissões das emissoras públicas. Elas fazem parte da anunciação daquilo que se configura enquanto contraponto às emissoras de cunho institucional e também cunho comercial. A TV apresenta o televisivo, não o real. Alguns traços de gênero proporcionam relações distintas com o mundo e o telespectador teria acesso a esses planos de realidade em níveis diferentes. Ao falar dos sentidos identitários, Suzana Kilpp propõe que.

Para que eles possam ser comunicados, os mundos em que elas (ethicidades) têm existência e agem resultam em imaginários que são minimamente compartilhados com os criam realidades de outros mundos imaginários (Kilpp, 2010, p.16).

Ela conceitua o mundo televisivo a partir de três eixos conceituais: o das ethicidades (subjetividade), que nada mais são que molduras e sentidos negociados entre emissor e receptor; o universo das molduras (quadros ou territórios de significação), moldurações (procedimento técnico que realiza as montagens no interior das molduras) e emolduramentos (agenciamentos de sentido) e, por fim o do imaginário, que caminha na mesma direção dos imaginários propostos por Toro e Werneck. É o imaginário que permite a comunicação dos sentidos.

As anuncieções se fazem numa relação de molduras sobrepostas com remissão de umas as outras - incluídas aí as que o espectador sobrepõe -, conferindo aos sentidos uma outra razoabilidade, em outros quadros de experiência, em que os sólidos tradicionais são liquefeitos e os restos tradicionais ganham outro sentido (Kilpp, 2010, p.21).

Esses eixos dialogam com o que sugere Barbero enquanto circuito de mediações.

Por isso, em vez de fazer a pesquisa partir da análise das lógicas de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento, propomos partir das mediações, isto é, dos lugares dús quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão. (Barbero, 2008, p.292)

O autor prevê inicialmente um eixo horizontal em que estão as matrizes culturais, a comunicação, cultura e política e, na sequência os formatos industriais. No eixo vertical, também passando pela comunicação, a cultura e a política estariam a lógica de produção e as competências de recepção. Nos vetores formados por estes dois eixos destacaríamos em sentido horário as questões de tecnicidade, ritualidade, sociabilidade e institucionalidade.

O circuito permite distribuir os elementos de cada processo de comunicação e os deslocamentos que cada um deles pode assumir diante da dinâmica das relações sociais, da interatividade e da cultura estabelecida em cada público pesquisado. No universo proposto pela campanha em pro da EBC o circuito nos serve de base para verificar as relações existentes entre os mais diversos atores da mobilização e as conexões estabelecidas por cada uma dessas pessoas pra efetivar a comunicação no ambiente das redes digitais.

Conclusão

A partir das relações estabelecidas entre o público e a TV é possível perceber que as experiências dos telespectadores faz diferença na forma de perceber as emissões televisivas. Ao se expõe ao fluxo e vivenciar a anunciação das promessas de gênero, ele também se torna capaz de elaborar um repertório que permite a compreensão do universo televisivo. É a competência de recepção definida por Barbero.

No processo político de denúncias de corrupção em que o Brasil mergulhou esta competência permitiu que parte do público consciente mirasse em estratégias combativas de transformação e defesa de um modelo de comunicação pública. Os cidadãos vislumbravam matrizes culturais que precisariam ser mantidas e pra isso deveriam adotar medidas de adesão por meio de imaginário comum. Ao se deslocar das competências de recepção no sentido às matrizes culturais, a mediação perpassa a sociabilidade que nada mais é do que toda a logística de mobilização social acionada a partir das redes do universo digital.

Entre as formas de comportamento vivenciadas nas matrizes culturais e descritas pelas molduras e estabelecidas no processo de construção de identidades e a lógica de produção das emissoras públicas percebemos mais uma mediação, a da institucionalidade. É ela o foco principal da campanha. A mediação para transformar um universo de discurso televisivo que vem assumindo novas configurações é a porção final no processo de busca pela efetivação de um canal público no sentido mais fiel ao que está inscrito na constituição.

O circuito permite entender quais são os elementos em disputa desde as emissões televisivas, sua compreensão e domínio da linguagem, a elaboração de raciocínio sobre a sociedade a partir dos emolduramentos criados em cada programa e na interação de todos eles no fluxo televisivo até a busca por modificar a lógica de produção.

A mudança vem a partir de mobilizações sociais que interferem na mediação da sociabilidade e altera as matrizes culturais. Essas matrizes se reconfiguram e por sua vez determinam o grau de institucionalidade que os atores no processo desejam e podem alcançar mediante as negociações de sentido estabelecidas ao longo de todo processo. Uma vez reconfigurada, as lógicas de produção se alteram e novos interesses podem surgir, outros processos se estabelecer num fluxo dinâmico que pode tomar outros rumos no circuito.

Por hora, para este estudo, o importante é perceber o diálogo entre os estudos de pesquisadores distintos que entendem a televisão como uma ferramenta orgânica no interior da sociedade em que se relacionam. Autores que permitem questionamentos na lógica de produção e nas narrativas estabelecidas na sociedade sem desconsiderar suas interferências e desvios diante da participação do público. Entender os mecanismos de interação e a efetividade da mobilização na sua forma mais ampla, sem desconsiderar a dinâmica das emissões televisivas, o comportamento do público, as possibilidades da tecnologia digital são formas de compreensão mais importantes que lidar com a frieza de levantamentos quantitativos e se contentar com um resultado categórico e dual entre o sim e o não, entre o fracasso e o sucesso em respostas que não levam em conta a complexidade das relações de troca entre produtores e receptores de informações e narrativas audiovisuais.

Referencias Bibliográficas

CABRAL, Adilson. As políticas públicas de comunicação em busca de novos sujeitos históricos. In COUTINHO, Eduardo Granja (org.). Comunicação e contra hegemonia: processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2008.

COUTINHO, Iluska. FALCÃO, Luiz Felipe. TEIXEIRA, Gustavo. Audiovisual e a regulação por fazer: políticas públicas de comunicação no Governo Dilma. XII Conferencia Brasileira de Mídia Cidadã, Juiz de Fora, 2017.

DAYAN, Daniel. Televisão, o quase-público. ABRANTES, JC & DAYAN, D. Televisão: das Audiências aos Públicos. Lisboa: Livros Horizonte, p.29-49, 2006.

ESQUENAZI, JEAN-PIERRE. PERCEPÇÃO, INTERPRETAÇÃO, APROPRIAÇÃO. Televisão: das audiências aos públicos, v. 21, p. 85, 2006.

FALCÃO, Luiz Felipe, COUTINHO, Iluska. Narrativas e Mobilização Social na campanha Frente em Defesa da EBC e da Comunicação Pública. VI Encontro Nacional Uleppic, Brasília, 2016.

JOST, François. Compreender a televisão. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, François. Compreender a televisão. Porto Alegre: Sulina, p. 93-109, 2007.

KILPP, Suzana. A traição das imagens: espelhos, câmeras e imagens especulares em reality shows. Porto Alegre: Entremeios, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. Senac, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. In: Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Editora UFRJ, 2008.

SHIRKY, Clay. Lá vem todo mundo. O poder de organizar. Zahar. Rio de Janeiro, 2012.

TORO, Jose Bernardo & WERNECK, Nísia Maria Duarte. Mobilização Social: Um modo de construir a democracia e a participação. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

WILLIAMS, Raymond. Televisão: tecnologia e forma cultural. Boitempo Editorial, 2017.

La cultura de paz, una propuesta de promoción y apropiación social: Cátedra Educación y Medios para la Paz.

The culture of peace, a proposal for social promotion and appropriation: Chair Education and Media for Peace.

*Gisella Palmett Garay*⁷⁷
*Martha C. Romero Moreno*⁷⁸

Resumen: El texto referencia el proceso y los resultados de la cátedra Educación y Medios para la paz, se propone a la cultura de paz como una propuesta de promoción y apropiación social del conocimiento. Este proyecto aporta al proceso actual de post-acuerdo que atraviesa Colombia, y destaca la construcción de la paz como una realidad social que es estimulada por la participación, la construcción de ciudadanía, tejido social y uso de medios comunitarios desde un diálogo de reflexión que potencialmente transforma los espacios en conflicto y genera un ambiente de paz y poder de la palabra. La metodología del estudio propone una investigación aplicada con un diseño cualitativo, un tipo de investigación IAP enfocada en producción de mediaciones para la paz. En los resultados se organizaron módulos con temáticas relacionadas a la construcción de cultura de paz a través de las mediaciones y la producción gráfica y de contenido de la plataforma virtual.

Palabras Clave: cultura de paz, medios comunitarios, educación.

Abstract: The text refers to the process and results of the Chair Education and Media for Peace, is proposed to the culture of peace as a proposal for the promotion and social appropriation of knowledge. This project contributes to the current post-agreement process that Colombia is going through, and highlights the construction of peace as a social reality that is stimulated by participation, the construction of citizenship, social fabric and the use of community media from a reflection dialogue that it potentially transforms the spaces in conflict and generates an atmosphere of peace and power of the word. The methodology of the study proposes an applied research with a qualitative design, a type of IAP research focused on the production of mediations for peace. In the results, modules were organized with themes related to the construction of a culture of peace through mediations and the graphic and content production of the virtual platform.

Key words: culture of peace, community media, education.

Tema central

Colombia, un país que enfrentó un conflicto armado que tomó más de cincuenta años de la historia de esta nación, hoy trabaja por conseguir y sostener una cultura de paz y reconciliación, en medio de la complejidad que implica a la violencia como una herramienta para resolver conflictos y disputas, siendo obstáculo para la convivencia pacífica de sus habitantes. Conscientes de la problemática social, económica y política por la cual transita la región y el país a razón del conflicto armado y otras dinámicas desfavorables para su desarrollo, se ha visto la necesidad de desarrollar iniciativas que propendan por la paz o su construcción a través de la formación y capacitación de población vulnerable o en riesgo.

⁷⁷ Gisella Palmett Garay. Joven Investigador adscrito al grupo de Investigación Área de Broca: Medios, Lenguaje y Sociedad- Programa de Dirección y producción de Radio y Televisión Universidad Autónoma del Caribe, Profesional en Dirección y producción de Radio y Televisión, Colombia, gisellapalmett@gmail.com.

⁷⁸ Martha C. Romero Moreno, Docente adscrita al grupo de Investigación Área de Broca: Medios, Lenguaje y Sociedad- Programa de Dirección y producción de Radio y Televisión Universidad Autónoma del Caribe. Magister en Comunicación, Colombia, Martha.Romero17@uac.edu.co.

Por ello, el Programa de Dirección y Producción de Radio y Televisión de la Universidad Autónoma del Caribe crea en el año 2013 el proyecto Educación y Medios para Paz – EMPaz, proyecto de extensión social articulado a sus ejes misionales de docencia e investigación. El proyecto EMPaz acoge la filosofía de la UNESCO en cuanto al fomento de una cultura de paz y de la educación que propenda por el desarrollo global y el bienestar de los pueblos en proceso de desarrollo. De igual forma, el uso de los medios de comunicación e información y las nuevas tecnologías son herramientas fundamentales para las prácticas pedagógicas, propiciando competencias en los estudiantes para acercarlos a las dinámicas de la sociedad contemporánea.

Objetivo

Generar un espacio de reflexión, enseñanza y aprendizaje a través de la apropiación social de conocimiento con el propósito de abordar temáticas relacionadas con la promoción de los derechos humanos y la construcción de la democracia y la convivencia pacífica, la comunicación para el desarrollo, medios de comunicación y ciudadanía, educomunicación, como un aporte a la construcción de cultura de paz.

Discusión teórica.

El constructo teórico del estudio se aborda a partir de una construcción del concepto de ciudadanía y comunicación mencionado por Clemencia Rodríguez, (2008). Donde expone varios casos, que en medio de un contexto de conflicto armado resaltan experiencias y conocimientos acumulados sobre medios comunitarios y participación activa de la ciudadanía en estos. Lo que le vamos quitando a la guerra (2008), muestra la comprensión que Colombia ha tenido frente a la inclusión de medios ciudadanos como alternativas para la construcción de tejido social y de una nueva mirada hacia el futuro de la nación. Se describen los procesos vividos por algunas poblaciones del Caribe colombiano como los montes de maría, Magdalena medio y piedemonte amazónico dando una amplia visión de extensión en cuanto a territorialidad y aplicación de otras formas de comunicar.

Desde la comunicación, un medio ciudadano es catalizador de procesos de apropiación simbólica, procesos de re-codificación del entorno, de re-codificación del propio ser, es decir, procesos de constitución de identidades fuertemente arraigadas en lo local, desde donde proponer visiones de futuro. El medio ciudadano le abre un espacio comunicativo al individuo; es decir, el medio ciudadano le ofrece la posibilidad al individuo para que comience a manipular lenguajes, signos, códigos, y poco a poco aprenda a nombrar el mundo en sus propios términos. Esta apropiación de lo simbólico es elemento fundamental para dar paso a la transformación de individuos en ciudadanos (Rodríguez 2001).

De lo ocurrido en Montes de María, la anterior definición converge al ser ejemplo de la transformación social mencionada. Donde un colectivo de comunicaciones nace como respuesta a la unión de un grupo de personas con un nivel de educación mayor al de la población común, en su mayoría profesores. Que a través de la creación de un medio alternativo brindó la oportunidad a nuevos integrantes, capacitó y comenzó a producir contenido propio para emisión dentro del mismo perímetro de los montes de maría. Y que, por coincidencia, dicho nacimiento del colectivo se topa con la época de violencia que atravesaba la zona.

Cuando una comunidad, un colectivo, o un individuo se apropian de una tecnología como la radio, el video, la televisión, o la fotografía, lo que están haciendo es apropiarse de formas de producir signos, códigos, imágenes y sonidos para contar su realidad en sus propios términos p.13

En consonancia con lo anterior, hacer visibles los procesos propios a través de los medios ciudadanos proporcionan a estos, educación, herramientas y poder. Puesto que, al encontrar un espejo de identidad en otros, se activa la relación entre la consciencia de derechos y la formación de identidades colectivas. Rodríguez (2008) afirma:

Los medios ciudadanos tienen la capacidad de transformar eventos y procesos privados en eventos públicos, que circulan en la esfera de lo público, y es en esa instancia que estos medios pueden fortalecer la confianza de los y las ciudadano/as en el estado de derecho y en las instituciones democráticas. (p.14)

Este estado de derecho que es el deber ser, da vestigios de desarrollo en Colombia alrededor de 1995, cuando el gobierno de Ernesto Samper aprobó el decreto 1447 asignando licencias de radiodifusión comunitaria, y posteriormente el de Andrés Pastrana en 1999 que aprobó el acuerdo 006, que legitima la entrega de licencias de televisión comunitaria.

Aunque no son momentos fáciles los que se describen en las experiencias narradas a través de los medios comunitarios, y en las posteriores investigaciones que divulgan estos procesos; dichos medios comunicativos, sirven como espacios de reflexión para niños, jóvenes y adultos como una alternativa para fomentar convivencia y crear una cultura de paz en la que se apela a la interacción con los demás y a contar o narrar historias que permiten mirar al futuro, como tiene en cuenta (Martín Barbero, 2002). En este mismo sentido, la construcción de paz y resolución de Conflictos nos permite abordar el concepto de mediación definido por Fisas (como se citó en Pérez Saucedo, 2015) como:

Un proceso que activa la participación de las personas para solución de sus conflictos; invita a la búsqueda de soluciones. Es una forma de ampliar el sistema de relaciones sociales, es una cultura de compromiso y de diálogo, un actuar ético en la medida que es un ejercicio de respeto, de empatía, de confianza, de solidaridad. (p.209)

Asimismo, Robert Bush y Joseph Folger enmarcan la mediación en historias de transformación, donde la mediación es el desarrollo potencial del cambio que tienen las personas, a medida que descubren y mejoran sus habilidades. Pérez Saucedo (2015) en su escrito recopila los diferentes efectos y vistas que se generan en las mediaciones: La revalorización, como devolución del valor propio a los individuos afectados y el reconocimiento, como la aceptación y empatía que se tiene con otros en la misma situación y con otros con problemas ajenos. También menciona a Norberto Bobbio (1987) quien dividió la paz en: Paz interna, ausencia de un conflicto interno y Paz externa, lucha entre individuos o grupos contrarios. Y la teoría de conflictos de Johan Galtung que concibe a la paz desde dos lados, paz positiva (no violencia) y paz negativa (no guerra).

Desarrollar una cultura de paz requiere también de dinamismo y participación activa para promover el diálogo y la solución de conflictos en un espacio de cooperación mutua. Por ello, el 6 de octubre de 1999, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprueba la resolución 53/243 “Declaración y Programa de Acción sobre una Cultura de Paz” donde se incluyen medidas de promoción y se fundamenta a la educación como pilar fundamental para consolidación de esta cultura. “La educación a todos los niveles es uno de los medios fundamentales para edificar una cultura de paz. En ese contexto, es de particular importancia la educación en la esfera de los derechos humanos” (p.4). Además, se detalla el programa de acción a llevar sobre una cultura de paz.

La constitución política colombiana (1991) también resalta la relación de la paz y la educación en el Artículo 22. “La paz es un derecho y un deber de obligatorio cumplimiento” y posterior en el Artículo 67 dicta que “La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente”. En esta misma línea existen otras leyes que apoyan la cultura de paz:

- Ley No.1732 del 1 de septiembre de 2014, Parágrafo 1°. En observancia del principio de autonomía universitaria, cada institución de educación superior desarrollará la Cátedra de la Paz, en concordancia con sus programas académicos y su modelo educativo. Parágrafo 2°. La Cátedra de la Paz tendrá como objetivo crear y consolidar un espacio para el aprendizaje, la reflexión y el diálogo sobre la cultura de la paz y el desarrollo sostenible que contribuya al bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

- Decreto 1038 de 25 de mayo de 2015, Artículo 2, a) Cultura de la paz: se entiende como el sentido y vivencia de los valores ciudadanos, los Derechos Humanos, el Derecho Internacional Humanitario, la participación democrática, la prevención de la violencia y la resolución pacífica de los conflictos. b) Educación para la paz: se entiende como la apropiación de conocimientos y competencias ciudadanas para la convivencia pacífica, la participación democrática, la construcción de equidad, el respeto por la pluralidad, los Derechos Humanos y el Derecho Internacional Humanitario.

Desde la educación superior la función de educar a los estudiantes para la construcción de una cultura de paz, resolución de problemas y el desarrollo de un nuevo tejido social es fomentado desde el pensamiento crítico que esta debe promover e incentivar a través de la investigación y producción de todo tipo de piezas comunicativas que aporten al sostenimiento del entorno y del país. Es a través de las mediaciones que este trabajo le apuesta a la construcción de paz.

Los medios de comunicación alternativos son agentes de mediación en sí para una comunicación consciente, clara y directa que expresan las ideas y sentimientos de quienes están en la emisión del mensaje. Martín-Barbero (2009): “en Colombia es aún muy escasa la reflexión y la investigación sobre la relación constitutiva del derecho a la comunicación, en su más ancha complejidad, con el derecho a la participación del, y en, el conocimiento” (p. 19).

Es ese sentir tan buscado que solo buscando alternativas diferentes de comunicación lograremos expresar lo que queremos y generar mejores espacios de interacción. En este sentido, la comunicación para el cambio social es bienvenida, la cual se define como:

Proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos. Ésta se preocupa por la cultura y las tradiciones comunitarias, el respeto hacia el conocimiento local, el diálogo horizontal entre los expertos del desarrollo y los sujetos del desarrollo. (Gumucio, 2011, p. 32)

La comunicación en el contexto social es promotora principal del diálogo y debate, tiene como objetivo empoderar, generar interacción, brindar espacios del uso de la palabra a quienes se les ha sido negado habitualmente, es una comunicación para generar desarrollo, transformar las vivencias y espejos sociales de nuestras comunidades. Del Valle (2007) concede cinco características de la comunicación para el cambio social: "(1) participación comunitaria y apropiación, (2) lengua y pertenencia cultural, (3) generación y contenidos locales, (4) uso de tecnología apropiada, y (5) convergencia y redes" (p.123).

De manera semejante, y siempre de la mano de la comunicación para el cambio social debe ir la apropiación social del conocimiento, usar el conocimiento generado, socializarlo y con esto responder a los desafíos a los que se encuentra la construcción del tejido social mencionado por H. Granados, (2013) y de una verdadera cultura de paz, que se adapte a cambios rápidos y dinámicos que con prospectiva permitan a las comunidades mirar hacia el futuro. Por consiguiente, es importante resaltar que la investigación se apoya en estos conceptos para pensar y construir a través de las mediaciones procesos comunicativos que generen el cambio social.

Enfoque y/o metodología de abordaje.

El estudio propone una Investigación aplicada con un diseño cualitativo, un tipo de investigación IAP que se desarrolló mediante la identificación de la percepción inicial de los participantes de la red de escuelas a quienes se les ofreció un taller de alfabetización en producción de mediaciones para la paz para identificar la percepción que tenían de su contexto.

"Tenemos que convencernos de esta obviedad: una sociedad que venía y viene sufriendo alteraciones tan profundas y a veces hasta bruscas y en la cual las transformaciones tienden a activar cada vez más al pueblo necesita una reforma urgente y total en su proceso educativo, una reforma que alcance su propia organización y el propio trabajo educacional de las instituciones, sobrepasando los límites estrictamente pedagógicos. Necesita una educación para la decisión, para la responsabilidad social y política" (Freire, 1969, p. 97)

Por lo anterior, la "Cátedra Educación y Medios para la Paz" será digitalizada para ser llevada a una plataforma virtual que logrará ser una ventana de aprendizaje e instrucción para la red de escuelas que tienen participación en la cátedra y, así contribuir a la construcción a una cultura de paz y reconciliación. Rutkowski et al (Como se citó en Bocanegra García, JJ., González, R. A. & Olaya Bello, L., 2016) piensan que gracias a las TIC es posible encontrar nuevas formas de interacción y comunicación y de esta forma reducir las brechas culturales para prevenir y resolver conflictos.

La plataforma virtual le permitirá a los usuarios capacitarse a través del recorrido por diez módulos audiovisuales apoyados por textos y lecturas que tendrán varias temáticas relacionadas con contexto, convivencia y cultura de paz, comunicación participativa, medios y tecnologías de la información y comunicación, entre otros y que a final tendrá una evaluación sobre las temáticas vistas y una encuesta final de percepción.

Un ejemplo de cómo el uso de las Tecnologías de información y Comunicación han aportado a la construcción de paz y reconciliación se ve evidenciado en el proyecto desarrollado por medio de la Red de Territorios por la Paz con el apoyo de USAID y la OIM, quienes diseñaron el curso virtual 'Entérese sobre el Proceso de Paz' el cual trabaja con la dinámica online y forma en temáticas de construcción de paz. Cancillería "Oficina del Alto Comisionado para la Paz" (2015).

Principales resultados, reflexiones y conclusiones.

Cómo resultado se organizaron diez módulos con las temáticas a trabajar, en proceso de diseño y producción se encuentra la parte gráfica de la plataforma y el contenido de cada módulo para luego ser alojado en la plataforma virtual de educación para la paz. A continuación, se relacionan los módulos a impartir:

Módulo 1: Introducción a la Cultura de Paz

Módulo 2: Historia y Contexto de la Paz

Módulo 3: Convivencia, cultura de paz y comunicación

Módulo 4: Ciudadanía Global y Comunicación Participativa

Módulo 5: Medios Comunitarios y Desarrollo local

Módulo 6: Género, comunicación y Paz

Módulo 7: Gestión y Apropiación social del conocimiento

Módulo 8: Medios y Tecnologías de la Información y Comunicación

Módulo 9: Eduentretenimiento y comunicación y educación para el desarrollo

Módulo 10: Promoción institucional y gestión pública

Se espera que las habilidades y competencias de los usuarios sean fortalecidas, y estos sean multiplicadores de la información y creadores de tejido social en la comunidad donde frecuentemente se desenvuelven. Además de convertirse en el activo principal de la sociedad que mediante sus individuos genera opciones diferentes y oportunidades para mejorar su calidad de vida.

Bibliografía

- Constitución Política de Colombia (1991) Recuperado de: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Documents/Constitucion-Politica-Colombia.pdf>
- Martín Barbero, Jesús. (2002) "Identities: Traditions and New Communities". Media, Culture and Society 24: 621-641.
- Barbero-Martín, J. (2009). Entre saberes desechables y saberes indispensables [Agenda de país desde la comunicación]. Doc. No. 9 – FES-C3 Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung.
- Bocanegra García, J. J., González, R. A. & Olaya Bello, L. (2016). Una estrategia para la apropiación de las TIC en la reconciliación de las víctimas del conflicto armado colombiano. TRILOGÍA. Ciencia, Tecnología y Sociedad, 8(13), 53-64
- Cancillería "Oficina del Alto Comisionado para la Paz" (2015). A través de un curso virtual gratuito, usted puede estar enterado sobre el Proceso de Paz colombiano. Recuperado de <http://www.cancilleria.gov.co/newsroom/news/traves-curso-virtual-gratuito-usted-puede-estar-enterado-sobre-proceso-paz-colombiano>
- Congreso de Colombia. (1 de septiembre de 2014) Ley N° 1732. Recuperado de: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/LEY%201732%20DEL%2001%20DE%20SEPTIEMBRE%20DE%202014.pdf>
- Del Valle, C. (2007). Comunicación Participativa: Aproximaciones desde América Latina. Redes. Com, 4, 113-130.
- Freire, P. (1969). La educación como práctica de la libertad. México, D.F.: Romont

- Gumucio-Dagron, A. (2011) Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. En: Pereira, J.& Cadavid, A. (2011) Comunicación, desarrollo y cambio social: Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana: Universidad Minuto de Dios: UNESCO. Pp. 19-36.

- H. Granados, J. Escobar. (2013). La prospectiva como alternativa para la construcción del tejido social. http://www.esumer.edu.co/ponencia_cuba23.html

- Naciones Unidas. (1999). 53/243 *“Declaración y Programa de Acción sobre una Cultura de Paz”*. Recuperado de: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/53/243>

- Pérez Saucedá, José Benito; (2015). Cultura de Paz y Resolución de Conflictos: La Importancia de la mediación en la construcción de un estado de Paz. Ra Ximhai, Enero-Junio, 109-131.

- Presidencia de Colombia, Diario Oficial No. 49522. (25 de mayo de 2015) Decreto 1038. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=61735>

- Rodríguez, Clemencia. (2001) *Fissures in the Mediascape. An International Study of Citizens’ Media*. Cresskill, NJ, Hampton Press.

- Rodríguez, C. (2008). Lo que le vamos quitando a la guerra: medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia. Bogotá: Centro de Competencia En Comunicación para América Latina Friedrich Ebert Stiftung.



Mídia Negra: uma análise das propostas editoriais da Revista Afirmativa e da Agência de Jornalismo Alma Preta

Black Media: An analysis of the editorial proposals of the Revista Afirmativa and the journalism agency Alma Preta

*Jonas de Jesus Pinheiro*⁷⁹

Resumo: Este artigo tem como proposta principal fazer uma análise dos editoriais da Revista Afirmativa e do portal de notícias Alma Preta, para compreender como estes veículos contribuem para a existência e a experiência de uma mídia negra no Brasil. No país, existe um histórico de Imprensa Negra motivada em seus “tempos” por diversos fatores, relacionados a determinados contextos históricos. Desta forma, esta análise tem por intuito entender o que motiva estes dois veículos, e apontar um horizonte teórico para compreender as características e o processo constitutivo da mídia negra.

Palavras Chave: Mídia Negra – Representação – Discurso

Abstract: This article has as main proposal to make an analysis of the editorials of the Revista Afirmativa and the news portal Alma Preta, to understand how these vehicles contribute to the existence and experience of a black media in Brazil. In the country, there is a history of the Black Press motivated in its "times" by several factors, related to certain historical contexts. Thus, this analysis is intended to understand what motivates these two vehicles, and to point out a theoretical horizon to understand the characteristics and the constitutive process of the black media.

Key words: Black Media, Representation, Speech

TEMA CENTRAL

Desde antes do que é considerado o surgimento oficial da Imprensa no Brasil (1808), a imprensa negra aparece presente como importante fator de resistência do povo negro. Tendo em vista que o processo de Abolição, em 1888, não acabou com o racismo, nem tão pouco com as desigualdades entre negros e brancos, ao longo da história do país aparecem diversas publicações que se caracterizam, ou se identificam, como imprensa/mídia negra.

A Revista Afirmativa e a agência de notícias Alma Preta tem em comum nas suas propostas editoriais esta identificação com a mídia negra. A Afirmativa, veículo do qual faço parte, surge em 2014 na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), em Cachoeira-BA, a Alma Preta surge em 2015, na Universidade Estadual Paulista (UNESP) em Bauru - SP. Ambas as propostas deixam claro sua missão de enfrentamento ao racismo e de contraposição aos veículos de imprensa tradicional, que não contemplariam as pautas e abordagens que a mídia negra se propõe.

Mas o que afinal, caracterizaria a mídia negra? Qual o espaço que ocuparia, e em que se diferencia da mídia convencional? Quais os processos que justificam e constituem a mídia negra atualmente? Estas são algumas questões que o presente trabalho busca levantar, tendo como objetivo propor caminhos para pensar e constituir um horizonte teórico dentro da comunicação no que diz respeito à mídia negra.

OBJETIVOS

Geral

Analisar as propostas editoriais dos produtos jornalísticos brasileiros Revista Afirmativa e Alma Preta, para compreender como estes veículos contribuem para a existência de uma mídia negra no país, bem como entender a constituição deste processo.

⁷⁹ Jonas Pinheiro. Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), Mestrando em Comunicação – Mídia e Formatos Narrativos, Brasil, jonaspinheiro09@gmail.com.

Específicos

- Contextualização do histórico da Imprensa Negra no Brasil.
- Análise dos editoriais da Revista Afirmativa e da Agência de Jornalismo Alma Preta.
- Reflexão teórica acerca das categorias de análise: representação, texto e discurso.

CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

Breve histórico da Imprensa Negra no Brasil

O primeiro jornal da imprensa negra no Brasil surge em 14 de Setembro 1833, na Tipografia Fluminense do jornalista Francisco Paula de Brito, Rio de Janeiro, capital do Império na época. O periódico durou cinco edições e circulou entre setembro e novembro do mesmo ano. Intitulado inicialmente como o “Homem de Côr”, a partir de sua terceira edição passou a ser chamado “O Mulato ou o Homem de Côr”. No entanto, bem antes disso, e até mesmo do considerado ano do surgimento da Imprensa no Brasil (1808), em Salvador 1798, pessoas negras utilizaram como catalisador para a Revolta dos Búzios, boletins manuscritos colados em locais estratégicos da cidade, “uma versão primária do contemporâneo jornal mural” (PINTO, 2006).

Outras publicações do período que merecem destaque são: O Bahiano- pela constituição e pela lei, (1828) na Bahia; Brasileiro Pardo; O Cabrito; O crioulinho mais ou menos da mesma época no Rio de Janeiro. Na segunda metade deste mesmo século é possível encontrar: O Homem- realidade constitucional ou dissolução social – (1876 – Recife); em São Paulo: A Pátria – orgam dos homens de côr (1889) e O Progresso – orgam dos homens de côr (1899) e em Porto Alegre O Exemplo, de 1892 (PINTO, 2006).

Durante o início do século XX, há um crescente número de jornais em São Paulo. No período pós-abolição, houve maior politização dos negros e o surgimento das chamadas Associações dos Homens de Cor. Seguindo os moldes dos clubes de imigrantes, as associações faziam circular seus próprios jornais para informar acerca de suas atividades. Apesar de nascerem com este intuito, constantemente denunciavam as condições em que se encontravam as pessoas negras, além de se envolverem diretamente com a política (PIRES, 2006).

Estes jornais “circulavam em média por um ano, e as publicações não superavam três ou quatro edições” (LIMA JÚNIOR, 2009), sendo assim é normal observar a descontinuidade e desaparecimento destes jornais ao longo da história⁸⁰. A partir da década de 1960 inicia-se um período difícil para a imprensa negra. Os anos de Ditadura Militar e repressão influenciam nas publicações, que sobrevivem apenas através de pequenas publicações. O cenário continua na década de 1980.

É importante salientar que durante a história, importantes jornalistas negros como Luiz Gama e Machado de Assis escreviam para jornais que não tinha qualquer ligação com a chamada imprensa negra. Mas o que então, do ponto de vista historiográfico, é categorizado como imprensa negra? Ana Flávia Pinto (2006, p.28) define que:

A par das questões que definem a chamada imprensa negra brasileira, no que concerne a seu conteúdo e sua linha de atuação, pode-se, então, dizer que essa corresponde aos jornais que se inserem na luta contra a discriminação racial no Brasil.

Alma Preta e Revista Afirmativa

A Revista Afirmativa e a agência de notícias Alma Preta são dois veículos que se autoidentificam como mídia negra e são produzidos por jovens negras e negros. Em comum, além da identificação com a mídia negra, os dois veículos surgem em universidades públicas brasileiras e são criados por estudantes. Os integrantes dos dois veículos não se sentem representados nos meios de comunicação convencional e trazem como objetivo justamente esta missão de fazer um jornalismo com uma abordagem que não é encontrada nos meios hegemônicos. Para entender esse “movimento”, é importante conhecer como estes dois veículos buscam atingir seus objetivos. Isto é o ponto chave para compreender o que de fato pode ser entendido como mídia negra, e as problemáticas acerca de sua conceitualização.

⁸⁰ Em sua dissertação (LIMA JÚNIOR, 2009, p.18) traz um quadro com lista de jornais da imprensa negra (de 1916 a 1963) e o período de circulação.

A Afirmativa surgiu em janeiro de 2014 no Centro de Artes Humanidades e Letras da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, na cidade de Cachoeira (BA). Em 19 de março do mesmo ano lançaram a primeira edição da revista e o seu portal na internet. A edição de lançamento foi um apanhado histórico da luta por ações afirmativas no Brasil.

Na segunda edição da revista, momento em que passo a integrar a equipe, lançada em 04 de novembro de 2014, foram abordados temas como intolerância religiosa, racismo ambiental, direito a terra, estética negra, entre outros. Desde então a revista tem funcionado na internet e se movimentado pelas redes sociais. A página da revista no facebook possui mais de 18 mil seguidores. A equipe atualmente é formada, além de mim, por três jornalistas negras: Alane Reis, Morgana Damásio e Naiara Leite.

A agência de notícias Alma Preta surgiu, e tem sede, em Bauru – SP, no ano de 2015 através do Coletivo Negro Kimpa, da Universidade Estadual Paulista (UNESP), e é formada atualmente por quatro jovens jornalistas negras e negros: Pedro Borges, Solon Neto, Iacy Correia e Vinicius Almeida. O site surge totalmente independente sem apoio institucional da universidade, e seu nome deriva das discussões sobre branquitude que aconteciam no coletivo, onde os integrantes esbarraram na ideia de “preto de alma branca”, por isso então, Alma Preta.

A atuação da agência acontece apenas em meios digitais e além de funcionar como portal de notícias oferece assessoria de comunicação. Em sua página no facebook há mais de 33 mil seguidores. No seu site define-se como uma “agência de jornalismo especializado na temática racial do Brasil”.

METODOLOGIA DE ABORDAGEM

O portal de notícias Alma Preta atua exclusivamente na internet, apesar de oferecer outros serviços. Para este artigo, portanto, foi analisada a seção intitulada “Sobre”⁸¹, onde o veículo traz sua política editorial.

A Revista Afirmativa possui duas edições impressas e a proposta de funcionar na plataforma virtual. Além disso, o site⁸² da revista passou por uma reformulação, de forma que há dois editoriais impressos e dois nos sites. Foram analisados, então, os quatro textos para entender a proposta do veículo. Como estou inserido neste objeto de pesquisa e faço parte da construção de pelo menos três destas propostas editoriais, a análise perpassa pela minha inserção na pesquisa, trazendo impressões particulares desta construção. Um dos princípios norteadores da Afirmativa é a crença de que não existe neutralidade, algo que é deixado claro numa frase que acompanha o veículo desde seu surgimento e virou uma marca da revista. “Somos nós, falando de nós, para todo mundo”.

Mesclando então, análise de conteúdo e análise de discurso, mais observação participante, constrói-se a metodologia deste trabalho. Além de revisão bibliográfica acerca de Imprensa Negra. Para a abordagem em torno dos editoriais e do contexto vivenciado pelos meios analisados, são utilizados na construção do arcabouço teórico os conceitos de hegemonia e contra-hegemonia de Williams, a noção de entre-lugar proposta por Homi Bhabha, a perspectiva foucaultiana do discurso e das microfísicas do poder, a ideia de representação de Stuart Hall e a dimensão da construção subjetiva do sujeito de Judith Butler.

PRINCIPAIS RESULTADOS, REFLEXÕES E CONCLUSÕES

Um ponto chave para entender o processo de constituição destes meios enquanto mídia negra é o que os cerca, e o que os motiva enquanto estratégia de luta. Qual então o contexto de emergência da Afirmativa e do Alma Preta? Um aspecto presente nas duas propostas é a insatisfação com o que os meios de comunicação convencional produzem. A mídia hegemônica é classificada de várias formas e considerada racista por ambos. Portanto, uma das motivações, talvez a principal dela, é que estes meios de comunicação não produzem algo que contemple as populações negras.

Hegemônico e contra-hegemônico

Para Raymond Williams (1979) a hegemonia é um processo cultural em essência, não totalizante, nem tampouco reducionista. O autor se utiliza do marxismo gramsciano para conceituar hegemonia:

⁸¹ Disponível em: www.almapreta.com/sobre

⁸² O primeiro site está disponível em: <http://revistaafirmativa.wixsite.com/afirmativa> - Um novo site da revista, onde há uma reformulação do editorial, está em construção.

É todo um conjunto de práticas e expectativas, sobre a totalidade da vida: nossos sentidos e distribuição de energia, nossa percepção de nós mesmos e nosso mundo. É um sistema vivido de significados e valores – constitutivo e constituidor – que, ao serem experimentados como práticas parecem confirmar-se reciprocamente. (...) Em outras palavras, é no sentido mais forte uma “cultura”, mas uma cultura que tem também de ser considerada como o domínio e subordinação vividos de determinadas classes (1979, p. 113).

Por considerar a hegemonia como um conjunto de práticas culturais, Williams nos sugere o termo hegemônico e dominante, ao invés de hegemonia e dominação. Nada está disposto naturalmente, tudo é construído culturalmente e é fruto de processos extremamente complexos. Ao se debruçar sobre as microfísicas do poder, Foucault (1988) vai além do que considera suas formas terminais. Para ele o poder está em todas as partes, e essa onipresença ocorre não porque ele compreende tudo, mas sim porque emana de tudo, não apenas de um único ponto, ou melhor, está presente “em toda relação entre um ponto e outro” (*Ibid*, p.89). Logo, faz parte do processo de construção do hegemônico o que se contrapõe a esta expressão terminal de poder, uma espécie de hegemonia alternativa, ou contra-hegemonia.

Também sofre uma resistência continuada, alterada, desafiada por pressões que não são as suas próprias pressões. Temos então de acrescentar ao conceito de hegemonia o conceito de contra-hegemonia e hegemonia alternativa, que são elementos reais e persistentes da prática. (...) A qualquer momento, formas de política e cultura alternativas, ou diretamente opostas, existem como elementos significativos na sociedade (WILLIAMS, 1979, p. 115-116).

Este é o processo que dá origem a mídia negra. O Alma Preta e a Afirmativa se apresentam como uma alternativa contra-hegemônica de uma mídia racista e pouco representativa. O perigo disto, porém, é uma compreensão um tanto superficial de que estes veículos são compreendidos pelo hegemônico e, nesta relação, se tornem parte do processo, mesmo propondo o contrário. Sobre isto, Williams diz que por mais que em certa medida as contra-hegemonias e as hegemonias alternativas façam parte da hegemonia, isto não impede que existam de fato iniciativas sim alternativas, independentes e originais. Neste caso a hegemonia trabalharia de forma que sua “função hegemônica decisiva é controlá-las, transformá-las ou mesmo incorporá-las” (WILLIAMS, 1979, p.116).

Este movimento da mídia convencional em incorporar “as pautas da mídia negra” nunca esteve em tanta evidência. Nunca se falou tanto em minorias e representação como tem se falado atualmente nos meios de comunicação hegemônicos. Não obstante, se observamos o contexto de criação do Alma Preta e da Afirmativa vamos observar um movimento contrário, onde dois veículos contra-hegemônicos surgidos em universidades públicas, logo um espaço institucional, se utilizam de uma instância hegemônica para subverter as próprias “regras do jogo”. Ao modificar a forma de organização, propor novos enquadramentos e gestão, é isso que a mídia negra se propõe fazer, subverter “técnicas” e padrões do jornalismo presentes dentro do curso superior.

Representação e dimensão subjetiva do sujeito

Homi Bhabha (1998) em *O Local da Cultura* vai propor o conceito de entre-lugar. Ao discutir a noção ocidental de nação e como essa se constrói, o autor questiona a metáfora que a permeia: “todos como um”. Para ele, essa ideia homogênea de um povo exclui um fator importante na constituição social, que é a riqueza presente na diferença cultural. Isso criaria um espaço limiar de significação, que é marcado internamente por uma disputa tendo como centro as minorias que não se enquadram na construção narrativa da nação. Onde estariam estes dissidentes que não a compõem?

O discurso da minoria situa o ato de emergência no entre-lugar antagonístico entre a imagem e o signo, o cumulativo e o adjunto, a presença e a substituição [proxy]. Ele contesta genealogias de origem que levam a reivindicações de supremacia cultural e prioridade histórica. (BHABHA, 1998, p. 221-222)

É neste espaço onde nascem as contra-narrativas da nação “que continuamente evocam e rasuram suas fronteiras totalizadoras – tanto reais quanto conceituais – perturbam aquelas manobras ideológicas através das quais ‘comunidades imaginadas’ recebem identidades essencialistas” (*Ibid*, p. 211). As minorias seriam suplementos, não no sentido de se somar a uma ideia puramente pedagógica de nação e sua metáfora, mas sim, no sentido de reformular a conta e pensar a nação a partir desta minoria. São nas diferenças culturais d’onde emergem as mais ricas produções. E isso perpassa pela ideia de representação, ou não se sentir representado, neste caso.

Stuart Hall (2016) ao discutir representação, traz as concepções de Foucault sobre discurso e poder. Para Hall, o teórico francês, em contraste com a dialética marxista e a semiótica, traz uma abordagem construtivista e historicizante do conceito.

“Mesmo que a linguagem, de algum jeito, ‘fale sobre nós’ (como Saussure tendia a argumentar), também é importante notar que em certos momentos históricos algumas pessoas têm mais poder para falar sobre determinados assuntos do que outras (...)” (HALL, 2006, p.78). Se pensarmos que, uma das justificativas para a existência da mídia negra é justamente o não se sentir representado na mídia hegemônica, isto faz todo o sentido. Logo, o que os veículos buscam é ter esse poder de fala que é negado nos outros meios de comunicação.

O grande mérito de Foucault, na visão de Hall, é justamente pensar representação de acordo com os contextos a que estão atrelados o discurso e o poder. Nada ganha significado sozinho, tudo faz parte das formações discursivas, mesmo o que parece estar externo ao discurso só ganha sentido através dele. Não existe, portanto, sentido ou verdade fixa e absoluta.

(...) a análise do discurso, assim entendida, não desvenda a universalidade de um sentido; ela mostra a luz do dia o jogo da rarefação imposta, com um poder fundamental de afirmação. Rarefação e afirmação, rarefação, enfim, da afirmação e não generosidade contínua do sentido, e não monarquia do significante. (FOUCAULT, 1999, p.70).

Para entender o conceito de representação é necessário então, compreender que ela está diretamente atrelada aos contextos culturais, sociais e históricos de determinada sociedade. “Trata-se do processo pelo qual membros de uma cultura usam a linguagem (amplamente definida como qualquer sistema que emprega signos, qualquer sistema significante) para produzir sentido” (HALL, 2016, p.108). O sujeito neste processo tem papel central. “Nós tomamos as posições indicadas pelo discurso, nos identificamos com elas, sujeitamos nós mesmos aos seus sentidos e nos tornamos ‘sujeitos’” (Ibid, 2016, p.100). Um importante processo ao se pensar a mídia negra é esta identificação com o discurso proferido pelos veículos. Os aqui analisados, Alma Preta e Afirmativa, são extremamente claros sobre suas construções de sentido, e veem a sua recepção, seu leitor, como igual.

Judith Butler (2015) ao dissertar sobre o relato de si mesmo, bebendo também em Foucault, nos traz a importância de constituição subjetiva do sujeito no ato da ‘confissão’. É a forma pela qual o si mesmo se constitui socialmente, o exame de si, é o exercício de tornar isto público. Para ela, quando se cria um relato sobre si, há a construção do próprio “eu”. Um movimento que a autora chama de ex-tático. Quando confesso, estou também, me constituindo, desapoesso-me de mim, e me constituo como sujeito ao mesmo tempo. No slogan da Afirmativa, “Somos nós, falando de nós, para todo mundo”, o que temos é esta construção de si, que perpassa pela dimensão externa. O ato de falar de si para o mundo é aqui uma construção de sentido, numa perspectiva de força cultural. É preciso antes, porém, entender de acordo com Butler, como somos formados na vida social, e a que custo. Não se trata de sujeitos dados, somos sujeitos sociais, históricos e, mais que tudo, culturais.

Considerações finais

Neste artigo foram expostos alguns apontamentos acerca da mídia negra e possíveis caminhos teóricos a se trilhar para compreender a constituição deste processo. Perpassando pelo histórico da Imprensa Negra, que se confunde com a história da própria Imprensa no Brasil, e chegando às análises dos editoriais dos veículos Alma Preta e Afirmativa. Merece destaque o modelo de gestão diferenciado do jornalismo tradicional e a rejeição a neutralidade jornalística. Este aspecto talvez seja o principal diferencial deste jornalismo que pinta a neutralidade de preto.

A insatisfação com o jornalismo hegemônico, entendido como racista entre diversos outros adjetivos, é outro ponto em comum e que justifica o trabalho dos dois veículos aqui analisados. Sobre isto, é claro que o processo é muito mais complexo do que hegemonia versus contra-hegemonia. A mídia negra parece se situar como uma alternativa ao hegemônico, se utilizando, em certa medida, do aparato que instituições tradicionalmente hegemônicas dispõem, para assim atingir seus objetivos. Em contrapartida, há um movimento para que a crítica aos principais meios de comunicação pareça infundada, quando é observado que a temática racial ganha cada vez mais espaço em emissoras como a Rede Globo. Porém, mais importante do que identificar estes novos espaços, é pensar por quê ele tem sido cedido. Acreditar na benevolência das empresas e oligopólios de comunicação não me parece a opção mais certa.

Por fim, a relação com o público talvez seja o maior ganho dos veículos aqui analisados. O que eles se propõem a fazer é a construção de um sistema de representação para “iguais” que sofrem diariamente com o racismo. Para isso, se debruçam na produção de novos sentidos utilizando códigos culturais já conhecidos, e implodindo um imaginário construído sobre determinada cultura. O que a mídia negra faz é ressignificar o processo comunicativo como estratégia de combate e enfrentamento ao racismo, subvertendo, na prática, as convenções técnicas do que deve, ou não, ser feito no jornalismo. Isso, me parece, é uma proposta de construção cultural distinta do que temos até aqui.

BIBLIOGRAFIA

BHABHA, H. (1998). *O local da Cultura*. Belo Horizonte: Editora da UFMG.

BUTLER, J. (2015). *Relatar a si mesmo: crítica da violência ética*. Belo Horizonte: Autêntica Editora.

CARDOSO FILHO, J., MAIA, J., MATOS, D., NOVA, L. (2016). Revista Afirmativa: uma experiência nos campos de jornalismo, cidadania e políticas afirmativas. *ANIMUS: Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v.15, n.29, p.69-86. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/17989>

FOUCAULT, M. (1999). *A ordem do discurso*. (5ª ed). São Paulo: Edições Loyola.

_____, M. (1988). *História da Sexualidade I: vontade de saber*. Rio de Janeiro: Editora Graal.

HALL, S. (2016). *Cultura e Representação*. Rio de Janeiro: Apicuri.

LIMA JUNIOR, A. (2009). *Jornal Ìrohìn - estudo de caso sobre a relevância educativa do papel da imprensa negra no combate ao racismo (1996-2006)*. Dissertação (Mestrado em Educação). Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, 2009.

PINTO, A. F. M. (2006). *De pele escura à tinta preta - a imprensa negra no século XIX (1833-1899)*. Dissertação (Mestrado em História), Instituto de Ciências Humanas, Universidade de Brasília, 2006.

PIRES, A. L. C. S. (2006). *As Associações de Homens de Cor e a Imprensa Negra Paulista*. (1. ed.). Belo Horizonte: Daliana - MEC/SESU/Secad- Neab-UFT.

WILLIAMS, R. (1979). *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

El potencial de las redes de comunicación ciudadana. La experiencia de Riccap en la articulación de acciones para la reforma mediática en España

The potential of citizen communication networks. Riccap's experience in the articulation of actions for media reform in Spain

*Juan Ramos Martín*⁸³

*Alejandro Barranquero Carretero*⁸⁴

*Susana Morais*⁸⁵

Resumen: Este trabajo describe el potencial de las redes de comunicación alternativa y ciudadana para construir alianzas en favor del derecho a la comunicación y la reforma comunicacional. Partimos para ello de la experiencia de la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Ciudadana-RICCAP (www.riccap.org), creada en 2016 con el objeto de fortalecer una investigación ligada a las necesidades prácticas del tercer sector de la comunicación en España. Desde nuestra experiencia, consideramos que el trabajo en red es fundamental para asentar el aprendizaje colaborativo, producir contenidos compartidos y proporcionar de soporte social, legal o técnico a las distintas iniciativas, muchas de ellas pequeñas y de proximidad. Por otra parte, las redes ayudan a establecer conexiones lo local y lo global y, lo que es más importante, contribuyen a las tareas de movilización para la conformación de políticas favorables para el sector.

Palabras Clave: Redes, Medios alternativos, Reforma mediática.

Abstract: This paper describes the potential of alternative and citizen communication networks to build alliances in favor of the right to communication and communication reform. We start with the experience of the Research Network on Community, Alternative and Citizen Communication-RICCAP (www.riccap.org), created in 2016 with the aim of strengthening research linked to the practical needs of the third sector of communication in Spain. From our experience, we consider that networking is essential to establish collaborative learning, produce shared content and provide social, legal or technical support to different experiences, many of them small and proximity ones. On the other hand, the networks help to establish local and global connections and, what is more important, they contribute to the tasks of mobilization for the conformation of favorable policies for the sector.

Key words: Networks, Alternative Media, Media Reform.

Tema central

El desarrollo de redes de medios comunitarios y alternativos y sus formas de organización, acción e interacción para ejercer influencia en los escenarios de reforma mediática

Objetivos

Este artículo tiene como objetivo evaluar el panorama actual de las redes de comunicación comunitaria, alternativa y ciudadana en España partiendo de la premisa de que estas constituyen un vehículo fundamental para el fortalecimiento del tercer sector de la comunicación (en adelante TSC) y de sus relaciones con respecto a la ciudadanía, las comunidades -geográficas o de intereses- a las que apela y las distintas organizaciones que componen el universo social, además de fortalecer un escenario propicio para una reforma mediática favorable a los intereses de las distintas organizaciones.

⁸³ Juan Ramos Martín. Profesor Asistente de la Pontificia Universidad Javeriana, Doctor, Colombia, juanramosmjaveriana.edu.co.

⁸⁴ Alejandro Barranquero Carretero. Profesor Visitante Lector en la Universidad Carlos III, Doctor, España, abarranq@hum.uc3m.es.

⁸⁵ Susana Morais. Universidad Complutense de Madrid, Doctora, Portugal, susmorais@hotmail.com.

Favoreciendo una alta participación por parte de la ciudadanía en la gestión, organización y acción de dichas redes, es posible configurar canales estables de interacción con los poderes políticos y regulatorios en relación con el derecho a la comunicación.

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta

En el estudio de las redes de medios de comunicación comunitaria y alternativa, se han generado distintas taxonomías dependiendo del enfoque asumido por cada investigación (Bergés, 2016a, 2016b; Castells, 2012; Cremona, 2007; Rizo, 2003; Ronfeldt y Arquilla, 1998; Rovira, 2007; Sierra y Garrossini, 2012). La creación de redes en el TSC no es un fenómeno nuevo, sino que las experiencias mediáticas ciudadanas llevan organizándose en estructuras reticulares desde sus inicios (Barranquero y Meda, 2015; Sierra y Garrossini, 2012). Esto es así porque las redes constituyen una plataforma fundamental para elaborar y compartir contenidos, intercambiar experiencias y dificultades, y armar estrategias de visibilización y movilización pública frente a las dificultades que históricamente amenazan al sector. Experiencias exitosas recientes han demostrado que las redes pueden favorecer acciones de presión con el objeto de conseguir una representación equilibrada ante instancias públicas. Esto es lo que ha venido ocurriendo recientemente en algunos países de América Latina, en los que los medios comunitarios han intervenido en la construcción de políticas públicas en favor del derecho a la comunicación y el reconocimiento equilibrado de los sectores: público, comercial y comunitario (Parra, 2015; Ramos, 2017; Segura y Waisbord, 2016)⁸⁶.

En un intento de describir las diferentes aproximaciones históricas a la comprensión de los medios comunitarios, Nico Carpentier apuesta por una perspectiva "rizomática" que les permite comprender que los medios alternativos forman parte de redes mucho más amplias de la sociedad civil, y funcionan como cruces de camino en los que organizaciones y movimientos sociales se reconocen y establecen objetivos y retos comunes. La óptica "rizomática" sugiere investigar en el carácter e intensidad de dichas conexiones por cuanto estos medios suelen actuar como catalizadores de relaciones sociales y establecimiento de puentes frente a las brechas preexistentes entre las distintas organizaciones de la sociedad civil (Carpentier, 2016: 5).

Todas estas formas de apropiación e interacción social desde las comunidades y organizaciones sociales, configuran un espacio propicio para lo que, desde la interconexión entre la comunicación para el cambio social y la economía política de la comunicación, ha derivado en el concepto de reforma mediática, o espacio de acción ciudadana para la democratización de las comunicaciones (Barranquero, 2018). Pensadas desde este concepto, las estructuras reticulares son un instrumento interrelacional autónomo de enorme utilidad tanto para medios que, por sus reducidas dimensiones —barrio, ciudad, etc.—, no podrían hacer frente al reto de la digitalización o de contar con una programación continuada, como para medios noveles que, en sus inicios, necesitan apoyo, asesoramiento o capacitación. No obstante, una concepción más amplia de esta noción nos ayuda a pensar en que los medios alternativos constituyen un punto de interconexión entre individuos y agrupaciones de índole diversa, que, a partir de su participación en el medio, se re-conocen y entran en un diálogo beneficioso para todos.

Además, los medios comunitarios y alternativos nos invitan a abordar el concepto de red desde una perspectiva compleja y superadora de ciertos discursos tecnomitificadores recientes, que, en cierto sentido, romantizan el papel de las redes tecnológicas al atribuirles ideales autoorganizativos o un papel central en la activación de la participación offline en estallidos sociales recientes como el 15M (Castells, 2012).

Este estudio parte de una perspectiva relacional y estructuralista centrada en cómo las redes habilitan dinámicas de interacción y beneficio mutuo para sus miembros. Desde esta óptica, las redes son consideradas, en primer lugar, herramientas de "intervención comunitaria" en sí mismas, puesto que facilitan el reclutamiento y la permanencia de sus miembros. En segundo lugar, tienen un beneficio inmediato para sus miembros, dado que son generadoras de fuentes de información y recursos que ayudan a la estructura de oportunidades a nivel laboral o de capacitación, tal y como plantean constructos teóricos como el del "capital social" (Putnam, 1995). En tercer lugar, la economía política plantea que los medios alternativos han sido pensados como instancias de apropiación integral de infraestructuras mediáticas desde un esquema progresivo de independencia económica y política y autonomía político-cultural (Segovia, 2000).

⁸⁶ Nos referimos a normativas audiovisuales muy avanzadas en el reconocimiento de estos medios como la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina (2009) —en la actualidad, derogada parcialmente por el Decreto de Necesidad y Urgencia 267 del 29 de diciembre de 2015—, la Ley 18232/07 de Radiodifusión Comunitaria de Uruguay (2007), la Ley 164 General de Telecomunicaciones de Bolivia (2011), la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador (2013) o el Proyecto de Ley de Comunicación para el Poder Popular de Venezuela (2012).

Esta perspectiva ha intentado desentrañar cómo la vinculación social que las redes permiten ayuda al cumplimiento del esquema precedente por parte de diferentes colectivos y comunidades, que aprovechan ventajas propias de la convergencia de tipo económico (reducción de costes) o político (diálogo político privilegiado entre *stakeholders*) en el desarrollo de los procesos inherentes a la defensa del derecho a la comunicación y, por consiguiente, a la democratización de los sistemas mediáticos.

Enfoque y/o metodología de abordaje

La realización de este trabajo parte de una triangulación de distintas herramientas metodológicas, incluyendo la observación documental, la encuesta y una dinámica del seminario. Los primeros resultados cuantitativos parten de un sondeo respondido por 94 medios –de un censo propio de 345– incluido en el estudio “Los jóvenes y el tercer sector de la comunicación en España”, financiado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (<https://jovenesytercersector.com>) (Barranquero, 2016). La encuesta recogió datos como modos de organización y financiación, tipos de participación ciudadana, nivel de agrupación en red, etc., y se volcó en un mapa diseñado con técnicas neocartográficas y herramientas de software libre como Open Street Maps (<https://jovenesytercersector.crowdmap.com>).

En segundo lugar, se diseñó una dinámica de seminario-taller para proporcionar un acercamiento entre las redes actualmente existentes en España: el Encuentro Redes de Comunicación Alternativa “Sinergias, saberes y contrapoder”, celebrado el 4 de junio de 2016 en Matadero Madrid, coincidiendo con la IV Feria de la Economía Solidaria (<https://redescomunicacionalternativa.wordpress.com>). En él participaron más de centenar de expertos, activistas y representantes de distintos tipos de medios alternativos (comunitarios, libres, universitarios, cooperativos, nativos digitales, etc.), y este contribuyó a una confluencia pionera de más de 12 redes de distinto tipo: estatal o regional; generales o sectoriales; mediáticas o redes en las que convergen medios y otros colectivos, etc.

Registradas en vídeo, el seminario se construyó a partir de ponencias y dinámicas grupales para favorecer el (re)conocimiento de las distintas iniciativas y la problematización del propio concepto de red (www.youtube.com/channel/UCJ5_VVu5mXFhzzIJ0n8E6hw). Antes del encuentro, la dinámica se acompañó de una encuesta compuesta por 10 preguntas de identificación –origen, forma legal, ámbito territorial, etc.– y fisonomía: orígenes y motivaciones de la red, tareas desempeñadas, modelo de toma de decisiones, plataformas de comunicación, etc. Los resultados se recogieron entre el 23 y el 27 de mayo de 2016 de las 12 participantes.

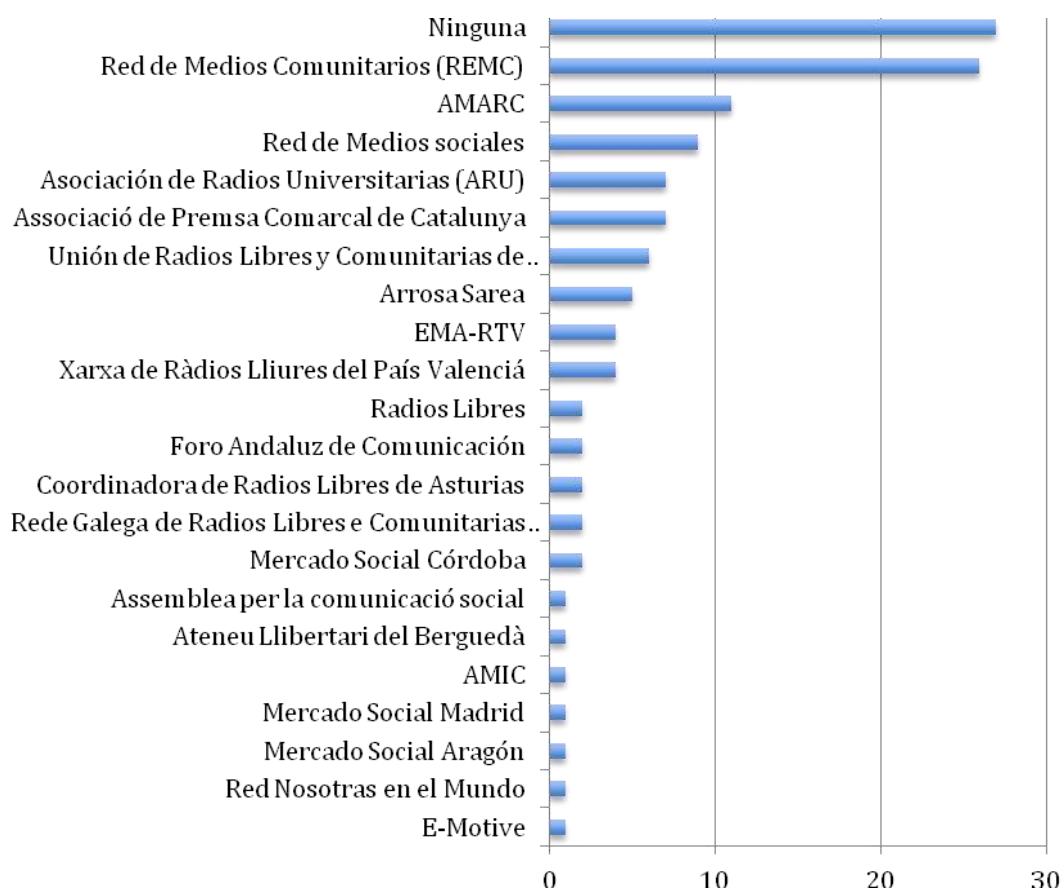
Para tratar las respuestas, se opta por un enfoque mixto: cuantitativo, o cálculo de frecuencias y porcentajes, y cualitativo, o interpretación de los testimonios en relación con el marco teórico antes citado. Tanto la organización del seminario como el diseño de las técnicas de medición partió del trabajo cooperativo de la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP) (www.riccap.org), de la que forman parte los autores del presente artículo.

Principales resultados, reflexiones y conclusiones

La encuesta realizada en el marco del proyecto “Los jóvenes y el tercer sector de la comunicación en España” demostró una enorme heterogeneidad en los procesos de articulación de los distintos medios consultados. El Gráfico 1 revela que un 27% de las iniciativas no pertenecen a ninguna red, mientras que el resto de proyectos pertenece a una o más redes, entre las que destaca la Red de Medios Comunitarios (ReMC) con un 26% de proyectos asociados. A bastante distancia (11%) se sitúa una red internacional: la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)⁸⁷. Y, de vuelta en España, aparecen la Red de Medios Sociales, a la que pertenece el 9% de los medios, y la Asociación de Radios Universitarias (ARU), que abarca un 7%.

⁸⁷ La visibilidad y progresivo reconocimiento legal del tercer sector de la comunicación en muchos países ha tenido que ver con la consolidación de grandes redes internacionales de medios alternativos. Nos referimos, por ejemplo, a la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) (www.amarc.org), nacida en 1983 y que actualmente cuenta con más de 4000 medios asociados en más de 130 países. En el ámbito europeo también destaca el Community Media Forum of Europe (CMFE) (www.cmfe.eu), que desde 2004 realiza tareas de investigación y *lobby*, integrando a 118 medios de 26 estados europeos. Y en Latinoamérica, además de AMARC, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) (www.aler.org), fundada en 1972, cuenta con más de 87 entidades afiliadas en América Latina.

Gráfico 1. Redes a las que se asocian los distintos medios comunitarios y alternativos en España



Fuente: Elaboración propia

De los datos se deduce una importante presencia de agrupaciones regionales (autonómico, regional, comarcal y local) y en territorios como Madrid o Cataluña encontramos hasta tres redes: en Madrid, la Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid (URCM) (6%) y el Mercado Social Madrid (1%); y en Catalunya: la Associació de Premsa Comarcal de Catalunya (7%), la Assemblea per la Comunicació Social (1%) y el Ateneu Llibertari del Berguedà (1%). La presencia de redes regionales es asimismo reseñable en Euskadi, Andalucía, Valencia, Galicia y Asturias. Son ejemplo de ello, por orden de frecuencia, Arrosa Irrati Sarea en Euskadi (5%), la Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía de Radio y Televisión (EMA-RTV) (4%), la Xarxa de Ràdios Lliures del País Valencià (4%), el Foro Andaluz de la Comunicación (2%), la Rede Galega de Radios Libres e Comunitarias (REGARLIC) (2%) y la Coordinadora de Radios Libres de Asturias (2%).

Los datos recogidos vislumbran, por tanto, un panorama muy heterogéneo de redes que, hasta el momento de la celebración del seminario, habían establecido escasos contactos entre sí. El estudio reveló otro conjunto de resultados:

En primer lugar, predominan las redes sin entidad legal (Red de Medios Sociales, #Comunicambio, etc.) sobre las que sí la tienen: ReMC y ARU exclusivamente. Esto se explica porque muchas de las redes tienen un escaso recorrido e incluso algunas de ellas rechazan constituirse en forma de asociación para garantizar su independencia. Otras redes se constituyen únicamente para colaboraciones puntuales o intercambio de materiales y experiencias, por lo que el nivel de participación es bajo y está ligado al devenir de algunos acontecimientos. Tal sería el caso de la Red de Medios Sociales, cuya actividad se desarrolla en listados internos de distribución de información por correo electrónico.

En segundo lugar, junto a la presencia de redes estatales, el grupo más numeroso es el de las agrupaciones de carácter territorial, autonómico o local, algunas de las cuales se distinguen por un marcado componente de reivindicación identitaria y lingüística. Es el caso, por ejemplo, de Arrosa Sarea, que aglutina a 21 emisoras de Euskal Herria de distinto tipo –libres, municipales, comarcales o nacionales– en las que el euskera se configura como componente aglutinante. La dimensión identitaria es también importante en otras redes como EMA-RTV, la Rede Galega de Radios Libres e Comunitarias o la Coordinadora de Radios Libres de Asturias.

En tercer lugar, observamos cuatro tipos de redes de acuerdo a la composición de sus miembros: 1) Las que agrupan exclusivamente a medios comunitarios, libres, asociativos o incluso educativos (ej. ReMC, ARU, Red de Medios Sociales, etc.); 2) Redes mixtas en las que hay medios del TSM y otros de tipo público-municipal o incluso comercial. Tal es el caso de la propia Arrosa Sarea o la Associació de Premsa Comarcal de Catalunya; 3) Redes que no solo reúnen medios alternativos sino también a representantes de otros colectivos comprometidos con los derechos humanos y la justicia social. Ej. PDLI, Comunicambio, DevReporter, etc. 4) Por último, hay medios que actúan incluso como red en sí mismos o “medios como red” (Bergés, 2016a). Este es el caso de El Salto (www.elsaltodiario.com) que desde 2017 agrupa a más de una veintena de medios temáticos o locales para construir un gran medio cooperativo en diferentes territorios y soportes.

A partir de los modelos descritos en el apartado teórico, los datos empíricos apuntan a cinco grandes funciones de las redes del TSC en España:

1. Co-aprendizaje. Las redes permiten poner en común conocimientos y aprendizajes de manera informal, además de contribuir a acciones formativas en las que a veces se convoca a la participación de distintos medios (Lema, Rodríguez y Barranquero, 2016).
2. Co-producción. Las redes permiten la producción, realización y distribución de programas, emisiones y retransmisiones conjuntas de eventos (Barranquero y Meda, 2015). Esto genera la creación de una "comunidad de comunidades" (Ali y Conrad, 2015: 4) o "comunidades activas" (Day, 2002) que distribuyen beneficios ya no solo en la producción de contenidos, sino en el fortalecimiento de vínculos personales, grupales e identitarios.
3. Conexiones entre lo local y lo global. Las redes físicas se apoyan frecuentemente en nuevas tecnologías que ayudan a reposicionar lo local. Las conexiones suelen proporcionar visibilidad y cohesión en el desarrollo de demandas, intereses y posiciones comunes entre distintos proyectos.
4. Soporte social, legal o técnico. La red brinda a veces servicios de protección y asesoramiento legal, apoyo técnico e informático y, sobre todo, generación de una base social crítica, que supone un ahorro de costos y, sobre todo, un seguro de subsistencia imposible de asumir de manera individual.
5. *Lobby* político. Las redes pueden llegar tener un papel fundamental en el *policy-making* y los procesos de reforma comunicacional. Desde una óptica estructural (Gulati, 1995), este papel ha evolucionado desde una consideración institucional cíclica y cerrada –o con capacidad de pronunciamiento, pero sin influencia directa-, hacia un proceso más abierto que ha derivado en la inclusión de propuestas propias en la formulación de políticas. En algunos de los ejemplos descritos, las redes han establecido puntos de discusión y confrontación que han logrado romper las fronteras de la "no decisión", o los límites de interacción entre estas redes comunitarias y otras presentes en la formulación de políticas (Bachrach y Baratz, 1963).

No obstante, el desarrollo de las redes se ha de combinar con una visión crítica de los retos y dificultades presentes en sus estructuras. En el caso español, y a partir de los datos recogidos en la encuesta previa al Encuentro, se identificaron 4 problemas: los niveles de homofilia –o tendencia de los proyectos a asociarse a sus similares–; la ausencia de recursos externos; y la falta de implicación entre sus miembros. Entre las principales limitaciones que emergieron de la encuesta destacan:

- El 61% de las redes mostró problemas para cumplir con los objetivos propuestos en el momento de su constitución, ya sea por límites organizativos, temporales, presupuestarios u orgánicos.
- Tan solo el 53% presenta colaboración con otras redes similares, lo cual puede limitar el alcance de sus objetivos y demandas.
- El 46% considera que su principal obstáculo ha sido que las entidades asociadas no se implican activamente en su funcionamiento, mientras el resto de redes mencionan problemáticas derivadas de la falta de tiempo, dedicación, o de coherencia en el funcionamiento interno.
- En cuanto a los retos, la mayor parte de las redes señala como desafío principal la agrupación de nuevos miembros, así como el fortalecimiento de los canales de comunicación internos (hacia adentro de la organización) o externos (de cara a la sociedad o a la comunidad circundante, a otros medios y colectivos sociales, etc.).

Conclusiones

En relación con el panorama teórico y el trabajo de campo, se esbozan un conjunto de conclusiones. En primer lugar, la informalidad o carencia de estatuto legal en algunas de redes no repercute necesariamente en los usos observados. Investigaciones recientes demuestran que, más allá del nivel de estructuración de la organización, los factores más relevantes a la hora de conseguir incidencia son la propia horizontalidad y la dimensión reducida y cohesionada de sus miembros (Ramos, 2017), además de la existencia de interacción y una diversidad de vínculos que amplíe sus horizontes de acción (Granovetter, 1973; Burt, 1992). No obstante, las organizaciones con estatuto jurídico parecen ser las que más campañas, movilización social y presión política han conseguido, tal y como demuestra la trayectoria de lobby político de ReMC o, más recientemente, de ARU.

En segundo lugar, tan solo la mitad de las redes analizadas demuestran algún tipo de colaboración con otras redes, un factor que limita el alcance de sus objetivos de transformación e impide acceder a recursos derivados de la propia interacción en espacios de ausencia estructural (Burt, 1992); es decir, en espacios sociales e informacionales que son cubiertos a partir de la interconexión entre las diferentes redes y que ayudan al enriquecimiento mutuo a partir de la exposición de dificultades y experiencias. Esto puede ser atribuible a las desavenencias que estos proyectos demuestran en relación con sus denominaciones, fórmulas organizativas o modelos de sostenibilidad económica, unas dimensiones que han sido fuente de controversia a lo largo de la ya larga historia del TSC.

Por último, preocupa que la mayor parte de las redes señale como su principal problema la falta de implicación del personal. Esto está relacionado con la falta de permanencia y continuidad de muchos voluntarios (Bergés, 2016b), aunque también hay otros factores como: la falta de visión de red que aún prevalece en algunos proyectos del TSC; la ausencia de interacción con otras redes que generen dinámicas e innovaciones en las prácticas organizativas; o la urgencia de muchos proyectos comunitarios a la hora de acometer tareas diarias como una programación continuada o la búsqueda de financiación para su supervivencia.

Bibliografía

- Ali, C. y Conrad, D. (2015). A community of communities? Emerging dynamics in the community media paradigm. *Global Media and Communication*, 11(1), 3–23.
- Bachrach, P. y Baratz, M. (1963). Decisions and nondecisions: an analytical framework. *American Political Science Review*, 57(3), 632-642.
- Barranquero, A. (2018). Comunicación para el cambio social y reforma mediática. Un modelo de investigación-acción para democratizar la comunicación y sus medios. Mimeo: en espera de publicación.
- Barranquero, A. (Coord.) (2016). *La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre adolescencia y juventud.
- Barranquero, A. y Meda, M. (2015). Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M. *Athenea Digital*, 15(1), 139-170.
- Bergés, L. (2016a). Las redes de comunicación alternativa en Catalunya. Historia y presente. En *Encuentro de Redes de Comunicación Alternativa. Saberes, sinergia y contrapoder*. Matadero, Madrid, 4 de junio.
- Bergés, L. (2016b). Networks in the third sector media. How alternative and community media articulate in Spain. En *2016 IAMCR Congress*. University of Leicester, Leicester, 27-31 de julio.
- Burt, R. S. (1992). *Structural holes*. Cambridge: Harvard University Press.
- Carpentier, N. (2016). Community media as rhizome: Expanding the research agenda. *Journal of Alternative and Community Media*, 1, 4-6.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza.
- Cremona, F. (Coord.) (2007). *Comunicación para el cambio social en América Latina: Prácticas de articulación entre movimientos sociales y redes de comunicación*. Quito: ALER.
- Day, P. (2002). Designing democratic community networks: Involving communities through civil participation. En Tanabe, P. y Van den Besselaar, T. (Eds.), *Digital Cities*. San Francisco: Springer.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Gulati, R. (1995). Social structure and alliance formation patterns: a longitudinal analysis. *Administrative Science Quarterly*, 40, 619-652.
- Lema, I., Rodríguez, E. y Barranquero, A. (2016). Jóvenes y tercer sector de medios en España: Formación en comunicación y cambio social. *Comunicar*, 48, 91-99.
- Parra, D. (2015). Alternative media in Latin American grassroots integration: Building networks and new Agendas. *International Journal of Communication*, 9, 3680–3701.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.

- Ramos, J. (2017). *La Revolución de los Desheredados. Participación de las redes de medios comunitarios y alternativos en la construcción de políticas de comunicación en Bolivia*. Quito: CIESPAL.
- Rizo, M. (2003). *Redes. Una aproximación al concepto*. México DF: Conaculta-UNESCO.
- Ronfeldt, D, y Arquilla, J. (1998). *The Zapatista 'Social Netwar' in Mexico*. Washington D.C.: RAND.
- Rovira, G. (2007). *La red transnacional de solidaridad con la rebelión indígena de Chiapas y el ciclo de protestas contra la globalización* (Tesis doctoral no publicada). Universidad Metropolitana de Xochimilco.
- Segovia, A. (2000). Treinta años de economía política de la comunicación: Las aportaciones de Herbert I. Schiller. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 5, 241-260.
- Segura, M. S. y Waisbord, W. (2016). *Media movements. Civil society and media policy reform in Latin America*. London: Zed.
- Sierra, F. y Garrossini, D. (2012). Nuevas tecnologías de la información e inclusión digital. Análisis de redes y procesos de empoderamiento social en localidades periféricas y subdesarrolladas. *III Congreso Internacional AE-IC*, Tarragona, 18-20 enero.



Movimentos em Rede: Ativismo digital e as ocupações das escolas estaduais públicas em 2016 no Estado do Ceará.

Network Movements: Digital activism and occupations of state public schools in 2016 in the State of Ceará.

Bárbara Lopes Rêdes⁸⁸

Márcia Vidal Nunes⁸⁹

Resumo: O objetivo do artigo é refletir sobre o ativismo digital e a formação de uma rede de estudantes secundaristas durante a ocupação de escolas públicas no Ceará, em 2016. O artigo se constrói com base na teoria de politização dos movimentos sociais e o eixo das mobilizações transnacionais associadas ao uso das novas tecnologias e os novos movimentos sociais em rede (Gonh, 2012/2013/2017; Castells, 2013). O artigo discute conceitos de autonomia, horizontalidade, redes e novas tecnologias nos movimentos sociais.

Palavras Chaves: Cidadania, Novas tecnologias, Movimentos Sociais em rede.

Abstract: The purpose of this article is to reflect on digital activism and the formation of a network of secondary students during the occupation of public schools in Ceará in 2016. The article is constructed based on the theory of politicization of social movements and the axis of transnational mobilizations associated with the use of new technologies and new social movements in networks (Gonh, 2012/2013/2017; Castells, 2013). The article discusses concepts of autonomy, horizontality, networks and new technologies in social movements.

Key words: *Citizenship, New technologies, Social Networking.*

Nos anos de 2015 e 2016, a educação começa a viver ameaças concretas no Brasil, com a redução dos gastos federais, estaduais e municipais. Dentre eles podemos citar a reorganização escolar em São Paulo, a reforma do ensino médio, a medida provisória (PEC 241 - PEC 55) que congela os gastos com educação e saúde para os próximos 20 anos e o projeto de lei (PL n. 193/2016) idealizado por Miguel Nagib e de autoria do Senador Magno Malta, “Escola sem partido”, que buscava inclusão na lei de Diretrizes e Bases na Educação Nacional. Projeto que buscava censurar a educação e proibir o debate sobre política dos professores com os alunos. É esse cenário da educação no País que levou ao ressurgimento do movimento dos estudantes do ensino médio.

A Secretaria de Educação do Estado de São Paulo anunciou no dia 23 de setembro de 2015 o plano de reorganização escolar da cidade, que tinha como objetivo separar as escolas por ciclo da educação, o que acarretaria o fechamento de várias escolas e a transferência dos alunos para outras escolas. Em nenhum momento, o governo sugeriu um debate com os alunos, pais e professores, causando uma indignação por parte dos atores sociais. A visão deles era que seria reduzida a qualidade do ensino através de cortes de verbas. A postura do governo provocou um movimento de ocupação nas escolas, denominado “Não fechem a minha escola”, que causou uma comoção social. Durante três meses, foi criada uma rede horizontal entre estudantes, sociedade e professores, massificando o movimento através das plataformas de comunicação digital e da ocupação de escolas públicas, onde mais de duzentos prédios foram tomados. Os alunos criaram uma série de páginas nas redes sociais da internet. O movimento pautou a grande mídia e, com tanta pressão, o governo Alckmin recuou nas muitas tentativas de “reintegração de posse” das escolas, com a rede pública, quase em sua totalidade, paralisada.

⁸⁸Bárbara Lopes Rêdes.UFC, mestranda, Brasil,barbararedes@gmail.com

⁸⁹Marcia Vidal Nunes.UFC, doutora,Brasil,marciavn@gmail.com

No Ceará, o Governo do Estado anunciava, ao final de 2015, o contingenciamento de vinte por cento do financiamento referente à pasta da Secretaria de Educação para o ano de 2016, o que acarretou a redução do número de professores temporários. Em abril, os professores do Estado, após uma assembleia decidem paralisar as atividades. As reivindicações eram aumento salarial, recontração dos professores temporários e melhores condições de trabalho. Oito dias após o início da greve dos professores, os estudantes ocupam o Caic Maria Alves Carioca. Com uma semana de mobilização, dez prédios foram ocupados e o movimento ganhou força e apoio de estudantes, professores e demais integrantes da sociedade. Os estudantes reivindicavam a implantação do passe livre, reforma das escolas, discussão de gêneros dentro do currículo de ensino, melhoria na qualidade da alimentação e gestão democrática. Resistiram durante três meses, até o momento que a Secretaria de Educação foi, de escola em escola, negociar as solicitações. A Secretaria de Educação fez pressão e solicitou aos diretores das escolas a relação dos estudantes que estavam ocupando. Com essa relação, a SEDUC fez intimações a trezentos e vinte estudantes sobre supostos danos cometidos ao patrimônio público. O Cedeca conseguiu reverter o processo e o movimento finalizou com acordo entre os estudantes e o governo através da TAC (Termo de ajustamento de conduta), na qual o governo teria que atender algumas reivindicações dos estudantes. Os estudantes criaram o Fumep para acompanhar o processo de implantação das solicitações.

Os movimentos estudantis que aconteceram no Brasil, entre 2015 e 2016, tanto no Ceará quanto em São Paulo e no restante do país tiveram como referência os movimentos estudantis no Chile (Revolta dos Pinguins), em 2006 e 2011 e podem ser identificados como movimentos transnacionais ou movimentos em rede que se utilizam da ocupação do espaço e o uso das novas tecnologias para lutar por diversas causas.

O movimento formou uma grande rede horizontal, denominada de Primavera Secundarista, em todo o País. Esse artigo tem o objetivo de estudar essa rede formada a partir do uso das novas tecnologias e a ocupação do espaço urbano na busca de uma autonomia e pelos direitos dos estudantes secundaristas no Ceará.

1. Novos Movimentos sociais em rede - Transnacionais

A crise financeira global de 2008 dará suporte para o nascimento dos novos movimentos sociais, tanto no mundo ocidental (occupy wall street e indignados na Europa), como no oriente (primavera árabe e outros). Passaram da antiglobalização (ou alterglobalização) para a negação da globalização e de seus efeitos sobre a economia e o social, especialmente após a crise econômico-financeira de 2008. (Gohn, 2012: 353)

Esses movimentos eclodiram por todo o mundo e, em todos os países, houve a mesma forma de ação: ocupações de praças, uso de redes de comunicação alternativas e articulações políticas que recusaram o espaço institucional tradicional. Uma onda de mobilizações protagonizada pelos jovens, um despertar coletivo não só pela mídia tradicional da TV ou do rádio, mas por uma nova difusão, nas redes sociais da internet. (Harvey et al, 2012)

“A maioria desses movimentos é composta de jovens e a forma de comunicação predominante é on-line, que ganhou status de ferramenta principal para articular as ações coletivas” (Gohn, 2012:353). Não existe sede ou organizador, é um movimento virtual, a comunicação ocorre por mobile (celulares e diferentes formas de mídia), o registro instantâneo de ações transformam-se em armas de luta, ações que geram outras ações como resposta. As redes sociais são acionadas pelo celular e captadas no momento da ação, realizando conexões entre o global e local. (Gohn, 2012)

No Brasil, em junho de 2013, durante a copa das confederações, o prefeito de São Paulo sinaliza um aumento de vinte centavos na tarifa do transporte público. O MPL (movimento Passe livre) movimento oficial, autônomo, apartidário, horizontal, independente, que surgiu em Salvador em 2003, no qual militam os estudantes a favor do passe livre e da mobilidade de ir e vir nas cidades, vão a rua lutar contra o aumento da tarifa. Durante o mês, foram realizados uma série de protestos. Desses protestos nasceram varios coletivos de rua, podemos citar dentre eles: Vem Para Rua, MBL (Movimento Brasil Livre), Frente Brasil Popular, Frente Povo Sem Medo.

Segundo Gohn (2017), as manifestações no Brasil, a partir de 2013, imprimiram significados novos às lutas sociais. Elas afetaram o campo da política e a correlação das forças políticos-partidárias foi tensionada. As vozes que ecoaram nas ruas em junho de 2013 não negavam o estado, clamavam por cidadania social e menos dependência dos bancos, de multinacionais e empresários. Em 2014, inicia-se uma grande briga partidária, dividida em dois lados. Com o impeachment da presidenta Dilma, em 2015, essa briga é intensificada e, no ano de 2016, aprofunda-se, na sociedade e no governo, com a manifestação dos estudantes de ensino médio no Brasil (primavera secundarista) e dos estudantes universitários. (Gohn, 2017)

Pablo Ortellado (2016) acredita que a luta dos secundaristas é herdeira das jornadas de junho de 2013, no Brasil, no sentido de que os estudantes conseguiram mobilizar milhares de estudantes em processos democráticos reais e o apoio de vários setores da sociedade, professores, vizinhos, personalidades em geral. Além disso, conseguiram a vitória em São Paulo e em diversos estados do Brasil, dentre eles o Ceará, com a Revolta das Canetas, movimento que ocupou 67 escolas no estado e foi vencedor, com uma série de reivindicações atendidas.

1.1 Horizontalidade das redes

Para Castells (2013), os movimentos em redes “são conectados em rede de múltiplas formas. O uso das redes de comunicação da internet e dos telefones celulares é essencial, mas a forma de conectar-se é multimodal. Inclui redes sociais on-line e off-line” (Castells, 2013 : 164). Castells (2013) defende que o movimento por ser rede de redes não tem um centro identificável, mas ainda são coordenados e possuem deliberação, através do interrelacionamento de diversos núcleos, não havendo necessidade de uma liderança formal, de uma organização vertical. Ele defende que essa estrutura descentralizada aumenta as chances de participação do movimento e constitui redes abertas, sem fronteiras definidas, que ele vê como conexões horizontais. (Castells, 2013)

A horizontalidade propõe que o poder seja distribuído igualmente entre os membros de um movimento. Não se trata de ausência do poder político e sim da concentração do poder em indivíduos e grupos. As críticas ao poder instituído não são feitas em nome da negação pura e simples do poder, pelo contrário, por meio delas, se afirma o poder instituinte.” (Piolli, Pereira e Mesko, 2016: 25)

Castells (2013) defende que essas redes horizontais, multimodais, tanto na internet quanto no espaço urbano, criam companheirismo, favorecendo a cooperação e a solidariedade, ao mesmo tempo que reduz a necessidade de uma liderança formal, sendo de fato o alicerce para gerar confiança. “São profundamente autoreflexivos, Questionam-se permanentemente como movimento, e seus participantes como indivíduos sobre o que são, o que desejam e o que pretendem realizar, que tipo de democracia e sociedade estão almejando.” (Castells, 2013: 167)

1.1.1 Das redes da internet para as ruas

“Embora esses movimentos geralmente se iniciem nas redes sociais da internet, eles se tornam um movimento ao ocupar o espaço urbano, seja por ocupação permanente de praças públicas seja pela persistência das manifestações de rua.” (Castells, 2013: 165). Castells (2013) fala que a interação da internet com o espaço dos lugares ocupados e prédios simbólicos, é um híbrido e constitui um terceiro espaço, o da autonomia. Ele defende que só se pode garantir autonomia pela capacidade de se organizar no espaço livre das redes de comunicação, no qual o cidadão reclama o espaço da cidade.

As pessoas constituem redes para estar com outras pessoas, e para estar com outras com as quais desejam estar, com base em critérios que incluem aquelas que já conhecem ou as que gostariam de conhecer. Assim, é uma sociedade em rede autoconstruída com base na conectividade perpetua. Mas não é uma sociedade puramente virtual. Há uma íntima conexão entre as redes virtuais e as redes da vida em geral. O mundo real da nossa época é um mundo híbrido, não um mundo virtual, nem um mundo segregado que separaria conexão on-line e interação off-line. (Castells. 2013:173)

Para Castells (2013), como os meios de comunicação de massa são amplamente controlados por governos e empresas de mídia, na sociedade em rede a autonomia de comunicação é basicamente construída nas redes da internet e nas plataformas de comunicação sem fio. As redes sociais digitais oferecem a possibilidade de deliberar sobre e coordenar as ações de forma mais ampla e desimpedida. Entretanto, ele expõe um dos processos comunicativos pelo qual os movimentos sociais se relacionam com a sociedade em geral. Os atores sociais precisam do espaço público, criando comunidades livres no espaço urbano.

2. Autonomia e novas tecnologias

Para debatermos sobre os movimentos em rede e autonomia, precisamos aprofundar a problematização do que seja autonomia. Para Castells (2013:172), “autonomia refere-se a capacidade de um ator social tornar-se sujeito ao definir sua ação em torno de projetos elaborados independentemente das instituições da sociedade, segundo seus valores e interesses”.

Para Castells (2013), o papel da internet e da comunicação é fundamental para os movimentos sociais em rede. A mídia e a academia obscurecem esse debate, ao negar que as tecnologias da comunicação estejam nas raízes dos movimentos sociais e que compreende que a comunicação não é fonte de causas sociais. “Os movimentos sociais surgem da contradição e dos conflitos de sociedade específicas, e expressam a revolta e os projetos das pessoas resultantes de sua experiência multidimensional” (Castells, 2013:170). Mas complementa que é importante enfatizar o papel da comunicação na formação e nas práticas dos movimentos sociais, pois as pessoas só podem desafiar a dominação conectando-se entre si. E a forma de se conectar depende das redes de comunicação interativa, e a forma de comunicação horizontal baseia-se na internet e redes sem fio, interagindo com a comunicação e com o espaço urbano. (Castells, 2013)

Castells (2013) argumenta que há uma conexão fundamental e mais profunda entre os movimentos em rede, que denomina a cultura da autonomia. São essencialmente movimentos culturais, que conectam as demandas de hoje com os projetos futuros, transformando os atores sociais em sujeitos da própria vida, quando afirmam sua autonomia diante das instituições da sociedade. Castells (2013) defende que essa autonomia é a forma social dos movimentos sociais em redes. “Movimentos sociais em rede, como todos os movimentos sociais da história, trazem marca de sua sociedade. São amplamente constituídos de indivíduos que convivem confortavelmente com as tecnologias digitais do mundo híbrido da realidade virtual”. (Castells, 2013: 174).

3. Aspectos metodológicos

A metodologia utilizada foi a pesquisa exploratória, história oral e análise de conteúdo. Como ponto de partida, precisávamos escolher as escolas que iríamos estudar, já que, no Ceará, ao todo, foram mais de 67 escolas ocupadas. A pesquisa se deu a partir da participação em um seminário denominado “Escolas em luta”, realizado no dia 06/05/17, na qual cinco estudantes das escolas do Bom Jardim (CAIC, Julia Alves, Osiris Pontes) apresentaram relatórios sobre a ocupação no bairro, respondendo questões com a participação de cinquenta estudantes de ocupação nas escolas do Ceará, profissionais do CEDECA, professores e profissionais de diversas áreas. Ao todo, foram coletadas seis horas de áudio gravado do seminário e três horas de conversa com os três estudantes da escola Adauto Bezerra. Todos os estudantes tinham, em média, entre 15 a 18 anos. Eram homens e mulheres.

No processo de pesquisa, descobrimos que foi criada uma página que faria o link com todas as escolas ocupadas no Ceará (interior e capital) e com a rede de escolas ocupadas em cada um dos estados, os comitês e redes de apoio por todo o Brasil. A página @escolasemlutace (7.049 curtidas), em sua descrição, foi criada em defesa da educação no estado do Ceará. Juntos na luta por uma educação pública de qualidade e pela valorização do professor. Analisamos as postagens da página e as atividades realizadas na construção do movimento através de entrevistas com os estudantes.

4. Principais resultados e reflexões

A Revolta das Canetas, como é denominado o movimento de ocupação dos estudantes no Ceará teve sua primeira ocupação no dia 28 de abril de 2016. Iniciou-se a partir de uma assembleia com o sindicato dos professores (APEOC) e os estudantes que aconteceu no ginásio Paulo Sarasate, em Fortaleza. A partir desse dia, estudantes decidiram iniciar o processo de ocupação nas escolas. A ocupação deveria ser voluntária e debatida com cada grupo de estudantes de cada escola, através de assembleias. Nesse processo, os grupos de estudantes criam páginas no facebook de cada escola, levam a discussão, visitando as salas dos colégios e marcam assembleias para que fossem votadas as ocupações. Somente após a votação eram realizadas as ocupações.

A primeira escola a ocupar foi o Caic, localizado no bairro Bom Jardim. Iniciou a ocupação com 40 estudantes. No mesmo dia, estudantes ocupam a escola Presidente Geisel, em Juazeiro do Norte. A cada dia, uma nova escola ocupava, e o ato era postado em páginas no facebook, realizando uma grande pressão, para que mais escolas fossem ocupadas, criando assim uma grande rede, conectada e, a cada dia, mais fortalecida. Ao todo, o movimento denominado Revolta das Canetas, mobilizou 67 escolas no Ceará.

Em todo o processo, o movimento se constitui de forma horizontal, desde o início das ocupações até o final delas, com todas as decisões tomadas pelo coletivo, de forma democrática. “Não precisam de uma liderança formal, de um centro de comando ou controle, nem de uma organização vertical. Essa estrutura descentralizada maximiza as chances de participação do movimento, já que ele é constituído de redes abertas.” (Castells, 2013: 164)

A ocupações nas escolas do Ceará teve como referência a experiência dos estudantes do Chile em 2006 e 2011, a Revolta dos Pinguins, onde se tem uma série de documentos, informações, filmes, manuais, sites e páginas nas redes sociais, com informações de como organizar a ocupação de uma escola, desde a ocupação inicial até a distribuição das comissões, atividades e assembleias que era votada pela totalidade dos estudantes.

Eles utilizaram um manual que explica o plano de ação e dividia as ocupações por comissões (segurança, comida, imprensa, informação, limpeza e relações externas). Eram realizadas assembleias periódicas, de forma horizontal. Todos os estudantes participavam das atividades diárias junto com os pais, professores e todos aqueles que tinham interesse em ajudar ao movimento. Era primordial que fosse discutido todo o processo de organização da ocupação, garantindo que as tarefas fossem cumpridas no prazo. Então, era sugerido que fossem divididas as comissões, tendo claro o objetivo e os processos de cada uma delas.

Os secundaristas romperam o isolamento individualista do cotidiano escolar e criaram uma nova sociabilidade no processo de luta: uma sociabilidade baseada na co-responsabilidade, na horizontalidade dos processos decisórios e no cuidado do patrimônio público. (Campos, Medeiros, Ribeiro, 2016: 13)

“Os movimentos sociais em rede têm exigido uma nova forma de democracia, novos tipos de movimento democrático, reconstituindo a esfera pública no espaço da autonomia, constituído em torno da interação entre localidades e redes da internet.” (Castells, 2013: 181). Também estabelecem redes de articulações. Na prática cotidiana, esses movimentos realizam diagnósticos sobre a realidade social. Atuando em redes, constroem ações coletivas de resistência em busca da inclusão social. “Constituem e desenvolvem o chamado empowerment de atores da sociedade civil organizada à medida que criam sujeitos sociais para essa atuação em rede.” (Gohn, 2010: 336).

Uma das comissões constituídas foi a comissão de imprensa, que tinha a responsabilidade de divulgar a ocupação para os meios de comunicação, outras escolas/universidades e para quem considerasse necessário. A criação de páginas, no facebook, era um dos processos estabelecidos dentro do manual, pois a preocupação de informar, comunicar e interagir com a sociedade era considerada importantíssima para o desenvolvimento das ocupações. As páginas no facebook das escolas eram criadas sempre com a palavra ocupa e o nome da escola: @ocupaadauto, @ocupacaic. Além das páginas das escolas, também foi criada uma página no Ceará (@escolasdelutace), que fazia uma conexão entre todas as escolas do Estado, postando e compartilhando informações sobre o movimento. Formou-se uma grande rede de escolas que se conectavam entre si na mesma cidade, no estado e com as escolas de todo o País.

O Movimento Revolta das Canetas utilizou as redes sociais para fortalecer, fazer conexão com outros movimentos estudantis, conseguir alimentos, palestras, oficinas, produzir saberes e conquistar os direitos dos estudantes. Através das redes sociais da internet se formou uma grande união, de forma horizontal, com os estudantes se conectando entre si e com outras escolas do país, compartilhando as postagens, curtindo e escrevendo comentários, e fazendo com que a opinião pública sobre o movimento fosse positiva. “Uma vez consolidada a permanência dentro da escola, os estudantes passavam a compartilhar suas experiências cotidianas no facebook, criando páginas “para divulgar a ocupação” (Campos, Medeiros, Ribeiro, 2016)

O processo comunicativo dentro das escolas eram pautados por atividades com a criação cartazes, material audiovisual, zines, exibição de filmes, workshops, oficinas, atividades culturais. Fizeram um fanzine “Por uma educação pública de qualidade”, que orientava os estudantes sobre seus direitos e deveres nas ocupações e foi compartilhado na página @escolasemlutace. O conteúdo do material continha informações sobre reintegração de posse das escolas e o que a polícia poderia fazer.

Através da Revolta das Canetas os estudantes exercitam a cidadania a partir de debates e discussões, abordando temas sobre direitos, participação, igualdades, minorias. Os estudantes realizaram, de forma horizontal, uma conexão com diversos movimentos e causas da cidade (questão de gênero, movimento LGBTT, questões raciais; e até ONGs e instituições que deram apoio jurídico, no caso o CEDECA), porém sem hegemonia de nenhum partido, organização política, movimento sindical ou social.

Além da conexão através das redes sociais, esses movimentos se conectaram a partir das trocas de experiências nas ocupações, estudantes das escolas visitavam outras escolas. Se havia necessidade de fazer uma manifestação na rua próxima à escola Aauto Bezerra, estudantes do Caic ficavam na ocupação, substituindo quem fosse para rua, assim a escola não ficaria desocupada. A cada quinzena, eram realizadas assembleias com todas as escolas, cada vez em um local diferente e representantes (escolhidos através de uma assembléia) de cada escola ocupada participavam do evento. Cada escola foi tendo sua autonomia e participando de uma grande rede.

Além disso, aconteceu uma caravana composta pelos estudantes que ocuparam as escolas em São Paulo, que passou por varias cidades no Brasil, a primeira foi o Ceará.

Poucas vezes na história social recente um movimento soube utilizar um espectro tão amplo de táticas e se metamorfosear em tão curto espaço de tempo. O movimento dos estudantes soube explorar a grande simpatia que despertou na população. (Campos, Medeiros, Ribeiro, 2016: 14)

Esses movimentos querem reinventar a democracia, encontrar maneiras que possibilitem aos seres humanos administrar coletivamente suas vidas de acordo com os princípios amplamente compartilhados em suas mentes e em geral negligenciados em sua experiência diária. (Castells, 2013: 167-168).

5. Considerações finais

A partir da análise realizada, podemos perceber o novo formato que se configura sobre as ocupações das escolas no Ceará em 2016, movimento social em rede, formado horizontalmente, a partir das indignações de cada um, que se identificam, se unem e que tomam decisões coletivamente, sem uma liderança hierarquica. Se utilizam das novas tecnologias e do uso do espaço urbano para construir sua autonomia. As novas tecnologias foram usadas não só para divulgar as ocupações e agendas, mas para organizar, convocar assembleias, pautas, atos políticos, conseguir apoio da cidade e fez conectar as escolas do Brasil. Novos processos comunicativos foram produzidos, dentro das escolas, e fora delas.

“São movimentos sociais voltados para a mudança de valores da sociedade” (Castells, 2013: 168) projetam um nova utopia de democracia em rede baseada em comunidades locais e virtuais em interação. Mas utopias não são meras fantasias.

Para Castells (2013) o legado do movimento social em rede possa ser a de reencontrar maneiras que possibilitem os seres humanos administrar coletivamente suas vidas de acordo com os principios amplamente compartilhados em suas mentes, por fim ele abre o questionamento e percebe a possibilidade de que esses movimentos horizontais possa ser a possibilidade de reaprender a conviver na verdadeira democracia.

6. Bibliografia

- CAMPOS, Antonia J. M; Medeiros, Jonas; Ribeiro, Marcio M. Escolas de luta. São Paulo. Editora Veneta. 2016.
- CASTELLS. Redes de Indignação e esperança. Movimentos Sociais na era da Internet. Rio de Janeiro. Zahar, 2013.
- GOHN, Maria da Glória. Artigo: Movimentos sociais na contemporaneidade. Revista Brasileira de Educação, 2010
- _____, Maria da Glória. Teoria dos Movimentos Sociais: paradigmas clássico e contemporâneos. São Paulo. Loyola. Ed. 10. 2012.
- _____, Maria da Glória. Movimentos Sociais e Redes de Mobilizações Cívicas no Brasil Contemporâneo. Rio de Janeiro. Editora Vozes. Ed. Digital. 2013.
- _____, Maria da Glória. Manifestações e Protestos no Brasil. Correntes e contracorrentes na atualidade. Cortez Editora. 2017.
- HARVEY et al. Occupy. São Paulo. Boitempo: Carta Maior, 2012. Recurso digital.
- MESKO, Andressa de Sousa Rodrigues; PIOLLI, Evaldo. (Des) caminhos da educação pública no Brasil. ETD - Educação Temática Digital, Campinas, SP, v. 17, n. 3, dez. 2015. ISSN 1676-2592. Disponível em: . Acesso em: 20 abr. 2016.
- ORTELLADO, PABLO. Prefácio – A primeira flor de junho, In: Campos, Antonia J. M; Medeiros, Jonas; Ribeiro, Marcio M. . Escolas de luta. Editora Veneta. 2016.

OCUPAÇÕES URBANAS E PRODUÇÃO DO COMUM: MEDIÇÃO, COMUNICAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DA CULTURA

Urban Occupations and common production: mediation, communication and culture organization

Bruna Távora⁹⁰

RESUMO: Uma ocupação urbana possibilita a aproximação de grupos que reivindicam direitos que não podem usufruir de maneira democrática, formando espaços de cooperação e convivência nas metrópoles latino-americanas. Assim, correspondem a uma das formas de produção do comum e de organização da cultura mais relevantes da sociedade civil contemporânea.

Palavra-chave: Produção do Comum; Mediação; Comunicação

INTRODUÇÃO

Na América Latina, frente ao esfacelamento das mediações tradicionais que foram protagonizadas pelos de baixo, como o trabalho ou as associações de bairro, são as ocupações urbanas que emergem como força organizativa dos vínculos simbólicos que se dão nas cidades latino-americanas (PAIVA E GABBAY, 2016).

É no espaço da sociedade civil (GRAMSCI, 1985) que ocorrem as ocupações. Segundo Carlos Nelson Coutinho (1992), a sociedade civil é uma esfera material, onde os grupos organizam a cultura e disputam os sentidos sociais. Isso se dá através de ideias e visões de mundo, mas também através de afecções, expressões simbólicas e afetos que se constituem na vinculação das pessoas no convívio social (COUTINHO, 2017). É pela sociedade civil que os grupos reelaboram a realidade social, criando mensagens, imagens e símbolos que tornam cognoscível a postura ético-cognitiva que orienta a experiência do sujeito no mundo.

No entanto, atualmente, a sociedade civil encontra-se colonizada pelas formas hegemônicas de organização da cultura, cujo conceito de Bios Virtual - formulado por Muniz Sodré - pode ser inferido como sua metáfora correspondente. Uma ambiência afetiva – uma sociedade incivil - que canaliza afetos e paixões com fins de controle social (SODRÉ, 2013). Apesar de hegemonizada pelas classes dirigentes do mundo financeiro, a sociedade civil é um lugar de tensionamentos e movimentações contrárias e cujas ocupações são exemplos significativos.

O fato pode ser observado em diversos territórios do continente: nas ocupações de fábricas recuperadas por trabalhadores, nas ocupações de prédios para o usufruto de moradia, e até mesmo nas ocupações transitórias de praças ou viadutos – convertidas em espaços de sociabilidade, cultura e educação para a juventude das cidades.

Seguindo esta trilha teórica, esse artigo adota a metodologia da revisão de literatura. Através da análise dos textos, contempla criticamente as estruturas de poder que regem as cidades, e, simultaneamente, expõe a ocupação urbana como uma forma cultural de tensionamento e produção do comum que se instaura nas metrópoles. Nesse sentido, o objetivo geral desse artigo é expor uma revisão de literatura que articula – principalmente - as reflexões em torno da produção do comum do autor brasileiro Muniz Sodré, com as reflexões do italiano Antônio Gramsci, no que refere-se à organização da cultura. Assim sendo, elabora uma reflexão crítica acerca da organização hegemônica das cidades e expõe a ocupação urbana como uma das formas comunitárias e populares de tensionamentos e produção do comum.

⁹⁰ Bruna Távora, doutoranda em Mídia e Mediações Socioculturais na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). Brasil. Tavora.bruna@gmail.com

DISCUSSÃO TEÓRICA

Cidade, hegemonia e produção do comum na América Latina

A ocupação em si não é uma estratégia nova das classes populares. A maior parte das cidades brasileiras são o resultado de ocupações, em que os moradores foram desalojados de seus locais anteriores, ou apenas não possuíam residência própria para viver (MARICATO, 2002). Ela explica que, logo após ao fim da escravidão, concentrou-se nas metrópoles um grande contingente de população negra que não possuía nenhum tipo de remuneração para viver. Nesse contexto, as ocupações foram a forma e a estratégia desenvolvida por esses grupos para constituição de seus locais de moradia.

Soma-se a isso a crescente concentração das atividades econômicas no meio urbano na virada do século XX, e tem-se como resultado um grande contingente populacional nas cidades, acarretando problemas de acesso aos direitos sociais, como a moradia, o lazer e o trabalho. Já nos anos 2000, Maricato (2002) destaca que a população urbana chegou a 81,2% do total dos indivíduos do país.

Em consequência, as cidades tem se tornado lugares de desigualdade com um número de pessoas vivendo, em escala cada vez mais crescente, sem a possibilidade de acessar políticas públicas que possam garantir uma sobrevivência digna. Deste modo “a qualidade de vida urbana tornou-se uma mercadoria, assim como a própria cidade, num mundo onde o consumismo, o turismo e a indústria da cultura e do conhecimento se tornaram os principais aspectos da economia política urbana” (HARVEY, 2012, p. 81).

Na última década, o modelo de urbanização hegemônico ficou bastante explícito no Brasil com as reformas urbanas ocorridas sob a justificativa dos megaeventos esportivos. Um tipo de reforma melhor expressa pelo processo culturalista da gentrificação, que ressemantiza a cidade a serviço do capital, encarecendo zonas de moradia de populações de baixa renda e provocando migrações e desalojamentos (PAIVA E GABBAY, 2016).

Na perspectiva comunicacional e cultural, observa-se ainda uma estratégia discursiva e sensível que almeja naturalizar os conflitos e construir consensos para justificar as desigualdades sociais. Basta ligar a TV para observar os principais discursos do capital para as zonas periféricas das cidades.

Assim, observa-se que formas comunicacionais e culturais são mobilizadas para atenuar as contradições próprias da organização capitalista, de modo a tentar criar o convencimento e o consenso necessário a essas transformações (COUTINHO, 2011).

No caso do Brasil, Carlos Nelson Coutinho (2011) situa temporalmente esse tipo de estratégia nas três primeiras décadas do século XX. É nesta época que pode-se observar uma mudança na abordagem da questão social, que deixa de ser apenas “caso de polícia” e passa a ser abordada através de formas organização da cultura, mediação e hegemonia.

Hegemonia pode ser definida como a capacidade de um grupo social determinar o sentido da realidade, exercer sua liderança intelectual e moral sobre o conjunto da sociedade. A luta pela hegemonia — pela organização da cultura — é, nesse sentido, uma luta pela articulação de valores e significações que concorrem para a direção político-ideológica dos indivíduos (COUTINHO, 2014, p. 41).

Com o processo de urbanização que começa a se desenvolver ainda na Primeira República - e mais aceleradamente nos anos 30 sob a constituição do Estado Moderno da Era Vargas, são instauradas relações de poder que combinam a coerção aos processos de hegemonia. Nesse aspecto, observa-se o fenômeno da ampliação do Estado, conforme descreve Antônio Gramsci (1985). Esta ampliação caracteriza-se pelo surgimento de uma esfera social – a sociedade civil - por onde busca-se atenuar os conflitos que emergem entre as populações das cidades e o Estado (GRAMSCI, 1985).

Analisando o pensamento do comunista sardo, Coutinho (1992) explicará a sociedade civil como sendo uma “esfera própria, dotada de legalidade própria, e que funciona como mediação necessária entre a estrutura econômica e o Estado-coerção” (1992, p. 78).

Esse aspecto — de uma esfera de mediação — em que grupos sociais difundem e elaboram suas visões de mundo é fundamental para entender o papel que assumem as formas simbólicas (culturais, comunicacionais, midiáticas) na sociedade midiaticizada. Pois, trata-se, justamente das estratégias sensíveis de convencimento e consenso sociais, ou seja, da constituição de uma forma específica de produção do comum que torna generalizada a vinculação baseada nas lógicas sociais do capitalismo, como aponta o trabalho de SODRÉ (2013).

Nesse contexto, uma das razões que possibilita que um grupo social seja dirigente de uma determinada esfera política é a combinação do uso da força bruta (bastante explicitado com a mais recente intervenção militar implementada pelo governo do presidente do Brasil Michel Temer no Rio de Janeiro), com a capacidade de organizar a cultura, o trabalho, de difundir ideias, valores, filosofias e visões de mundo por toda a sociedade (GRAMSCI, 1985).

Nas grandes cidades do mundo capitalista, a sociedade civil é hegemônica por corporações de mídia e instituições de educação e mediação afinadas aos interesses do mercado financeiro, bem expressos pelo conceito de Bios Virtual descrito no conjunto dos trabalhos de Muniz Sodré. Trata-se de uma “ambiência magneticamente afetiva, uma recriação tecnoestética do ethos, capaz de mobilizar os humores ou os estados de espírito dos indivíduos, reorganizando seus focos de interesse e de hábitos” (SODRÉ, 2013, p. 252).

Ou seja, os vínculos, os afetos e as formas de interação que se dão entre os sujeitos que compartilham essa existência encontra-se mediado e subsumido nessa forma particular de sociabilidade capitalista. Dentro deste cenário, Paiva e Gabbay (2016) chamam à atenção para os problemas psíquicos daí derivados aventando a hipótese de que isto provoca um processo de repressão da alma, tendo como resultado o aumento de doenças psíquicas que “apartam, deprimem e desestruturam a produção do comum” (2016, p. 4).

Assim, ao observar os espaços de vinculação da sociedade civil capitalista, os autores destacam que a cidade — espaço mediador desse comum — é um local apático, hegemônico por formas de sociabilidade do mundo globalizado. Este que enseja uma reorientação nos modos de pensar e de sentir, que é o “solo orgânico que cimenta a sociabilidade” (SODRÉ, 2013, p. 249). O autor afirma que trata-se de um novo tipo de gestão da vida, que quer generalizar uma específica forma subjetiva e cultural.

Ou seja, uma sociedade civil que, através de estratégias de mediação que formam o comum contemporâneo, organiza a cultura desde uma perspectiva dominante com fins de controle social e subalternização.

Resultados e Discussões

No entanto os movimentos sociais, as comunidades e os grupos subalternizados não estão alheios a essas estratégias hegemônicas de organizar a vida, a cultura e a produção do comum. Tomando como exemplo as ocupações urbanas, destaca-se o Movimento dos Trabalhadores sem Teto (MTST) é ilustrativo. Em pesquisa realizada por Guilherme Boulos⁹¹ acerca de ocupações urbanas em São Paulo, o dirigente do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto observou que as pessoas que se vinculam e compartilham os espaços das ocupações têm ganhos sociais vinculados propriamente à saúde, como a redução do índice de sintomas depressivos e ansiosos.

Desde o início da urbanização, as classes populares tensionaram o projeto hegemônico de sociedade mobilizando esforços para o seu enfrentamento. Ainda que em uma sociedade civil gelatinosa, organizaram-se em agremiações, sindicatos, associações de moradores e favelas, criando expressões culturais como as ocupações e outras formas de contestação para enfrentar esse modelo vigente (COUTINHO, 2014).

Assim, apesar de hegemônicos pela elite financeira e pela simbolização da mercadoria e da violência, as cidades por onde se materializam essas relações são formados por outras dinâmicas com distintas particularidades. Afinal, “um território não se esgota no projeto explorador de uma metrópole. O território tem marcas próprias, tem sua particular dinâmica de relacionamento com o real (a cultura), capaz de, às vezes, refazer ou pelo menos expor as regras do jogo dominante (SODRÉ, 2002, p. 38).

⁹¹ BOULOS, Guilherme. Estudo sobre a variação de sintomas depressivos relacionada à participação coletiva em ocupações de sem-teto em São Paulo. Dissertação Mestrado. Orientador: Francisco Lotufo Neto. Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. Programa de Psiquiatria. 2016

Deste modo, fica explícito que os grupos subalternizados também têm construído “instrumentos de hegemonia (ou contra-hegemonia), isto é, uma forma de criação e expressão de uma consciência política popular” (COUTINHO, 2014, p.44), que permite expressar sua “compreensão não apenas do conflito imediato entre patrões e operários na luta pela fixação do salário, mas das contradições inerentes às próprias relações capitalistas” (COUTINHO, 2014, p.44).

PAIVA E GABBAY (2016), ao explicitarem a relevância das ocupações, situam estas experiências ao lado de iniciativas históricas, como os espaços socioeducativos que foram construídos nos anos de 1980 como os CEU (Centro Cultural Unificado). Segundo eles, hoje há uma “outra forma de produção da cultura popular: as ocupações [...] trata-se de uma identificação cujo cimento são os afetos e o imaginário. Deste tipo de vínculo surgem formas criativas de comunicação e construção do comum” (p. 4).

Para os autores, trata-se de um movimento contrário à apropriação do espaço pelas elites de poder. Eles destacam que “os espaços fechados e estruturados não conseguem comportar a forma mais evidente de produção de vínculo, que se dá a céu aberto, nas praças, parques, ruas, viadutos e prédios abandonados” (idem, p.2).

A produção do comum, no entanto, não corresponde a um procedimento racional e consciente, mas refere-se à ideia de relação e vínculo. Nesse contexto, a comunicação que se dá nessas ocupações não é o que acontece depois que a linguagem se codifica, mas sim um exercício relacional, ligado aos afetos.

as novas formas de ocupação da cidade que vemos se deflagrarem de norte ao sul do país apontam para uma transfiguração das políticas culturais e de promoção da cidadania, onde o protagonismo não está mais na inteligência acadêmica e muito menos no Estado, mas na intelectualidade de base (PAIVA E GABBAY, 2016, p.6)

De tal forma, observa-se que, apesar de a organização de uma cultura hegemônica almejar o consenso e o apaziguamento, existe uma outra forma de organização da vida (e também de ver a vida) que é construída por grupos comunitários subalternos que se vinculam, geram racionalidade alternativas, linguagens, meios expressivos próprios. Ou seja, se organizam e se aproximam para tensionar e modificar esse ordenamento social, como é o caso das ocupações urbanas.

As vinculações que se constituem numa ocupação urbana, no entanto, nem sempre decorrem de uma consciência política explícita ou da observação da necessidade de modificar as estruturas macrosociais. Neste caso, Gramsci (2011, 1989) explica que se trata de um processo permeado por ambiguidades, em que os grupos podem se vincular por necessidades imediatas, e não obrigatoriamente ligadas a um desejo de ruptura sistêmica.

No entanto, a participação nesses processos, pode provocar uma transição que vai de um momento meramente econômico-corporativo ou egoístico-passional — voltado para o interesse em conquistar algo individual que melhore suas vidas — para outro ético-político, que corresponde a uma vinculação orgânica no enfrentamento das lutas sociais. Trata-se de uma

passagem do momento meramente econômico (ou egoístico-passional) ao momento ético-político, isto é, a elaboração superior da estrutura em superestrutura na consciência dos homens. Isto significa também a passagem do “objetivo ao subjetivo” e da “necessidade à liberdade”. A estrutura, de força exterior que esmaga o homem, assimilando-o e o tornando passivo, transforma-se em meio de liberdade, em instrumento para criar uma nova forma ético-política, em origem de novas iniciativas (GRAMSCI, 2011, p. 192).

Observa-se que o filósofo italiano está interessado em compreender quais são os mecanismos que, uma vez impulsionados pelos grupos subalternos poderiam elaborar a organização da uma cultura hegemônica pelos movimentos e grupos sociais, capaz de gerar outras formas de subjetividade e consciência.

Estes vínculos, se começam por motivos meramente econômicos — e no caso em questão, a necessidade de obter o acesso aquilo que precisa ser ocupado — podem, todavia, constituir formas de produção do comum, simbolização e consciência de cunho ético-político, capazes de originar novas iniciativas sociais e tensionar as formas hegemônicas de organização da vida.

Esse fato vincutivo é o que provoca a construção do comum, fonte e origem do pensamento, da consciência e da subjetividades sociais. Para SODRÉ (2013) o comum é um lugar, que é, ao mesmo tempo espacial e simbólico. Trata-se de “uma dimensão exterior aos indivíduos que os obriga a uma entrega incondicional, a uma fatalidade do vínculo” (p. 207).

Esquemáticamente, é possível identificar que, em uma ocupação, a vinculação provoca a constituição de um tipo particular de comum gerada através da interação e da vinculação social do grupo que ocupa, tornando-se um espaço de mediação onde formas ainda tácitas e pré-cognitivas de pensamento se originam.

Assim, a produção do comum, os vínculos, os afetos e as formas de interação que se dão entre os sujeitos que compartilham uma mesma existência em uma ocupação possibilita uma esfera de mediação hegemônica pelos movimentos sociais e grupos subalternos, em que as diferenças são postas a codificar e simbolizar para comunicar, gerando outras formas de cognição, subjetividade e consciência.

Conclusões

Ao articular as reflexões de Muniz Sodré (2014) sobre a produção do comum, observa-se uma aproximação entre o filósofo baiano e Antônio Gramsci. Isto porque pode-se inferir aproximações entre o processo de mediação e organização da cultura - que se realiza pela sociedade civil - e as reflexões em torno da produção do comum aventadas pelo pesquisador brasileiro.

Assim, observa-se que as expressões culturais populares – como as ocupações - mobilizam a dimensão simbólica e vincutiva na luta política, e produzem signos, imagens, linguagens, enfim, formas simbólicas, que possibilitam as formas de vinculação e estratégias de pertencimento desses grupos. Ou seja, produzem afecções e afetos metacomunicativos, espaços de interação, formas ainda tácitas e sensíveis de comunicação que constituem a produção do comum dos grupos subalternos.

Deste modo, observa-se que apesar das estruturas desiguais de ordenamento do espaço e da cultura, os grupos organizados tem implementado formas de agenciamento opondo-se ao modelo social vigente. Deste modo, compreende-se a ocupação como um lugar de mediação em que ocorre a disputa pela produção do comum (SODRÉ, 2014), ou seja, a disputa pelos processos comunicativos que conformam nossas formas de simbolização, pensamento e consciência.

Deste modo, observa-se que, ao organizar-se no espaço comum das ocupações, o grupo que ocupa constrói relações de vínculo e comunicação que permitem não só o usufruto do direito reivindicado, mas também a reelaboração de sentidos, do imaginário social e das representações hegemônicas que permeiam a sociedade midiaticizada.

REFERÊNCIAS

COUTINHO, Carlos Nelson. **Cultura e sociedade no Brasil: ensaio sobre ideias e formas**. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

_____. **Gramsci: um estudo sobre seu pensamento político**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1992.

COUTINHO, Eduardo Granja. **A comunicação do oprimido e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Ed. Mórula, 2014.

_____. **Gramsci, herdeiro de Lenin: o problema da relação entre teoria e paixão**. In: LOLE, A. DEL ROIO, M. GOMES, V. Gramsci e a Revolução Russa. Rio de Janeiro: Ed. Mórula, 2017

FRIGOTTO, Gaudêncio. **Educação e a crise do capitalismo real**. São. Paulo: Ed. Cortez, 2010.

GRAMSCI, Antônio. **O leitor de Gramsci: escritos escolhidos 1916-1935**. Org.: Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

_____. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Ed. Civilização Brasileira, 3ª edição, 1985.

_____. **Literatura e vida nacional**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

_____. **Maquiavel, a política e o Estado moderno**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 7 ed., 1989.

HARVEY, David. **Direito à cidade**. Lutas Sociais, São Paulo, n. 29, p.73-89, jul./dez. 2012.

MARICATO, Ermínia. **Erradicar o analfabetismo urbanístico**. In: Revista FASE, março de 2002.

PAIVA, Raquel. **O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2ª edição, 2003.

_____. **Comunidade Gerativa**. In: CONGRESSO LATINOAMERICANO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, n. 5, 2000, Santiago. Anais... Santiago, 2000.

_____. GABBAY, Marcello. **Cidade, Afeto e Ocupações: ou a transfiguração do espaço público no Brasil contemporâneo**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, n. 39, 2016, São Paulo. Anais... São Paulo, 05 a 09 set. 2016.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2014.

_____. **O terreiro e a cidade: a forma social negro-brasileira**. Rio de Janeiro: Imago Editora; Bahia: Fundação Cultural do Estado da Bahia, 2002.

ZIBECHI, Raúl. **Territórios em resistência: cartografia política das periferias urbanas latino-americanas**. Rio de Janeiro: Consequência, 2015.

_____. La emancipación como producción de vínculos. In: CECENA, Ana. Los desafíos de las emancipaciones en un contexto militarizado. Buenos Aires: CLACSO, jan. 2006.



Comunicación comunitaria para la ciudadanía. Políticas públicas para la comunicación comunitaria. Community communication for citizenship. Public policies for community communication.

Claudio Vívori, claudiovivori@yahoo.com.ar
Gastón Wahnish, gastonwahnish@gmail.com
*Facundo Vila, facuvila@gmail.com*⁹²

Resumen: La ponencia aborda el trabajo realizado por la Línea de Acompañamiento a Medios de la Dirección de Capacitación y Promoción de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina desde 2013 hasta 2018. El objetivo es revisar y reflexionar sobre la experiencia, aportar a los debates sobre la comunicación como campo estratégica para la inclusión social, la equidad y la democracia, y marcar la importancia de la continuidad de las políticas públicas frente a un momento de inestabilidad institucional del organismo y de regresión en materia de derechos comunicacionales. Se parte del derecho a la comunicación como premisa, se recorren los pasos para el acompañamiento a los medios y se refuerza la pertinencia del foco puesto en las radios FM. Luego se proponen los motivos y el potencial de la comunicación comunitaria para la transformación social, y la necesidad de los Estados para su fortalecimiento.

Palabras Clave: Defensoría del Público, comunicación comunitaria, acompañamiento a medios

Abstract: The report addresses the work done between 2013 and 2018 by the Media Accompaniment Office of the Training and Promotion Department of the Defender of the Public of Audiovisual Communication Services of Argentina. The goal is to revise and to reflect on the experience; to contribute to the discussion on communication as a strategic field for social inclusion, equality and democracy; and to highlight the importance of the continuation of these public policies because of the current instability of the organization and the regression in communication rights. It begins with the right to communication as a premise, it takes you through the stages of media accompaniment and justifies the focus on FM radios. Then, it states the reasons and potential of community communication regarding social change and how necessary the State is for strengthening it.

Key words: Defender of the Public, community communication, media accompaniment.

Introducción

El presente ensayo consiste en una revisión y reflexión sobre el trabajo realizado en el marco de una política pública relativa al derecho a la comunicación y destinada a fortalecer los medios comunitarios, campesinos e indígenas de Argentina. El objetivo es compartir la experiencia de sus cinco primeros años, aportar a los debates sobre la comunicación como arena estratégica para la inclusión social, la equidad y la democracia, y advertir de la importancia de su continuidad frente a un momento de inestabilidad institucional del organismo que la lleva a cabo y de regresión en materia de derechos comunicacionales.

La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) fue sancionada en 2009 por el Congreso de la Nación Argentina y a través de su artículo 19, en noviembre de 2012, se creó la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (DPSCA). Entre sus funciones se encuentran “recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público de la radio y la televisión”, “convocar a audiencias públicas” y “crear un ámbito participativo de debate permanente sobre el desarrollo y funcionamiento de los medios de comunicación” (Ley N°26.522, 2009).

⁹² Integrantes de la Línea de Acompañamiento a Medios Comunitarios, Campesinos e Indígenas de la Dirección de Capacitación y Promoción de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual; universitarios; Argentina.

Bajo ese marco y a pocos meses del inicio de sus actividades, dos pedidos particulares impulsaron la decisión del organismo de adoptar una tarea pedagógica y de acompañamiento a los medios sin fines de lucro: la Unión de los Pueblos de la Nación Diaguita de Tucumán (UPNDT) solicitó asesoramiento para instalar su primera radio FM y el Movimiento Campesino de Santiago del Estero (MOCASE) para montar su sexta emisora y fortalecer las ya existentes. Así fue que en 2013 empezó a tomar forma la línea de trabajo dentro de la Dirección de Capacitación y Promoción para acompañar al sector sin fin de lucro, en mayor medida a las radios comunitarias-alternativas-populares, campesinas e indígenas. Durante el artículo se hablará de lo comunitario en referencia a todo el sector para hacer hincapié en la política pública y no en las especificidades de denominación.

Desde 2013 hasta principios de 2018 se trabajó con más de 110 emisoras y proyectos de comunicación de casi todas las provincias de Argentina y con más de 70 emisoras y proyectos de comunicación indígena de 23 pueblos originarios de 20 provincias. La diferenciación de los medios indígenas está establecida en la LSCA ya que los permisos a los que pueden acceder las comunidades de pueblos originarios consisten en autorizaciones directas que no vencen en el tiempo. El resto de los actores sociales acceden a licencias concursables por un plazo determinado, salvo algunas excepciones para servicios de baja potencia en zonas de escasa densidad demográfica. Sin embargo la regularización del espectro radioeléctrico sigue siendo una cuenta pendiente del Estado Nacional, por lo que la mayoría de las radios FM del país se encuentra sin licencia. La línea de Acompañamiento a Medios de la Dirección de Capacitación y Promoción se centró principalmente en el trabajo con radios FM y en menor medida con canales de televisión en consonancia con la cantidad de emisoras no comerciales existentes en uno y otro soporte.

Actualmente la LSCA sigue vigente aunque sustancialmente modificada por decretos elaborados desde el cambio de gobierno nacional en diciembre de 2015. De esta manera el Poder Ejecutivo subordinó a su órbita el control de los órganos de regulación y aplicación de la política de medios y telecomunicaciones, y retrocedió en materia de regulación sobre la concentración de la propiedad en radio y televisión (Becerra, 2016).

La DPSCA tras el vencimiento del mandato de su primera defensora se encuentra en situación de acefalía dado que la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, las Tecnologías de las Telecomunicaciones y la Digitalización del Poder Legislativo, desde noviembre de 2016 no ha iniciado el procedimiento previsto para la designación de un nuevo Defensor/a.

La premisa: el derecho a la comunicación

La base del trabajo de la DPSCA radica en concebir a la comunicación como el derecho inalienable de acceder a información diversa y plural y de expresar ideas y opiniones libremente sin ningún tipo de censura. El derecho a la comunicación posee dos dimensiones, una individual y otra colectiva o social. La primera consiste en el derecho de cada persona a expresar sus propios pensamientos, ideas e informaciones, mientras que la segunda refiere al derecho de la sociedad a recibir y acceder a información plural y diversa que permita construir un punto de vista propio sin condicionamientos (Castello, Mársico y Vizcarra, 2017).

El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH), documento declarativo adoptado por la Asamblea General de ONU en 1948 que recoge en sus 30 artículos los derechos humanos considerados básicos, hace referencia al derecho de las personas a hacer escuchar su voz y expresarse libremente a través de diferentes medios (Castello et al., 2017):

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. (DUDH, 1948)

Etapas y descripción

Contacto

El proceso de acompañamiento comienza con la búsqueda de referentes de proyectos de comunicación comunitarios para establecer el primer contacto. Por vía telefónica se presenta el organismo, la tarea específica de capacitación y se queda a disposición de la contraparte para posibles capacitaciones. Esta concepción del Estado como agente activo fue una de las claves que permitió alcanzar a tantos medios: no permanecer a la espera de la demanda sino activar la búsqueda y llegar adonde sea necesario. La intención es estar a disposición de una manera sencilla y directa, sin trámites burocráticos, y de manera regular y constante

Planificación

El relevamiento de necesidades de capacitación consiste en conversaciones con la contraparte para que el diagnóstico del estado de situación del medio, y la planificación de los temas de las capacitaciones resulten de un análisis conjunto y participativo. Luego la DPSCA se amolda a tiempos y disponibilidades del colectivo que gestiona la emisora, a la vez que se hace cargo de todos los costos para garantizar la actividad.

Temas

Uno de los objetivos para el diseño de las capacitaciones es poder articular contenidos conceptuales con herramientas prácticas para la producción, a la vez que reforzar el sentido político de las estrategias comunicacionales y el rol e importancia de los medios comunitarios en el sistema de medios. El derecho a la comunicación, la concepción de las audiencias como sujetos de derecho, el análisis de las representaciones mediáticas y la comunicación como proceso de construcción de sentidos y campo de disputa simbólica son los ejes que suelen sustentar los talleres. Las temáticas específicas pueden abordar el lenguaje radiofónico y las características del medio en sus instancias de emisión y recepción; la producción periodística (agenda informativa, fuentes, abordaje, redacción, etc.); la producción general de programas; los géneros, los formatos y sus combinaciones; la operación y la edición digital de sonido para la artística y la creatividad radiofónicas; el impulso de redes de medios y la formación de corresponsalías populares; el análisis y las distintas tácticas para la participación de las audiencias; el diseño o rediseño de los proyectos comunicacionales y sus articulaciones con otros actores sociales; la gestión integral con sus diferentes dimensiones; estrategias de financiamiento para lograr la sostenibilidad en el tiempo; armado y redacción de proyectos para la presentación a convocatorias de subsidios; entre otras.

Talleres de capacitación

Las instancias de capacitación en las radios comunitarias, al ser abordadas desde la pedagogía de la educación popular, constituyen espacios de formación, participación, intercambio y debate. Se procura desmitificar la noción de que el saber procede de Buenos Aires y se intenta lograr una articulación entre los diferentes conocimientos, experiencias y herramientas, tanto de educadores como educandos (Freire, 2012), para que de allí surja algo nuevo basado en la revalorización y resignificación de lo propio y lo local. Quienes viajan de la DPSCA invitan a problematizar las prácticas mediáticas instauradas, el porteñocentrismo, lo que se cree que es una voz de locutor/a autorizada para hablar en radio, y demás mitos que naturalizan las representaciones hegemónicas propagadas (Barthes, 1999). La idea es fomentar la reflexión y la conciencia crítica que permitan escapar de una posición espectadora desde la periferia para insertarse en el mundo y transformarlo en tanto sujetos del mismo. Se trata de una “praxis que, siendo reflexión y acción verdaderamente transformadoras de la realidad, es fuente de conocimiento y creación” (Freire, 2012, p.115).

A su vez este tipo de acercamiento y perspectiva permite generar mayor empatía, establecer un vínculo de confianza –incluso afectivo– y romper con el prejuicio fundamentado que se suele tener hacia un Estado paternalista y más preocupado por la foto que en la acción misma. La política de capacitación y acompañamiento se distancia también de otras acciones estatales habituales que apuntan sólo a proveer equipamiento material. El objetivo de la DPSCA es dejar capacidad instalada en los proyectos para que puedan emanciparse y construir en y desde sus medios, su propio mundo.

Acompañamiento

Al balance de la capacitación y la devolución de la contraparte le sigue la proyección que le dará continuidad a un proceso que intentará responder a todas las demandas y brindar todas las herramientas posibles que puedan contribuir al fortalecimiento de cada emisora. Además, la DPSCA funciona como articuladora entre todas las experiencias de comunicación con las que trabaja compartiendo vivencias y experiencias de unas en otras, promoviendo el trabajo en conjunto y la conformación de redes que complementen a nivel local o regional a las nacionales ya existentes. Con este propósito ha organizado dos Encuentros Latinoamericanos de Comunicación Campesino Indígena en 2015 y 2016, y ha acompañado a comunicadoras/es de diversos pueblos originarios en la conformación de la Red de Comunicación de los Pueblos Indígenas en 2017.

Perspectiva

¿Cabe preguntarse sobre la pertinencia del fomento de radios FM en un contexto tecnológico digital que plantea un apagón analógico en un mediano o largo plazo? Por un lado en Argentina ocurre que la conectividad a internet –pero también a telefonía fija y móvil– disminuye a medida que se aleja de los grandes centros urbanos, por lo que hoy en día en muchos sitios la instalación de una emisora FM resulta la opción más económica, la más viable en términos de infraestructura y hasta a veces la única posible. Dos ejemplos emblemáticos son las radios indígenas FM Libertad y FM Peuman Hueche [ver videos]. FM Libertad está emplazada en el paraje Cieneguillas, provincia de Salta: allí donde no llega el tendido de energía eléctrica, la radio del pueblo originario diaguita calchaquí funciona con paneles solares y transmite cuatro horas por día. FM Peuman Hueche está ubicada en el paraje Colipilli, provincia de Neuquén, también en un aislamiento comunicacional, y la emisora es utilizada como un servicio social para la comunidad.

Por otro lado, resulta falaz creer que una radio analógica puede ser fácilmente reemplazada por una radio web –suponiendo que exista conectividad a la red– ya que cambian las condiciones de recepción: los dispositivos para poder escucharla son más costosos (una computadora o un celular con acceso a internet) y se requiere el abono de una conexión a la red. En cambio, un sintonizador de radio es más económico y el acceso a la programación es gratuito, además de anónimo (Espada, 2017). Y si en cambio se piensan como alternativas la televisión o la prensa escrita, la infraestructura, los insumos, la distribución y/o la mano de obra necesaria para su instalación y funcionamiento, las vuelven imposibles. Resulta fundamental leer la política de la DPSCA a la luz de los actuales contextos geográfico, económico, tecnológico y mediático del país. Argentina está altamente centralizada en su capital, la ciudad de Buenos Aires, y en unas pocas más. Luego existe un abismo de desigualdad en lo económico y por lo tanto también en las infraestructuras tecnológicas y de servicios básicos. Según Martín-Barbero, lo que se suele denominar “brecha digital” es en realidad una brecha social ya que “no remite a un mero efecto de la tecnología digital sino a una organización de la sociedad que impide a la mayoría acceder y apropiarse, tanto física como económica y mentalmente, de las TIC” (Barbero, 2005, p. 14).

A contramarcha del recurrente y fallido agüero que presagia la muerte de la radio desde la invención de la televisión, la DPSCA estuvo presente en los pasos previos y el lanzamiento de las emisoras indígenas Radio Origen del pueblo diaguita de Tucumán; de FM Monte Adentro del pueblo lule vilela en Monte Quemado, Santiago del Estero; de FM Aim Mokoilek del pueblo mocoví en Colonia Dolores, Santa Fe; de FM OCAN del pueblo kolla en Nazareno, Salta; de las radios campesinas FM La Arriera en Chos Malal, Neuquén; FM El Nevado en Punta del Agua, Mendoza; Radio Pueblo en Deán Funes, Córdoba; FM Tierra sin Frontera en el paraje Caubré-i, Misiones; FM Tero en Villa Ocampo, Santa Fe; y la radio socioeducativa El Zorzal de Zapala, Neuquén.

Reflexiones

Frente a este panorama las radios comunitarias, con lógicas de producción diferentes debido a que no las guía el ánimo de lucro y por lo tanto suelen alejarse del interés por el mero impacto, surgen como trincheras desde donde contrarrestar los relatos que hegemonizan los espacios mediáticos desde Buenos Aires, y desde donde construir otros mundos posibles. Los medios sin ánimo de lucro de la sociedad civil son una alternativa de comunicación, información y participación para la sociedad civil frente al poder político y económico (Chaparro, s.f). Sin embargo, también ocurre que en radios de esta naturaleza suelen replicarse prácticas de los grandes medios comerciales; sea al leer las noticias de los diarios de mayor tirada del país a la hora del informativo o al producir programas propios desde el sentido común socialmente instaurado. Es lícito pensar que los medios de comunicación pueden resultar alienantes, aunque pertenezcan a la comunidad (Eco, 1987).

Por estos motivos podría pensarse en una doble dimensión de la estrategia de guerrilla semiológica que plantea Eco, quien propone “discutir el mensaje en su punto de llegada, a la luz de los códigos de llegada, confrontándolos con los códigos de partida” para poder cambiar el significado otorgado inicialmente al mensaje y de esta manera reintroducir una dimensión crítica en la recepción pasiva. Entonces, por un lado, los medios mismos podrían actuar de catalizadores con sus audiencias frente al “bombardeo gradual y uniforme de la información, en la que los diversos contenidos se nivelan y pierden sus diferencias” (Eco, 1987). Por otro, la DPSCA es responsable de iniciar y/o profundizar este debate al interior de cada proyecto de comunicación para una relectura del flujo informacional y sobre todo para la posterior producción de la propuesta periodística propia. De esta manera la criticidad podría potenciarse y diseminarse desde los medios comunitarios.

Las radios comunitarias en su funcionamiento conforman espacios de participación democrática, expresión, experimentación y encuentro. Por lo tanto, podrían funcionar como ensayos de otras ciudadanías posibles donde existan otras lógicas de organización y convivencia regidas por la misión, la visión y los objetivos del proyecto político comunicacional. De ahí derivan los diferentes modos de participación, de toma de decisiones, de financiamiento, de distribución de roles y recursos, de comunicar hacia adentro y hacia afuera del colectivo. Además una comunidad con un medio a disposición puede decidir su agenda y programación propias para construir soberanía y autodeterminación: la información socialmente relevante, la discusión crítica que aporte a una mejor toma de decisiones sobre temas sensibles, la difusión de artistas locales, la cobertura de actividades culturales y deportivas zonales, los tiempos conformes a la idiosincrasia del lugar, las tonadas y acentos con los que se identifiquen las audiencias o las historias de la región. En el caso de comunidades indígenas, se suma la posibilidad de trabajar en la recuperación o conservación de su lengua originaria, sus músicas y los saberes ancestrales de su cosmovisión, cosmogonía y cultura. La radio también puede ser un parlante bilingüe (o plurilingüe) que genere un diálogo intercultural, de aproximaciones y entendimiento recíproco, como los casos de FM Qom La'aqtac, radio qom de Colonia Aborigen, provincia de Chaco y FM Eco, radio mapuche de Allen, Río Negro.

Habitar y hacer radio comunitaria es una manera de ir a contracorriente de la tendencia predominante. Es contribuir para que lo público no se privatice y las/os ciudadanas/os no se conviertan en individuos consumidores de tácticas, objetos, servicios y políticas de seguridad, como advierte Rincón frente a lo que denomina ciudadanías del miedo. Es deshabetar la ciudad “hecha cada día más de flujos, de circulación e informaciones, pero cada vez menos de encuentro y comunicación” (Barbero, 2000, p. 29-35). Es proyectar una nueva. Pues a la pérdida del sentido comunitario de vida, se le suma el miedo mediático que está terminando de dinamitar los lazos sociales: “diluye la confianza, la ciudadanía y la democracia” y la reacción es “más encierro y olvido de lo social, más centro comercial y menos vida pública” (Rincón, 2016, p.301 y 307).

“En su concepción clásica, la ciudadanía implica la igualdad de condiciones de todas las personas. Pero esa igualdad abstracta, declamativa, choca con la desigualdad material, concreta, también en el campo de la comunicación”. La ciudadanía comunicacional consiste en el reconocimiento de nuestra condición de sujetos de derecho y de demanda en el campo de la comunicación, que es la arena de la disputa simbólica y por lo tanto de poder. “En la noción de ciudadanía comunicacional radica también una enorme fuerza transformadora que puede contribuir a construir la igualdad que le es inherente” (Castello et al., 2017, p.7 y 77).

Para poder acceder, participar, expresarse y ser parte de la comunicación es necesaria la inclusión. Primero que los sectores populares, marginados, invisibilizados y/o históricamente relegados del sistema de medios puedan incorporarse a los medios comunitarios –o crear los propios–; luego, que esa inclusión se refleje en el ecosistema narrativo donde se crean y refuerzan valores e imaginarios (Chaparro, s.f) para dejar de ser lo ausente.

La comunicación comunitaria es capaz de abarcar y abrazar toda esa diversidad que no se encuentra en los medios de comunicación que hegemonizan los relatos desde las capitales con lógicas mercantiles, y de producir algo transformador. Martín-Barbero es optimista al pensar la globalización contemporánea como “un conjunto extraordinario de posibilidades” que surge de dos hechos: “la enorme y densa mezcla de pueblos, razas, culturas y gustos” a la par que afloran cosmovisiones que “ponen en crisis la hegemonía del racionalismo occidental”; y la apropiación creciente de las nuevas tecnologías por los sectores subalternos que les posibilita una “revancha sociocultural” y por lo tanto una “construcción de contrahegemonía a lo largo y ancho del mundo” (Barbero, 2009).

(...) Estamos ante una intensiva apropiación comunitaria de la radio y la televisión para comunicar a las comunidades locales entre sí y a estas con otras en el mundo, con el objetivo de rehacer el tejido colectivo de la memoria y contrainformación, y movilizándolo la imaginación para participar en la construcción de lo público. (Barbero, 2009)

Ahora bien, ¿cómo garantizar la existencia de estos espacios de comunicación y cómo fortalecerlos? La Declaración sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO de 2001 advierte que:

Las fuerzas del mercado por sí solas no pueden garantizar la preservación y la promoción de la diversidad cultural, condición de un desarrollo humano sostenible. Desde ese punto de vista, conviene fortalecer la función primordial de las políticas públicas, en asociación con el sector privado y la sociedad civil.

De UNESCO también deriva el Informe MacBride de 1980 a través del que se introdujeron por primera vez en la agenda internacional los términos pluralismo, democratización de las comunicaciones, diversidad, universalidad del derecho a la comunicación (Castello et al., 2017).

Es por eso que el rol del Estado resulta fundamental, primero para la democratización del espectro radioeléctrico, y segundo para fortalecer el sector comunitario, si se cree en su potencial. ¿De qué otra manera y con qué recursos podría afrontarse sino la tarea de brindar herramientas y conocimientos que permitan una utilización óptima y responsable de los medios de comunicación? El acompañamiento a medios comunitarios de la DPSCA puede resultar una política pública innovadora digna de ser replicada, perfeccionada y potenciada por organismos públicos que confíen en la comunicación como medio de transformación social. La comunicación comunitaria tiene la capacidad de aportar a la inclusión social en los espacios físicos que conforma y en los imaginarios colectivos que construye. La pluralidad y diversidad de voces aproxima una sociedad más igualitaria y democrática. La indiferencia y la apatía pueden confinarse frente a la sensibilidad y conciencia sociales que afloran. Los individuos pueden volver de ser consumidores a ciudadanos. Nada de esto está entre las intenciones del mercado por lo que resulta menester fortalecer los Estados y las políticas públicas que posibilitan poner el interés general sobre el particular.

Referencias

- Barthes, R., (1999). *Mitologías*. México DF, México: Siglo XXI.
- Becerra, M., (14/1/2016). Restauración [Mensaje en un [blog](#)]. Quipu, políticas y tecnologías de la comunicación.
- Castello, P., Mársico, M. y Vizcarra, V., (2017). *Mucho que decir*. La comunicación en boca de todxs.
- Chaparro, M., (sin fecha). Políticas públicas, medición de la rentabilidad social y nuevas narrativas para una Nueva Ética. Univ. de Málaga, España.
- Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural (2001).
- Eco, U., (1987). Para una guerrilla semiológica. En *La estrategia de la ilusión*.
- Espada, A. (19/5/2017). La radio digital en cuestión [Mensaje en un [blog](#)]. Revista Fibra.
- Freire, P., (2012), *Pedagogía del oprimido*. Avellaneda, Argentina: Siglo XXI.
- Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, Bs As, Argentina, 10/10/2009.
- Martín-Barbero, J., (sin fecha). La ciudad: entre medios y miedos. En Rotker, S., (2000). *Ciudadanía del miedo*. Caracas, Venezuela: Nueva Sociedad.
- Martín-Barbero, J., (2005). Cultura y nuevas mediaciones tecnológicas. En América Latina, otras visiones desde la cultura. Bogotá, Colombia: Unidad Editorial.
- Martín-Barbero, J., (2009). Diversidad cultural y convergencia digital. En *Alambre. Comunicación, información, cultura*. N°2.
- Rincón, O., (2016). Epílogo. Los miedos mediáticos como el espectáculo del siglo XXI. En Focas, B. y Rincón, O., (2016). *(In)seguridad, medios y miedos*. Cali, Colombia: Univ. Icesi.

Producción de sentidos en medios comunitarios. Hacia la construcción de una red colaborativa.

The sense of community media production. Toward a knowledge collaborative network.

Sandra Liliana Osses Rivera⁹³
Carlos Eduardo Valderrama Higuera⁹⁴

Resumen: La ponencia presenta el desarrollo y principales resultados de la investigación *Producción de sentidos en medios comunitarios. Hacia la construcción de una red colaborativa*, una iniciativa de investigación-acción que propone construir, a partir del diálogo de saberes, posibilidades para comprender las dinámicas y procesos de medios comunitarios en Colombia, particularmente radios comunitarias ubicadas en Bogotá y Cundinamarca. Se generaron tres procesos paralelos: uno orientado al reconocimiento de los sentidos que sobre el carácter comunitario construyen las experiencias; otro proceso ligado a la co-construcción de un modelo de recepción adecuado a los medios comunitarios, particularmente emisoras de radio; y el tercero, enfocado en la construcción de una propuesta (prototipo) colaborativa para la puesta en marcha de una red social de conocimiento sobre comunicación comunitaria.

Palabras Clave: Radio comunitaria, Estudios de recepción, Redes comunitarias.

Abstract: This paper presents the process and main results about the research: *The sense of community media production. Toward a knowledge collaborative network*. This work develops a methodology based in dialogue of knowledge to understand the dynamics and processes of community media in Colombia, particularly community radios located in Bogotá and Cundinamarca. Three parallel processes were generated: recognition of the senses that produce community experiences; co-construction of a reception model suitable for community media, specifically radio stations; and construction of a collaborative proposal (prototype) for the implementation of a social network of knowledge about community communication.

Key words: Communitaire Radio, Reception Studies, Community networks.

Tema central

El tema de los medios de comunicación comunitarios ha sido de capital importancia en el desarrollo del campo de la comunicación popular, alternativa, ciudadana en América Latina, en tanto son espacios en los que es posible dinamizar procesos de mediación y mediatización de sectores que tradicionalmente no se encuentran articulados a los procesos de las industrias culturales y buscan mantener su independencia frente al Estado.

Actualmente en Colombia estos medios, particularmente las radios comunitarias, parecen enfrentar una crisis caracterizada por grandes dificultades para lograr sostenibilidad económica, social y cultural, así como para sobreponerse a los obstáculos que enfrentan cotidianamente en los procesos de interacción con sus públicos. Este panorama contrasta con un entorno que les reclama jugar un papel protagónico en la consolidación de un proceso de reconciliación marcado por el Acuerdo de paz firmado entre las FARC-EP y el Estado y el proceso de diálogo que se intenta con el ELN.

⁹³ Sandra Liliana Osses Rivera, docente-investigadora, Departamento de Comunicación Social y Periodismo, miembro del Grupo Comunicación-Educación adscrito al IESCO Universidad Central, Bogotá, Colombia. Doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la UNAM, Colombia, sossesr@ucentral.edu.co.

⁹⁴ Carlos Eduardo Valderrama Higuera, docente-investigador, Departamento de Ciencias Sociales, miembro del Grupo Comunicación-Educación adscrito al IESCO Universidad Central, Bogotá, Colombia. Magister en Sociología, Colombia, cvalderramah@ucentral.edu.co

Este asunto que se ha entremetido en la vida cotidiana y el sentido común de los colombianos bajo la denominación de “posconflicto” y que se plantea como un horizonte de transición que implica la reflexión y resignificación de las prácticas y relaciones de los diferentes actores sociales, principalmente en los territorios, supone la participación activa de las radios comunitarias que se encuentran en todos los departamentos y tienen incidencia en zonas de poco acceso y baja presencia institucional, por lo que varias voces han insistido en el importante rol que estos medios pueden jugar en la transición.

En este contexto, se consideró pertinente plantear un proceso de investigación que pudiera aportar elementos a la reflexión académica y la práctica social de este tipo de comunicación partiendo de develar los sentidos que éstos medios configuran en las prácticas de producción y en la interacción con los públicos, lo cual implicó una mirada profunda de la construcción intersubjetiva de los medios comunitarios en procesos de emancipación, resistencia y vinculación con los contextos locales. Paralelo a ello, se planteó un proceso participativo vinculado a la acción local y la producción que pudiera articularse en torno a la construcción de una red colaborativa orientada a procesos de formación e interacción mediante la generación contenidos y nuevos conocimientos, así como el fortalecimiento de los vínculos existentes y la creación de otros en pos de posicionar dinámicas de intercambio y diálogo orientadas a potenciar su papel en el espacio local y contribuir a su proyección y sostenibilidad.

Objetivos

Como objetivo general, la investigación se planteó la comprensión de las formas en que los medios comunitarios y sus públicos construyen sentidos a partir de las prácticas de producción, interacción social, recepción y circulación de saberes en torno de lo comunitario, con el fin de emprender procesos de diálogo de saberes y gestión colaborativa del conocimiento que les permitan enfrentar los desafíos que les propone el contexto contemporáneo. Derivado de éste se postularon tres objetivos específicos así: a) Realizar un estado del arte dinámico sobre la producción de conocimiento desarrollada en Colombia sobre medios comunitarios; b) Caracterizar los procesos de producción de sentido sobre lo comunitario y comprender sus relaciones con lo comunicacional, lo político y lo cultural en el contexto contemporáneo; c) Diseñar colaborativamente una metodología para estudios de recepción y construcción de redes con medios comunitarios y e) Establecer un espacio digital que promueva la reflexión, acción, intercambio y articulación de diversos actores interesados en la comunicación comunitaria en el país.

Caracterización del estudio

El proceso se desarrolló en un trabajo conjunto entre los investigadores y los integrantes de los equipos base de siete emisoras ubicadas en la ciudad de Bogotá y en municipios cercanos del departamento de Cundinamarca que fueron seleccionados sobre criterios de variabilidad media relacionada con su anclaje poblacional (rural, urbano, semiurbano), el tiempo de maduración de su proyecto comunicativo (antiguas, nuevas), su disposición a la innovación y su perfil sociopolítico, además de la factibilidad con el fin de lograr un abanico amplio de posibilidades en la construcción colectiva y en los procesos de análisis. Se seleccionaron las siguientes experiencias: En Bogotá: La voz de mi barrio 7 (Localidad de Bosa), Suba al Aire (Localidad de Suba), Vientos Stéreo (Localidades de San Cristóbal, Usme, Tunjuelito, Rafael Uribe Uribe, Antonio Nariño, Santafé) y en Cundinamarca: Chingaza Stéreo (Fómeque), Alegría Stéreo (Tocancipá), Amigos de Chocontá FM (Chocontá) y La Calera FM (La Calera).

Paralelo al proceso exploratorio, se realizó una revisión bibliográfica que permitiera identificar elementos incidentes en los objetivos propuestos, con un énfasis especial en los estudios que incorporaban los casos seleccionados. Las conclusiones de la revisión, sumados a los datos logrados en la primera fase exploratoria y a las elaboraciones conceptuales desarrolladas por el propio equipo desde los antecedentes de investigaciones previas, (Osses, 2002; 2007; 2015; 2017) permitieron tener como punto de partida una caracterización que, superando la descripción, propuso una lectura reflexiva de los contextos y prácticas de comunicación y acción ética y política que se traducen en retos que tienen estos medios y sintetizamos a continuación:

1. En los tiempos actuales que vive Colombia, marcados por una transición definida por el acuerdo de paz con las FARC-EP que propone a la ciudadanía participar en la búsqueda de caminos de reconstrucción, los medios comunitarios han sido convocados a jugar un papel protagónico en procesos de pedagogía, recuperación de memoria colectiva, reconstrucción de tejidos sociales en los territorios y establecimiento de diálogos y reflexión colectiva. Esta interpelación llega en un momento en el que estos medios enfrentan diversos desafíos que marcan su práctica cotidiana, especialmente la construcción de sostenibilidad y la emergencia de nuevas formas y medios de comunicación de iniciativa ciudadana y comunitaria.

2. Lo medios comunitarios están abocados a asumir las transformaciones que se originan a partir de procesos como la urbanización, el desplazamiento forzado y el crecimiento sociodemográfico, entre otros aspectos que reconfiguran los espacios locales y dan nuevas formas al sentido y conformación de comunidad y, sobre todo, transforman las dinámicas comunicacionales en la medida en que los oyentes, la institucionalidad local y las organizaciones comunitarias se diversifican y complejizan. En esa medida, los medios comunitarios tienen que desarrollar estrategias para el seguimiento permanente de su interacción con los/as oyentes, con las instituciones locales y con las dinámicas comunitarias.

3. Los procesos de legalización y la promulgación de políticas públicas impulsadas por los comunicadores comunitarios han permitido consolidar en los últimos veinte años la presencia de medios comunitarios en el escenario mediático nacional lo cual incide positivamente en la lucha por la democratización de la comunicación. Las voces de los actores enfatizan en la necesidad de continuar avanzando en procesos de incidencia que asegure su existencia y mejore sus procesos en lógicas de fortalecimiento de procesos territoriales y sostenibilidad.

4. Las transformaciones tecnológicas de la comunicación que han permitido el creciente intercambio entre culturas a nivel global le ha planteado dos retos principales a los medios comunitarios y a las radios comunitarias en particular. Por una parte, las comunidades locales tienen hoy nuevos modos de experimentar lo local en tanto los sentidos y las matrices que configuran todo aquello que está situado, localizado, se ve interpelado, confrontado, por matrices de sentido de “otros locales” que pretenden incidencia global, lo cual transforma tanto la producción del sentido de lo comunitario como las mismas prácticas sociales de recepción. En segundo lugar, los desarrollos de las tecnologías digitales de la información y la comunicación están planteando un desafío comunicativo de grandes proporciones a los medios comunitarios, pues los retos no solo pasan por asuntos de carácter puramente técnico sino, principalmente, por desafíos de carácter cultural, ético, estético, político y comunicativo.

5. Los retos a los medios comunitarios, descritos en los puntos anteriores, enfrentan un desafío mayor, necesario e ineludible, cual es el de producir nuevos conocimientos en distintos órdenes y en diversos niveles. Conocimientos de orden sociopolítico, socioeconómico, pedagógico, comunicativo, tecnológico, entre otros, que permitirán abordar con pertinencia los territorios comunicacionales en y con los cuales tienen incidencia. Buena parte de estos conocimientos no están afuera o solo los pueden generar agentes externos (como la academia o el Estado) sino que reposan en las prácticas mismas de los medios comunitarios. Es fundamental un trabajo colaborativo entre diferentes medios comunitarios, con la academia y con instituciones del Estado, se pueden generar procesos de producción de conocimiento que ayuden a enfrentar los retos descritos anteriormente.

Enfoque metodológico.

La investigación propuso para el desarrollo de sus objetivos una perspectiva cualitativa y dialógica, centrada en un proceso en el que quienes participan establecen relaciones intersubjetivas dentro de las que se construye conocimiento y, al tiempo, acción en contextos específicos. Este enfoque se fundamenta en la propuesta freiriana del diálogo comprendido como acción y reflexión. Desde este lugar epistemológico, el proyecto enfatizó en la importancia de la comunicación y la posibilidad de trabajo colaborativo como fundamento de la investigación. El diálogos de saberes promovió la generación de posibilidades para responder a la pregunta sobre la producción de sentido y la propuesta de dispositivos pedagógicos y espacios de trabajo colaborativo resultaron particularmente fructíferos. En este aspecto se destacan ejercicios como la reconstrucción colectiva de cada experiencia del que resultaron dos productos como líneas de vida y un relatos biográficos de cada emisora; jornadas de diálogo entre las emisoras, los investigadores y expertos en el tema (de la academia y las instituciones), talleres prácticos sobre recepción; grabación de piezas sonoras y ejercicios provenientes del “design thinking”.

La fase de análisis se organizó en fases sucesivas de categorización que se desarrollaron en paralelo con los procesos de producción, particularmente de un prototipo funcional para la construcción de una red de conocimiento y el pilotaje de instrumentos para el desarrollo de un estudio de recepción adecuado a las características de este tipo de medios.

Síntesis de Resultados

Los resultados obtenidos en desarrollo de la investigación se organizan en torno a la pregunta de investigación ¿Cuáles son los sentidos de lo comunitario que se construyen a partir de los saberes, prácticas y redes cotidianas que establecen en el ejercicio comunicativo los actores implicados en la producción y recepción de medios comunitarios en Bogotá y Cundinamarca?

Como resultados relacionados con el objetivo de develar los sentidos sobre lo comunitario que construyen los actores, se elaboró para cada una de las siete emisoras una línea de vida, un relato biográfico y se categorizaron 23 transcripciones de entrevistas individuales y colectivas con diferentes actores de las experiencias que sirvieron como insumo para la estructura y desarrollo de un artículo científico.

Con el objetivo de realizar la construcción participativa de un modelo de recepción para radios comunitarias, se realizó una jornada de reflexión con expertos invitados, se aplicó un instrumento cualitativo para reconocer las representaciones que tienen sobre sus oyentes/interlocutores las emisoras, se realizaron dos talleres sobre muestreo y construcción de instrumentos cuantitativos sobre los cuales se llevó a cabo un pilotaje y se realizaron grupos focales con oyentes/interlocutores en cada experiencia. Los resultados de este proceso son una cartilla que permite que los actores comunitarios apropien metodologías para el estudio de recepción, y un artículo científico que propone una lectura reflexiva y crítica sobre la recepción de emisoras comunitarias.

Con relación a la construcción colaborativa de una red social de conocimiento, se detectaron 3 objetivos: a) sostenibilidad, b) conectividad y c) formación, sobre los cuales se diseñó la arquitectura de la red y el mapa de navegación, a partir de lo cual se propone una red abierta en tres espacios diferentes: Crea una idea, Conecta tus ideas y Aprende y enseña nuevas ideas. Así mismo, se realizó un trabajo para el desarrollo de concepto de imagen de la red. El resultado final es un prototipo virtual funcional de la red social de conocimiento denominada: “Usqua. Medios comunitarios”.

En desarrollo del proceso se realizaron adicionalmente dos series de píldoras radiales sobre sentidos de lo comunitario y la importancia de la recepción, y dos programas radiales que muestran el desarrollo del proyecto. Así mismo, se efectuó un registro fotográfico y audiovisual con miras a generar productos que permitan socializar el proceso y construir insumos para el espacio digital de la red colaborativa.

Síntesis de conclusiones

Aunque los resultados cualitativos se presentan en los artículos con profundidad, se sintetizan a continuación algunas de las principales conclusiones del proceso de investigación:

La apuesta centrada en el diálogo de saberes implica la construcción de vínculos, confianza, permanencia y la ruptura de obstáculos epistemológicos que pueden ser enfrentados mediante procesos permanentes de reflexividad y la creación de diseños metodológicos que trasciendan los repertorios tradicionales de investigación que pongan en el centro los sujetos y su contexto.

La producción de sentido sobre lo comunitario responde al contexto particular en que se desarrolla la experiencia; son los sujetos colectivos los que confieren dichos sentidos anclados en el territorio; es posible avanzar en una cualificación de la definición y comprensión del fenómeno de la radio comunitaria en Colombia a partir de la identificación de un núcleo y un sistema periférico de la representación social sobre lo comunitario que se devela en el discurso y las prácticas de los actores situados.

Los presupuestos teóricos que orientan la propuesta de modelo de estudio de recepción para radios comunitarias propone descentrarse de la idea de que la recepción o su proceso reside en el sujeto, se expresa en sus acciones individuales y es independiente de las dinámicas territoriales.

Se identificaron cuatro presupuestos orientadores del proceso de recepción. Primero, considerar la recepción no como un acto individual y aislado sino como una práctica social; segundo, contemplar la perspectiva territorial como imprescindible en un estudio de recepción de radios comunitarias en tanto el sentido de lo comunitario, cualquiera que este sea, solo se construye en relación con las diversas apropiaciones del lugar; tercero, entender que la recepción tiene un carácter relacional, es decir, que la práctica de la recepción ocurre en medio de las relaciones y las interpelaciones entre el o la oyente, el medio comunitario, las instituciones, otros u otras oyentes, incluso otras personas que no necesariamente son oyentes de la emisora; y cuarto, que la recepción es diversa y en consecuencia no existe una sola práctica sino múltiples prácticas de recepción.

Por otra parte, y también como parte de los resultados del proceso investigativo, se logró comprender que es en el proceso comunicativo mismo, en los contextos particulares, en el reconocimiento de las trayectorias de las emisoras comunitarias, en los sentidos que sobre recepción se construyen y en el diseño colaborativo de las técnicas de

producción de información, que el modelo de estudio de recepción cobra vida. Así, trabajar sobre el hecho de que las prácticas sociales de recepción se configuran a partir de las interacciones entre los diversos agentes y se encuentran territorialmente ancladas, llevó a entender que su comprensión no puede reducirse a los clásicos estudios de audiencia de las radios comerciales.

La reflexividad, la sistematización y el conocimiento de las formas de recepción de estos medios es un camino que puede incidir positivamente en su sostenibilidad y su capacidad de acción frente a los desafíos que les impone el contexto actual de construcción de paz.

La proyección e impacto del proyecto puede ser incrementado en la medida en que se logren transferir capacidades y promover la apropiación de espacios de intercambio, incidencia y formación como se proponen en la red social de conocimiento. Es fundamental continuar en el proceso de diálogo y trabajo directo en los territorios.

Bibliografía de referencia

Abric, J.P. (2001) *Prácticas sociales y representaciones*. México:Ediciones Coyoacán.

Bauman, Z. (2006) *Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Díaz, Guber, R.; Sorter, M.; Visacovsky, S. (1986)“La producción de sentido: un aspecto de la construcción de las relaciones sociales”, *Nueva Antropología*, Vol. IX, núm. 31, diciembre, pp. 103-126. Asociación Nueva Antropología A.C. México.

Escobar, A.(2016)*Autonomía y Diseño. La realización de lo comunal*. Cauca: Editorial UC.

Freire, P. (2002) *pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI Editores.

Gutiérrez, R. (2017) *Horizontes comunitario-populares. Producción de lo común más allá de las políticas estadocéntricas*. Traficantes de sueños.

Osses, S. (2002) *Nuevos sentidos de lo comunitario: La Radio Comunitaria en Colombia*. México: Flacso.

Osses, S. (2007) *La disputa por el sentido. Radio comunitaria en América Latina*. México: UNAM.

Osses, S. y Conejo, V. (2017) “Configuración histórica y análisis de los procesos de legalización de los medios comunitarios en Colombia” en Sierra, F. y Vallejo, R. *Derecho a la comunicación. Procesos regulatorios y democracia en América Latina*. Ecuador:Ciespal.

Osses, S.(2015, Julio - Diciembre) *Rev.Cient.Gen. José María Córdova* 13 (16), 263-283.

Thompson, J.B. (1998) *Ideología y cultura moderna*. México:UAM.

Experiencias de paz, culturales y de comunicación en radios comunitarias del Cauca Colombia en relación a las políticas públicas para su fortalecimiento en el posconflicto.

Experiences of peace, communication and communication in the community radios of Cauca Colombia in relation to public policies for its strengthening in the post-conflict.

Paulo César Paz Ramos⁹⁵

María Isabel Campos Achicanoy⁹⁶

Resumen: En la actual coyuntura del posacuerdo en Colombia, la radio comunitaria se convierte en un actor relevante en la medida en que está llamada a desempeñar un papel primordial en la reconstrucción del tejido social y promoción de cambios culturales que aporten a la generación de una cultura de paz y de reconciliación. De acuerdo con lo anterior, este proyecto que está en curso ha buscado realizar una mirada y reconocimiento de experiencias destacadas de comunicación y cultura en el departamento del Cauca, siendo lideradas desde y con los medios de comunicación comunitaria. Esta ponencia reflexiona entonces sobre los resultados parciales de Nasa Stereo y Radio Pa'yumat, emisoras comunitarias indígenas que han sido víctimas del conflicto armado colombiano, donde se ha logrado evidenciar los retos y recomendaciones de política pública que contribuyen a la operativización de los acuerdos.

Palabras Clave: Emisoras comunitarias Indígenas, Posconflicto, Políticas Públicas en Comunicación.

Abstract: In the current conjuncture of the post-agreement in Colombia, community radio becomes a relevant actor insofar as it is called upon to play a fundamental role in the reconstruction of the social fabric and promotion of cultural changes that contribute to the generation of a culture of peace and reconciliation. According to the above, this project that is in progress has sought to take a look and recognition of outstanding experiences of communication and culture in the department of Cauca, being led from and with the community media. This paper then reflects on the partial results of Nasa Stereo and Radio Pa'yumat, indigenous community radio stations that have been victims of the Colombian armed conflict, where it has been possible to demonstrate the challenges and recommendations of public policy that contribute to the operationalization of the agreements.

Key words: Community stations Indigenous, Post-Conflict, Public Policies in Communication.

Tema central

Esta investigación, es una segunda etapa de un proceso de investigación que se expresa en “El papel de la radios comunitarias en promoción al derecho a la paz en las zonas rurales del departamento del Cauca”, en la que se dio una caracterización de las emisoras comunitarias se conocieron los retos con respecto a una construcción de paz, frente a ello se planteó una segunda mira de dichos medios de comunicación comunitaria frente a:

-La concentración y estructura de la radio comunitaria en el departamento, pues este es un factor fundamental para garantizar el pluralismo, la libertad de información y la diversidad.

⁹⁵ Paulo César Paz Ramos. Docente investigador, Máster en Comunicación Digital, Colombia, ppaz@unicomfacauc.edu.co

⁹⁶ María Isabel Campos Achicanoy. Asistente de investigación del programa académico de comunicación, Aspirante a pregrado en Comunicación Social y Periodismo, Colombia, mariaisabelcampos90@gmail.com

- El fortalecimiento de los medios ciudadanos, públicos y comunitarios, pues estos contribuyen a la apertura de espacios comunicativos de inclusión, reconciliación y participación.

Tal como se evidenció a través de dicha investigación el actual panorama tecnológico de las comunicaciones y los escenarios globales tanto económicos como sociales hacen cada vez más relevante la conexión entre comunicación y cultura y la necesidad de pensar, formular e implementar políticas conjuntas y complementarias desde este escenario. Los diversos documentos, eventos y debates revisados en el marco de dicha investigación destacan algunos temas centrales en la discusión, identificando los retos y desafíos para los actores (Estado, empresas y medios de comunicación, movimientos sociales, gestores culturales, etc.).

Estos temas se concentran especialmente en la discusión sobre los derechos a la comunicación y la cultura, a la vez articula asuntos neurálgicos tales como la libertad de expresión e información, el acceso, la cobertura y la apropiación de los medios. Todo lo anterior orientado al reconocimiento y fortalecimiento de la diversidad tanto comunicativa como cultural representada en contenidos y relatos realizados desde el reconocimiento y diálogo entre los distintos actores sociales. Esta generación de contenidos estaría incompleta y carecería de sentido si no es posible de igual modo garantizar su circulación por los distintos medios y espacios comunicativos, así como su apropiación por parte de las audiencias y en un sentido más amplio, por la ciudadanía. (Téllez, Pérez et al. 2016, p. 131).

Objetivos

OBJETIVO GENERAL

Reconocer y evidenciar las claves de sostenibilidad de experiencias destacadas de comunicación y cultura en el Cauca lideradas desde y con la radio comunitaria; así como evidenciar retos y recomendaciones de política para el fortalecimiento de dichos medios como insumo para la operativización de los acuerdos de paz.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Describir y caracterizar experiencias destacadas de comunicación y cultura en el país, lideradas desde y por los medios en municipios pertenecientes a las Circunscripciones Transitorias Especiales de Paz
2. Identificar lecciones aprendidas y modelos de trabajo sostenibles en los procesos de comunicación- cultura desarrollados desde los medios en los territorios, su problemáticas, necesidades y realidades.
3. Generar recomendaciones para la formulación y actualización de políticas de medios desde el enfoque de comunicación- cultura.

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta

Políticas de comunicación y cultura

Mastrini (2013) relaciona directamente la aparición de las políticas de comunicación a la evolución de los medios de comunicación, a partir de la necesidad del Estado de organizar la propiedad y responsabilidades de los medios así como de garantizar el derecho a la información y a la comunicación desde la producción y el acceso a los contenidos mediáticos. Para Zallo (2011) las políticas culturales tienen que ver con el conjunto de intervenciones, objetivos y estrategias y la puesta en marcha de estructuras orientadas a la satisfacción de necesidades culturales y al desarrollo de mecanismos para la producción y circulación simbólica de las sociedades.

Autores como Rey (2010 y 2016), Zallo (2011), Martín Barbero (2010) han desarrollado planteamientos en los que se reconocen las conexiones entre la comunicación y la cultura con el devenir de las sociedades, la vida cotidiana, la evolución y transformación de las tecnologías de comunicación e información y los procesos industriales de masificación e intercambio de bienes simbólicos. Por su puesto, los cruces de la comunicación y la cultura se han expresado en las conformaciones institucionales de los estados y en el juego de tensiones de lo público y lo privado, en la medida es que los estados hacen esfuerzos para fomentar las identidades nacionales, salvaguardar los patrimonios, promover las diversidades, a la vez que dan pie a la entrada de transnacionales de comunicaciones que van a participar como actores de las economías locales, afectando también las dinámicas de consumo y las prácticas culturales.

En el caso de Colombia, en la arquitectura institucional se muestran estas relaciones, así como sus alcances y límites. Por ejemplo, desde sus inicios el Ministerio de Cultura ha marcado especial énfasis en el reconocimiento de la comunicación como un campo de la cultura con la existencia misma de la Dirección de Comunicaciones y de las políticas y programas de fomento y fortalecimiento a los medios de comunicación públicos y comunitarios como gestores culturales, así como la formulación de políticas para la promoción de emprendimientos culturales de productores de medios tradicionales y digitales. Por su parte, el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTic) desarrolla programas para fomentar la apropiación de las nuevas tecnologías, además tiene competencia como líder sectorial en la regulación de las telecomunicaciones en Colombia, las cuales a su vez afectan el ecosistema de medios, las dinámicas de producción y consumo.

La importancia de evidenciar las relaciones y tensiones entre las políticas de comunicación y cultura, así como generar análisis que propongan miradas y espacios de intervención, lo expresa German Rey (2016) en la investigación sobre Políticas de Comunicación y Cultura en Colombia, al poner en escena como la gestión institucional no responde a la rapidez de las transformaciones:

Si bien es cierto como lo evidencia German Rey (2016) que las políticas de comunicación y cultura cada vez están más determinadas por el mercado y por las dinámicas globales, es necesario insistir en el deber de las instituciones de generar marcos regulatorios y políticas orientadas hacia la garantías de los derechos culturales y comunicativos y con ellos la diversidad y el pluralismo, el acceso a los medios y a la producción y el fomento de mecanismos de participación para la defensa y garantía de dichos derechos.

Así mismo, la UNESCO en diversas ocasiones ha expresado posturas sobre el carácter de los medios y tecnologías de comunicación al “ejercer un efecto directo en las expresiones culturales de las personas, grupos o sociedades, en particular la creación, producción, difusión y distribución de las actividades y los bienes y servicios culturales y el acceso a ellos”. (Unesco, 2005, p.5)

Acceso vrs concentración

El acceso visto desde las políticas de comunicación y cultura es un derecho asociado al acceso a la información, a la propiedad de los medios de comunicación, a los servicios de telecomunicaciones y a la producción y circulación de bienes culturales simbólicos. Para Zallo (2011) y autores como Becerra y Mastrini (2016), el acceso es un debate álgido especialmente en América Latina, teniendo en cuenta la creciente tendencia a la apertura al capital en los modelos económicos de la región.

De acuerdo con esto, la concentración aparece como una categoría fundamental de análisis en estudios recientes de América Latina y en Colombia promovidos por organizaciones como Observacom⁹⁷, la Fundación para la Libertad de Prensa – FLIP⁹⁸, Reporteros Sin Fronteras y Fecolper⁹⁹. El reciente análisis publicado por Mastrini y Becerra (2016) evidencia como los fenómenos de convergencia tecnológica han agudizado los índices de concentración a la propiedad de los servicios de telecomunicación, de ahí que 4 empresas dominen el 95% del mercado en la región; así mismo, se en los últimos años, para el caso de Colombia, se ha incrementado la suscripción y acceso a televisión paga, la cual en su mayoría, está en manos de 4 empresas que tienen el 92% del mercado¹⁰⁰.

Para la Unesco, la concentración influye en las dinámicas culturales y sociales de los países, afecta el desarrollo de los medios y la democracia; así lo plantea en el documento de indicadores de desarrollo mediático (2008)¹⁰¹, pues podría limitar el acceso a la información, a la libertad de expresión, a la diversidad de actores que participan en la producción de contenidos mediáticos, entre otros aspectos. Así mismo, la Unesco expresa la importancia del acceso a los medios como un aspecto fundamental para la libertad de expresión pues constituyen una “plataforma” para ejercer este derecho.

⁹⁷ Mastrini y Becerra (2016) en: <http://www.observacom.org/convergencia-consolida-concentracion-en-america-latina-en-varios-paises-cuatro-o-menos-empresas-dominan-95-del-mercado-de-acceso-a-internet/>

⁹⁸ <http://flip.org.co/es/content/tercera-encuesta-nacional-periodistas-sobre-libertad-de-expresion-y-acceso-la-informacion>

⁹⁹ <http://www.monitoreodemedios.co/por-que-importa-el-tema/>

¹⁰⁰ Mastrini y Becerra (2016) en: <http://www.observacom.org/convergencia-consolida-concentracion-en-america-latina-en-varios-paises-cuatro-o-menos-empresas-dominan-95-del-mercado-de-acceso-a-internet/>

¹⁰¹ UNESCO (2008). Indicadores de desarrollo Mediático. En: <http://www.observacom.org/indicadores-desarrollo-mediatico-unesco/>

Diversidades culturales y narrativas

Unesco en 2005, expresó como la diversidad cultural se refiere a la multiplicidad de maneras en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades. “La diversidad cultural se manifiesta no solo en las diversas formas en que se expresa, enriquece y transmite el patrimonio cultural de la humanidad mediante la variedad de expresiones culturales, sino también a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y las tecnologías utilizados”.

Por su parte la diversidad como derecho cultural está asociada a la libertad de expresión, derecho que implica garantizar la coexistencia de diversas voces y expresiones sociales. El pluralismo es una noción también asociada a la diversidad y a la libertad de expresión, organizaciones como la Unesco, el Sistema Europeo de Derechos Humanos y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos; asocian el pluralismo y la diversidad de medios como parte de la garantía de la libertad de expresión (Téllez y Pérez at al. 2016).

Desde este punto de vista, varias políticas en Europa y América Latina se orientan al fomento del pluralismo del sistema mediático para promover la diversidad en la participación de actores y en la expresión de contenidos. Es decir, la diversidad de participación en la propiedad de los medios repercute a su vez en la diversidad de narrativas culturales.

Participación y democratización de los medios masivos

Como parte de la implementación de los acuerdos del proceso de paz desarrollados en la Habana se realizó un espacio nacional de participación para la formulación de lineamientos con el fin de construir el marco de un proyecto de ley para las garantías de promoción de la participación ciudadana y el ejercicio del derecho a la movilización y protesta social. Este espacio fue liderado por el Ministerio del Interior, la Alta Consejería para la Paz, el Consejo Nacional de Participación Ciudadana, y acompañado por la Embajada Suiza en Colombia, y organizaciones el Centro de Investigaciones y Educación Popular –CINEP-, la Corporación Viva la Ciudadanía y la Fundación Foro Nacional por Colombia. El documento de Síntesis del proceso de deliberación en el capítulo 3 sobre Garantías para la participación ciudadana a través de medios de comunicación comunitarios, institucionales y regionales, plantea que como aspecto fundamental de garantías para la participación ciudadana de las organizaciones y movimientos sociales están “el reconocimiento al derecho al acceso a la información, la comunicación, la libertad de expresión y la libertad de prensa” y en este contexto, aparece como principio fundamental, la democratización de los medios de comunicación y “el desarrollo de medidas el acceso a los medios de comunicación comunitarios, institucionales y regionales por parte de las comunidades, organizaciones y movimientos sociales” (p. 29)¹⁰².

Así mismo, en este documento se define la necesidad de disponer de medidas específicas destinadas a poblaciones de especial protección constitucional que partan de un “enfoque diferencial étnico, de género, para personas con discapacidad, entre otros, y que impulse acciones afirmativas para estas poblaciones”. En este apartado, se plantea: que en las parrillas de programación de los medios institucionales se otorgue un porcentaje de tiempo para organizaciones y movimientos de mujeres, jóvenes, población LGBTI, niños, niñas, adolescentes, personas con discapacidad, sindicatos, grupos étnicos, población campesina y víctimas del conflicto armado, de forma tal que puedan difundir sus agendas sin censura ni estigmatización.

Se propone establecer una franja institucionalizada de espacios en las emisoras y canales institucionales y regionales exclusiva para asuntos de género y derechos de las mujeres, garantizar el acceso de las mujeres a medios escritos y que sus narraciones sean publicadas. Asimismo, deberán establecerse medidas especiales que garanticen la participación y el acceso efectivo de la mujer rural a los medios de comunicación, a través de las juntas de acción comunal y otras formas de organización.

¹⁰² http://participando.co/media/docs/leyes/Sintesis_sistematizacion_final.pdf

Enfoque y/o metodología de abordaje

El carácter de la investigación es predominantemente cualitativo y busca generar comprensiones sobre su desarrollo y problemática, específicamente en relación con el momento actual del país. El diseño metodológico parte de la información disponible y suministrada tanto por la Dirección del Ministerio de Cultura, la FLIP y los resultados de la investigación sobre la trayectoria de políticas de comunicación-cultura, citada anteriormente. Estos insumos constituyen una línea base para comprender el panorama general de los medios comunitarios y así profundizar la mirada desde las políticas públicas, las comprensiones de comunicación-cultura y los contextos de posconflicto en el departamento del Cauca Tangencialmente, este estudio también permite una mirada sobre las nuevas realidades que suponen para las radios comunitarias los procesos de convergencia mediática en el actual ecosistema mediático. Se han utilizado instrumentos metodológicos como lo es la encuesta, entrevistas y observación in situ.

Principales resultados, reflexiones y conclusiones

El estudio ha permitido hasta el momento, puesto que la investigación continua, revalorar las experiencias destacadas de comunicación y cultura en el Cauca específicamente en las emisoras comunitarias Radio Pa'yumat y Nasa Stereo pertenecientes al pueblo indígena Nasa, donde se tienen resultados parciales de la investigación realizada en estas emisoras y su territorio poblacional. También se detectaron las prioridades que en términos de presencia y articulación con las instituciones gubernamentales indican en el desarrollo de los medios en estos territorios, así como la identificación de los retos, las dificultades pero también las fortalezas que estas emisoras deben afrontar en al menos dos sentidos: su presencia como actores primordiales en el posconflicto y los cambios en el ecosistema mediático que obligan a repensar las formas de funcionamiento y la producción de contenidos.

Se ha encontrado en la investigación hasta el momento que la emisora Nasa Stereo 99.4 FM del municipio de Toribío como medio comunitario indígena, refleja su concepción autóctona y cultural del pueblo Nasa, donde el medio tiene un papel importante, que es informar y educar a la población de tres cabildos indígenas el de Tacueyo, San Francisco y Toribío. Su equipo de trabajo es indígena, cuentan con una experiencia radial comunitaria de alrededor de 20 años, y su formación ha sido autodidacta y empírica, puesto que manifestaron no haber tenido la posibilidad de cursar una educación técnica o profesional.

Los contenidos de programación de su emisora están en dos lenguas español y Nasa Yuwe autóctono del pueblo Nasa o Páez, puesto que su ideal comunicacional es la difusión y preservación de la tradición Nasa que tienen en su Plan de Vida (políticas y conceptos para el alcance total del bienestar de la comunidad) concebido en el Proyecto Nasa al cual pertenecen como pueblo indígena.

Así mismo se buscó conocer la opinión de algunos habitantes de Toribío sobre el medio radial, y se encontró que les gusta la emisora y se logran identificar con la programación tanto cultural como informativa que emplean, manifestaron también su fidelidad con el medio y la participación que tienen en él a través de llamadas telefónicas, mensajes de texto y la entrevista a micrófono abierto, ya que todos pueden dar su punto de vista.

A nivel técnico cuentan con los equipos y medios necesarios para transmitir, pero si se detecta que los equipos son antiguos y que el medio desconoce la existencia y uso de herramientas digitales, pero aun así no se niegan para aprender de ella si tuvieran la oportunidad.

Hablando un poco del contexto en el que se encuentra la emisora, se conocieron varias anécdotas por parte de los miembros de la emisora que han afectado no solo al medio sino también su integridad como personas, ya que la violencia en este territorio, el conflicto armado donde se encuentran grupos al margen de la ley como las Guerrillas de las Farc, Eln y Epl y también la proliferación de cultivos ilícitos ha hecho que el pueblo no haya tenido un desarrollo óptimo. Esos cultivos ilícitos como el de la marihuana está perjudicando a la comunidad, principalmente porque el interés de los jóvenes de Toribío se está inclinando a la deserción estudiantil para dedicarse a trabajar con esta planta y lo que empeora la situación es que se ha incrementado el consumo en niños y jóvenes. Ello explica el olor a marihuana que se percibe en el ambiente cuando se llega a este municipio, y los cientos de bombillos que alumbran en las noches los invernaderos en las lomas de esta municipalidad. Nasa Stereo tiene entonces la misión de que a través de su frecuencia se generen cambios y se rescate ese plan de vida ancestral que tienen en su concepción como pueblo Nasa.

La Emisora comunitaria Radio Pa'yumat en Santander de Quilichao a diferencia de Nasa Stereo está en ubicada en un municipio de mayor actividad económica y productiva, puesto que existen varias empresas nacionales e ingenios azucareros. La emisora con su frecuencia radial 101.0 FM llega a varios municipios del Norte del Cauca gracias a su cobertura zonal, ellos son: Santander de Quilichao, Caloto, Corinto, Miranda, Jambalo, Buenos Aires y Suarez.

Las instalaciones de Radio Pa'yumat son amplias y adecuadas, pero al igual que Nasa Stereo cuentan a nivel técnico con lo básico para transmitir, y el empleo y dominio de herramientas digitales no lo poseen, manifestando el equipo de producción su desconocimiento y falta de capacitación en el tema.

La emisora emplea tanto el idioma español como la lengua Nasa Yuwe en su programación, y los contenidos están fundamentados en el informar, educar y fortalecer la cultura del pueblo Nasa, una de sus características como medio comunitario es la información de noticias, por ello buscan capacitar a jóvenes de los cabildos indígenas a los cuales llegan con su frecuencia, para que sean corresponsales de su medio, con el fin de tener un mayor acercamiento a la comunidad y que sean ellos quienes cuenten la realidad de lo que acontece en sus territorios. Es por eso que la programación en general establece una conexión directa con la comunidad brindando noticias, entretenimiento cultural, participación y opinión de las mismas.

La Paz como concepto para ambas emisoras nace desde la paz interior, se cultiva en el hogar y su comunidad, la paz está más allá de firmar los acuerdos, y por eso manifestaron que después de la firma de los Acuerdos con las Farc, sí ha disminuido la violencia, pero han tenido también situaciones negativas en su territorio donde siguen siendo víctimas del conflicto porque han surgido nuevos grupos armados disidentes de las Farc con dinámicas iguales de terror y represión. Situación que vincula a las radios comunitarias en su lucha por los derechos humanos, la libre expresión, la equidad y el reconocimiento de su comunidad. Manifiestan su temor e incertidumbre de volver a pasar por los mismos hechos violentos con muertes, enfrentamientos, atentados, como el que sucedió en Toribío con una 'chiva Bomba'. Pero aun así no pierden la esperanza y el entusiasmo de seguir trabajando en alcanzar una paz integral para todo su pueblo indígena y ven en su emisora una oportunidad para lograrlo.

En la investigación realizada hasta el momento se puede comprobar que el Norte del Cauca es una gran fuente de conocimiento y el trabajo que brindan estas emisoras es de resaltar, ya que forman parte del conflicto y aun así no dejan de luchar por seguir ayudando a su población, sin atemorizarse por las amenazas con panfletos, mensajes de texto y llamadas que les hacen por su labor.

Bibliografía

- Fundación para la Libertad de Prensa –FLIP- (2015) Tercera encuesta nacional a periodistas sobre la libertad de expresión y acceso a la información. Disponible en línea: <http://flip.org.co/es/content/tercera-encuesta-nacional-periodistas-sobre-libertad-de-expresi%C3%B3n-y-acceso-la-informaci%C3%B3n>
- Martin Barbero, J. (2010). Comunicación y cultura mundo: nuevas dinámicas mundiales de lo cultural. Signo y pensamiento. Vol. 29, no. 57, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Mastrini y Becerra (2016) Convergencia consolida concentración en América Latina: en varios países, cuatro o menos empresas dominan el 95% del mercado. Observacom. En: Ministerio de Cultura, Universidad Javeriana (2016). Políticas de Comunicación y Cultura en Colombia. Convergencias y divergencias. Dirección de Comunicaciones – Ministerio de Cultura y Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
- Reporteros sin fronteras por la libertad de información y FECOLPER. <http://www.monitoreodemedios.co/por-que-importa-el-tema/>
- Pérez, D. (2015). Políticas de Comunicación y Cultura. Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura.
- Pérez, D. (2014). Informe de procesos. Logros y recomendaciones. Revisión y actualización lineamientos de política de la Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura.
- Téllez, M.P. et al. (2016). Políticas de Comunicación y Cultura en Colombia. Convergencias y Divergencias. Bogotá, Universidad Javeriana, Ministerio de Cultura.
- Waisbord, S y Segura, MS (2016) En la sociedad civil y reformas a las políticas de los medios de comunicación en América latina en: <http://www.observacom.org/como-los-movimientos-sociales-han-cambiado-las-politicas-de-los-medios-de-comunicacion-en-america-latina/>

Passos e incompletudes de uma comunicação compartilhada: vivências decoloniais a partir do Coletivo Magnífica Mundi

Steps and incompletenesses of shared communication: decolonial experiences from Coletivo Magnifica Mundi

*Ludmila Pereira Almeida*¹⁰³

*Beatriz de Oliveira*¹⁰⁴

*Luciana de Araújo Gomides*¹⁰⁵

Resumo: A comunicação compartilhada tem, como missão romper com a realidade imposta pelo poder hegemônico implantado pelos meios de comunicação comercial. O intuito é apontar novos caminhos e formas de interação, impulsionando a visibilidade dos que foram silenciados pela história - os personagens dos movimentos sociais. Discutimos, aqui, a comunicação compartilhada a partir do conceito de cerradania, nosso lugar de fala, trazendo relatos de experiências em projetos desenvolvidos pelo Coletivo Magnífica Mundi. Nesse contexto, discutimos o papel desempenhado pelo jornalista, não como simples mediador, mas, agente transformador da realidade social.

Palavras-chave: Comunicação compartilhada, Cerradania, Movimentos sociais.

Abstract: Shared communication has, as its mission, to break free from the reality imposed by the hegemonic power deployed by the commercial media. The goal is to point out new paths and ways of interaction, driving forward the visibility for those who have been silenced by history – the social movements characters. We discuss, in this paper, the shared communication from the concept of “cerradania”, our place of speech, bringing reports about projects developed by Coletivo Magnifica Mundi. In this context, we deal with the role played by the journalist, not as just a simple mediator, but a transformative agent of reality.

Key words: Shared communication, Cerradania, Social movements.

Introdução

Nossa proposta tem por objetivo compartilhar relatos de experiências a partir de atividades promovidas pelo Coletivo Magnífica Mundi, da Universidade Federal de Goiás. Isso tendo como perspectiva que partimos da noção de comunicação compartilhada face às reflexões coletivas em torno da necessária vivência do estudante e profissional do jornalismo junto à realidade dos movimentos sociais. Percurso fundamental para a formação de jornalistas capazes de perceber e produzir discursos que sejam divergentes aos hegemônicos.

Nesse sentido, discutimos a prática da comunicação compartilhada a partir do lugar da cerradania, pois nosso lugar de fala se situa no cerrado e com ele, rompendo uma das primazias do controle do saber, a separação entre humanidade e natureza (Lander, 2005). E ainda trazemos a importância dos movimentos sociais como ação insubmissa e necessária ao pensamento decolonial, já que ao propor outra forma de lidar com a dinâmica social se desestabiliza a ideia científica de produzir conhecimento.

¹⁰³ Ludmila Pereira Almeida. Universidade Federal de Goiás, Doutoranda em Letras e Linguística, Mestra em Comunicação na linha de pesquisa: Mídia e Cultura. Bolsista do CNPq. Brasil, ludjornalismo@gmail.com.

¹⁰⁴ Beatriz de Oliveira. Universidade Federal de Goiás, graduanda em jornalismo, Brasil, beatrizoliveira1992@gmail.com.

¹⁰⁵ Luciana de Araujo Gomides. Universidade Federal de Goiás, graduanda em jornalismo. Brasil, contatolucianagomides@gmail.com.

Junto a isso, a comunicação, e principalmente o jornalismo compartilhado, ao visar o tratamento das informações para além das grandes mídias, usa as tecnologias para potencializar a voz marginal e impulsionar a visibilidade daqueles que foram silenciados da história.

Reflexão e discussão: Por um jornalismo da escuta e da vivência...

A prática do estranhamento provoca a ruptura entre o que se conhece como verdade e algo ainda não vivido (Geertz, 2004). Isso pode causar transformações sociais que nos forcem a interagir com aquilo que passa a existir na realidade que construímos com esse estranhamento. A experiência vivida, produto desse desconforto, contribuiu para uma cisão epistêmica do saber hegemônico e nos aponta para novos caminhos e novas formas de interagir com o mundo e os sujeitos.

Quando nos propomos a prática do compartilhado nos voltamos para a importância das narrativas orais e dos saberes populares que também constroem o Brasil, ou melhor, os Brasis que ainda nos são omitidos. Por isso a instância do diálogo se torna necessário para o ato decolonial de saber/poder, para a insubmissão das invenções dos espaços de prestígio, da história, das formas de vida. Invenções produzidas e formuladas como verdade que atuam de forma concreta na exterminação da população que não atende, ou não se aproximam, aos critérios de humanidade (Mignolo, 2003) - homem branco, europeu, escolarizado, de classe alta, da cidade.

Historicamente, o Brasil se compõe de narrativas que revelam relações de poder do qual a fala de alguns se sobrepõem silenciando a fala de povos subalternizados, criando o monopólio da fala que se perpetua e se repete normativamente pela mídia e pelo imaginário social. Uma ação proveniente do exercício e desdobramentos da colonialidade/modernidade/Estado (Mignolo, 2003) que inicia como marco histórico das grandes navegações e invasões de terras, e saberes, e a múltipla conversão (Pinto, 2013) dos povos violentados. Conversão não só no âmbito espiritual, porém intensamente na forma como o conhecimento válido poderia ser produzido e por quem. O que fez do eurocentrismo a norma não só que autoriza a intelectualidade, mas também de quais vidas podem existir (fisicamente e simbolicamente). Dessa forma, trazer para o jornalismo o compartilhar, a escuta e a vivência se torna um giro que nos força a desestabilizar nossas bases subjetivas da verdade e perceber que é preciso ações que visem a igualdade das diferenças. E partindo das experiências das autoras, estudantes universitárias, a relação universidade e comunidade ainda se situa na homogeneidade da vida e do isolamento/objetividade acadêmica.

Nesse espaço, a epistemologia eurocêntrica é a norma face aos desafios simbólicos que passa a América Latina, isto é, trazemos o decolonial como uma forma de promover outro pensamento, outra forma de fazer jornalismo, outra forma de perceber que também podemos inventar para compor a rede da visibilidade das diferenças fora da hierarquia colonial. Assim, ao ter a perspectiva do compartilhar, é preciso não apenas sermos jornalistas que descrevem o mundo, mas sim promover uma ação que possibilita a reconstrução de mundos. É necessário usá-la para provocar mudanças que potencializam a ruptura do egoísmo a partir das práticas de comunicação que trabalham com o povo, e não apenas os usem como “peças de informação”, no qual se dissocia o eu “autorizado” a falar e o outro “não-autorizado”.

A importância de irmos contra as ideologias dominantes que apontam que o jornalismo é, prioritariamente, transmitir informações, é manter uma disciplina, anti egoísta, que nos trilha em percurso de desnaturalização para um jornalismo compartilhado nos processos e em sua difusão. O que é, em sua base, reconhecer os trajetórias das pessoas como experiências múltiplas e diferentes da nossa, e então usar das possibilidades e privilégios que cada um tem e compartilhá-los para que as falas, as narrativas vetadas/silenciadas nos grandes meios de comunicação sejam potencializadas com as novas tecnologias.

Para tanto, deixemos claro que nossa perspectiva parte da necessidade de teorizar a partir da experiência (Hooks, 2013) seja em assentamentos, acampamentos, quilombos, escolas agrícolas, escolas rurais, para, então, podermos esquematizar um pensamento crítico dialógico. A comunicação como um dos instrumentos de combate põe em evidência o estranhamento que faz encontrarmos conosco por meio da “adaptação”, da compreensão do funcionamento dos locais, do respeito e dos afetos que comunicam.

Quando nossa experiência vivida da teorização está fundamentalmente ligada a processos de autorrecuperação, de libertação coletiva, não existe brecha entre a teoria e a prática. Com efeito, o que essa experiência mais evidencia é o elo entre as duas – um processo que, em última análise, é recíproco, onde uma capacita a outra. A teoria não é intrinsecamente curativa, libertadora e revolucionária. Só cumpre essa função quando lhe pedimos que o faça e dirigimos nossa teorização para esse fim. (Hooks, 2013, p. 86)

Nesse processo, o Coletivo Magnífica Mundi propõe leituras de mundo que repensem o fazer comunicativo, especialmente, o jornalístico e de como isso pode contribuir, no sentido de um midiativismo, para a construção de conhecimentos e realidades junto a parceiros sociais. É um laboratório em constante dinâmica e que traz o retorno ao não limite científico-social debatendo, de forma transdisciplinar, a importância das reformas sociais e da apropriação coletiva com o intuito de promover os sujeitos de espectadores para produtores de seus próprios discursos.

Atuando desde 2000 como um laboratório dentro da hoje chamada Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, o Coletivo Magnífica Mundi é um complexo de comunicação livre e comunitária, e tem como objetivo a gestão de uma proposta distinta no que se refere à comunicação por rádio, tv e meios digitais. Desde sua primeira transmissão inaugural, ao vivo, esse propósito se traduz com a fuga da zona de conforto proporcionada pela comunicação dita comercial. A Magnífica foi ao ar, pela primeira vez, com programação 24 horas produzida e executada por alunos em parceria intensa com os movimentos sociais.

Em 18 anos de existência, a Magnífica Mundi segue com sua proposta de comunicação compartilhada trazendo a voz da marginalidade. O leque de projetos desenvolvidos pelo Coletivo é extenso, envolvendo produções de WebRádio, WebTv (via canal Magnífica Mundi no YouTube), portal (Berra Lobo), revista (Palavras Inacabadas) e livros. Os projetos contam com a participação ativa dos movimentos sociais, com quem troca experiências, não os tendo como objetos de estudo ou entretenimento, mas produtores ativos da comunicação e propagadores dos saberes populares. O caminho é combater o movimento contraditório atrelado a outros eventos sociais que determinam o que seja democracia e como ela deve atuar.

Dessa forma, necessitamos, então, por entender como uma sociedade aspirante a ser democrática funciona. Em especial, como movimentos sociais surgem e propõem novos olhares em favor da cidadania, ou melhor, cerradania. Um dos encontros do coletivo foi com pessoas que fazem parte do Movimento Sem Terra (MST), o que provocou um impacto afetivo em nossas perspectivas como jornalistas a ponto de destruir estereótipos e construir a percepção do direito à terra como algo fundamental a todos os povos. Isso, além da reconstituição da importância entre humanidade e natureza como co-construídas e co-dependentes (Porto Gonçalves, 2002), e como posição política que também faz parte da comunicação compartilhada cerradânica.

A América Central e a Amazônia constituem-se na mais extensa área do planeta em termos de diversidade biológica. No caso dessas duas regiões nos encontramos diante de um enorme patrimônio de diversidade biológica e de paisagens tecidas por uma longa história de convivência de diferentes povos com a natureza. Sem dúvida os povos que aí habitam bem que mereciam uma vida mais digna, sobretudo com respeito às suas matrizes de racionalidade que foram capazes de se desenvolver com e não contra essa natureza. [...] E por isso que a região do sul do México e da América Central abrigam uma das maiores diversidades socio-culturais do planeta, a conferir pelo número de línguas ali faladas sendo que, em alguns lugares, sequer o espanhol ainda hoje é pronunciado depois de 500 anos (Porto-Gonçalves, 2002, p.8)

O envolvimento mais simbólico entre o Coletivo Magnífica Mundi e representantes do MST é visto pelo relacionamento de anos cultivado com o Assentamento Oziel Alves Pereira. Localizado no município de Baliza, na divisa dos Estados de Goiás e Mato Grosso, o assentamento foi criado em 2002 e reúne cerca de 700 famílias em seu território. É um dos maiores assentamentos de Goiás, com área aproximada de 38.721,3774 hectares. O histórico de luta pela terra travado por essa população reflete a dura realidade da crise agrária no Brasil, no qual a maior extensão de terras se concentra nas mãos de uma pequena parcela de grandes proprietários rurais. A diversidade da natureza constituída em co-progresso com a humanidade, especialmente, desses locais cerradânicos, se torna instrumento para repensarmos as práticas de comunicação excludentes, que focam apenas no capital.

A ideia de privatização de terras, que deveria ser um bem comum à humanidade, provém da herança da colonização das Américas, na qual europeus, especificamente portugueses, impuseram violentamente o imperialismo sobre o território, da pertença da terra a algumas pessoas, excluindo os próprios nativos indígenas. Essa noção de propriedade de terras e, conseqüentemente, de saberes é cada vez mais naturalizada quando o assunto se torna parte do dito “progresso científico-econômico”, com a instalação de grandes hidrelétricas, indústrias, pastos para gado, desmatamento e plantações de monoculturas.

Perante isso, os diferentes veículos midiáticos dominantes agem construindo a realidade a partir de interesses próprios, promovendo um latifúndio do ar, da comunicação e, conseqüentemente, das vidas que importam. E ainda, o uso da imagem do povo se torna rentável ao exibirem quadros jornalísticos que se dizem a favor do cidadão e do povo.

Porém, a linha política do jornal ressignifica, a seu modo, o ângulo da informação validada, muitas vezes, por fontes “oficiais”, mostrando apenas o que é permitido pela editoria e seus investidores. Daí, o jornalista se torna apenas uma máquina de relatar que não consegue refletir sobre ele mesmo como sujeito de transformação e, muito menos, sobre o mundo do qual está falando.

Por isso, a necessidade de quebrar com a “quarta parede” que nos impede de sermos espectadores-atores (Rancière, 2008), possibilitando espaços plurais de fala ao utilizarmos tecnologias que nos são disponíveis. Pois, o mesmo instrumento que é usado para impor e perpetuar discursos dominantes pode ser usado para emancipar a sociedade ao trazer o que é diferente como também sendo uma possibilidade de agir e ser no mundo. Portanto,

descolonizar o conhecimento significa criar novas configurações de conhecimento e de poder. Então, se minhas palavras parecem preocupadas demais em narrar posições e subjetividade como parte do discurso, vale a pena lembrar que a teoria não é universal nem neutra, mas sempre localizada em algum lugar e sempre escrita por alguém, e que este alguém tem uma história” (Kilomba, 2016, p. 8)

Nesse sentido, o jornalista tem que ser, antes de tudo, humano no sentido de se afetar e se permitir engajar nas relações. Para isso, principalmente, a universidade, que se diz ser um espaço livre para pensar e criticar o social, precisa romper com discursos hegemônicos e abrir espaços para epistemologias não-europeias. É preciso sair das quatro paredes da faculdade, já que nesse espaço são raros os momentos que somos incentivados a encarar o mundo como ele é, a pensar por outras vias e a quebrar a barreira da ignorância que nos leva a escrever sobre coisas que pensamos funcionar de tal forma sem nem mesmo conhecê-las profundamente. Assim, é preciso aprendermos a ler o mundo antes mesmo de ler as palavras, os códigos da língua (Freire, 2001).

A imersão junto ao Assentamento Oziel permitiu visualizar uma dificuldade enfrentada por seus integrantes: a comunicação. Sinais de internet e telefonia são escassos aos quais nem todas as famílias têm acesso. Dessa forma, era necessário pensar em alternativas de transmitir comunicados, notícias ou informações importantes em meio a comunidade. Isso pensando a comunicação como uma ponte que une e diversifica os conhecimentos.

E a rádio comunitária, Rádio Oziel, surge para colocar em prática a comunicação em espaço cerradânico e político, hoje, situada na casa de uma das líderes comunitárias, conhecida como Dona Cida. De lá, moradores fazem sua própria programação, seja ela cultural ou informativa. Assim, extingue-se o isolamento inevitável entre famílias ocasionado pela distância e difícil acesso das estradas e, ainda, compõe a noção do que venha ser a democracia da comunicação e de como ela necessita se expandir fora do ambiente intelectual.

Com isso, começamos a ilustrar a importância de contatos como esse, em que estudantes de jornalismo se permitem sentir o mundo e a experienciá-lo. Ao romper com as fronteiras, com outra realidade, percebemos, conforme nossas conversas com os assentados, que o campo é um lugar de inclusão, enquanto a cidade exclui e produz pessoas individualistas. Muitas dessas pessoas que se encontram hoje no campo vivem na cidade, mas com a violência, a falta de empregos e de qualidade de vida, somados aos padrões impostos sobre quem pode viver na cidade, devendo inclusive ser “alfabetizado”, muitos decidiram migrar para o campo em busca da terra que é de seu direito. Com isso, entender essas dinâmicas faz com que o jornalista possa relacionar conhecimentos locais como componentes das estruturas globais (Geertz, 2004), em que o que acontece aqui é consequência histórica do qual todos nós fazemos parte.

Então, ao pensar em rede de forma que as tecnologias sejam usadas para o povo; que as informações sejam para informar e não condicionar pessoas a um tipo de pensamento; que os jornalistas trabalhem para o povo e com o povo, em que um contribui na formação do outro. Isso é nos posicionar diante de práticas discursivas discriminatórias que regem o fazer da comunicação e possibilitar que outros sujeitos também se posicionem a partir de seus lugares de fala. Dessa forma, ao ansiamos pelo ato insurgente nós podemos

Desligar o local epistêmico étnico/racial/generificado/sexual do sujeito que fala, a filosofia e a ciência ocidentais estão aptas a produzir um mito sobre o conhecimento universal verdadeiro que cobre, isto é, dissimula quem está falando assim como o local epistêmico geo-político e corpóreo-político na estrutura do poder/conhecimento colonial da qual o sujeito fala (Grosfoguel, 2007, p. 213).

Ainda imersos na luta pela terra, outro projeto no qual fomos envolvidos, como coletivo, foi a cobertura do Encontro dos Direitos Humanos. Realizado nas dependências da Emater-Goiás, o evento foi organizado por estudantes do curso de Direito Agrário da Universidade Federal de Goiás - regional Cidade de Goiás e recebeu caravanas de diversos

estados brasileiros. O encontro teve como objetivo discutir a criminalização dos movimentos sociais, além de debater sobre a formação de profissionais do Direito e Comunicação Populares.

Ali, estavam reunidos estudantes, filhos de camponeses que nasceram e cresceram na luta pela terra. A missão era transmitir, via rádio e TV, as palestras, debates, rodas de conversa, grupos de trabalho e atividades artísticas. O desafio era respeitar o fato de que, entre os participantes, se encontravam membros do MST perseguidos pelas autoridades e que, portanto, não poderiam aparecer. Mas, também, não poderiam deixar de contar sua história.

Levamos, para as dependências daquele órgão estatal, a possibilidade de registrar o direito dos cidadãos à educação e liberdade. Para isso, contamos com a gravação de todas as atividades para transmissão em canal no Youtube. Ademais, foi feita a cobertura fotográfica e jornalística, com postagens, em tempo real, de todas as atividades via redes sociais e em portal criado, especialmente, para o encontro. Ao final, foi elaborado um pequeno documentário, contendo depoimentos de participantes e recortes das atividades concentradas nos três dias de evento.

Podemos citar, nesse viés, ainda mais três importantes intervenções recentes do Coletivo Magnífica Mundi: experiência com alunos e representantes da Associação de Docentes da Universidade Federal de Goiás - Regional Catalão, Expedição Catástrofe e Rodas de Conversa em memória aos 30 anos do acidente radiológico com o Césio 137. Na primeira, nossa missão primeira era transmitir, via WebTv, palestras promovidas pela Associação em protesto contra o desmantelamento das universidades federais do país.

No segundo, foi proposta a transmissão 24 horas, via rádio, da leitura de rol das milhares de escolas rurais fechadas em todo o país. Por fim, nas rodas de conversa, alunos deveriam promover quatro rodas de conversa com figuras, diretamente, envolvidas com o segundo maior acidente radioativo da história.

No entanto, a intervenção foi além, no intuito de trazer as comunidades envolvidas nos dois processos. Em Catalão, foram elaboradas oficinas de rádio comunitária, webtv, webradio, texto criativo, vídeo e fotografia com a intensa participação dos participantes. A ideia foi, nas palavras do ditado popular, “ensinar a pescar”.

A cidade é um verdadeiro caldeirão de manifestações sociais provenientes de comunidades rurais que lutam contra o poderio das mineradoras que mandam e desmandam em territórios que não lhes pertence. Ademais, a própria comunidade universitária tem forte engajamento político e social, na luta pela igualdade de gênero e contra a homo e transfobia. Ao longo de quatro dias, construímos programação rica, protagonizada e produzida pela própria comunidade.

Na transmissão da Expedição Catástrofe, mais uma vez, a participação ativa dos movimentos sociais. Além de entrevistas com representantes de posseiros urbanos, intercambistas e comunidades quilombolas, parceiros dos projetos desenvolvidos no interior produziram, sozinhos, programação de rádio transmitida via híbrida. Assim, em 24 horas, foram colocados no ar programas radiofônicos produzidos das cidades de Catalão, Baliza, Alto Paraíso e Uirapuru. O tema: a importância da educação rural e das manifestações culturais vindas desses atores sociais.

Na rodas de conversa sobre o Césio, os convidados não foram os donos da clínica, governantes ou representantes de secretarias de saúde. Foram os trabalhadores que recolheram os entulhos, os policiais escalados para a guarda do local e jornalistas que cobriram o acontecimento, sem nenhuma proteção. Foram ouvidas as vozes obrigadas a se calar, sob o pretexto de não receberem uma mísera pensão que mal dá para comprar medicamentos. Toda a transmissão foi feita, ao vivo, via webtv.

Assim, optar por um jornalismo compartilhado é ser desobediente, é ir contra a hegemonia da indústria da informação e possibilitar discursos outros. É também nos permitir, como seres humanos, sermos menos ignorantes ao agir pelo olhar de espectador-ator que percebe a necessidade de outros espectadores-atores juntos no palco da comunicação, para, então, quebrar as distâncias históricas e de estigmas entre o urbano e o campo. Visando, dessa forma, a emancipação por um embaçamento de oposições, em que cada sujeito compartilhe sua ignorância e desperte caminhos diferentes a serem trilhados coletivamente.

Possíveis conclusões...

Esse texto foi acima de tudo um exercício de pensamento que move o Coletivo Magnífica Mundi em seu percurso de ir contra as megas narrativas a partir da memória coletiva insubmissa, retomando à necessidade de se olhar para as subjetividades. Seguimos o ato decolonial, que se volta contra os latifúndios do saber e do poder em prol do cultivo da terra, das múltiplas possibilidades de conexão com a vida, com o simbólico. E partindo da ideia de que somos seres do cerrado e de que, nós autoras, falamos a partir e com esse lugar, não se torna conveniente apenas dizermos que somos cidadãs, mas sim cerradânicas. Somos parte de uma cerradania que historicamente é insubmissa e de reciprocidade, um encontro de povos indígenas e negros que constitui a América Latina e sua luta para (re)existir .

Ao optarmos por uma comunicação/jornalismo compartilhados estamos nos direcionando para uma construção contínua de redes de saberes populares que rompem as zonas fronteiriças do egoísmo que invade nosso conhecimento sobre o mundo. É perceber que outras vidas e outras formas de humanidade existem e devem ser vistas. É perceber que necessitamos sair da zona de conforto e nos rebelarmos contra a violência da colonialidade, usando da criatividade junto às tecnologias disponíveis e, assim, potencializar outra alternativa de mídia, outra alternativa de construir memórias a partir da insubmissão. Só assim podemos combater as práticas de violência epistêmica que se mascaram de “intelectualidade” (SPIVAK, 2010) da informação, que apesar de olhar para os subalternos é incapaz de lhes permitir a tomada da palavra, pois sua metodologia e vocabulário são blindados para a margem.

Referências

- Freire, P. (2001). *A importância do ato de ler: em três artigos que se completam*. São Paulo: Cortez.
- Geertz, C. (2004). *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- Grosfoguel, R. (2007). The epistemic decolonial turn: beyond political-economy paradigms. *Cultural studies* 21(2-3), 211-223.
- Hooks, B. (2013). *Ensinando a transgredir: a educação como prática da liberdade*. (M. B. Cipolla, Trad.). São Paulo: WMF Martins Fontes. (Obra original publicada em 1994).
- Lander, E. (Org.). (2005). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais, perspectivas latino-americanas*. Buenos Aires: Clacso.
- Mignolo, W. (2003). *Histórias locais/Projetos globais: colonialidade, saberes subalternos e pensamento liminar*. (S. R. de Oliveira, Trad.). Belo Horizonte: Editora da UFMG. (Obra original publicada em 2000).
- Pinto, J. P. (2013). Prefigurações identitária e hierarquias linguísticas na invenção do português. In Lopes, L. P. da M. (Org.). *Português no século XXI: cenário geopolítico e sociolinguístico*. São Paulo: Parábola.
- Porto-Gonçalves, C. W. (2002). O latifúndio genético e a r-existência indígena-campesina. *Geographia*, 4(8), 39-60.
- Rancière, J. (2008). Espectador emancipado. (D. A. Small, Trad.). *Questão de crítica*. 1(3). Recuperado em 15 de maio, 2016, de <http://www.questaodecritica.com.br/2008/05/o-espectador-emancipado/>
- Spivak, G. C. (2010). *Pode o subalterno falar?* (S. R. G. Almeida, M. P. Feitosa & A. P. Feitosa, Trad.). Belo Horizonte: Editora UFMG.

El uso de Twitter como estrategia de organización partidista durante la elección estatal de Coahuila, México 2017.

Twitter use as a tool for party organization during the 2017 state elections in Coahuila, México

*Antonio Corona*¹⁰⁶

*Brenda Azucena Muñoz*¹⁰⁷

Resumen: En esta ponencia realizamos un análisis de las publicaciones en Twitter en el período de mayor actividad de la elección estatal de Coahuila, México (2017) mediante una recolección sistemática de menciones a los candidatos. Se analizaron el tipo y origen de las publicaciones de acuerdo a vínculos gubernamentales o partidistas de los ámbitos local y nacional y se encontró que una alta visibilidad de las instancias locales del partido en el poder, a diferencia de los partidos de oposición, que cuentan con un número mayor de publicaciones por parte de ciudadanos no afiliados. Nuestros resultados se relacionan con los mecanismos tradicionales de movilización a nivel local utilizados por el partido oficialista, y nos permite sugerir que la aparente popularidad del PRI en Twitter refleja la organización y la distribución de recursos a nivel local que dicho partido ha empleado históricamente para acortar las voces disidentes.

Palabras Clave: Twitter, elecciones, ciudadanía.

Abstract: In this paper we conducted an analysis of the publications on Twitter during the period of greatest activity of the state election in Coahuila, Mexico (2017) through a systematic collection of mentions to the candidates. The type and origin of the publications were analyzed according to governmental or partisan links of the local and national levels and it was found high visibility of the local instances of the party in power, unlike the opposition parties, which have a greater number of publications by unaffiliated citizens. Our results are related to the traditional mechanisms of mobilization at a local level used by the ruling party, and allow us to suggest that the PRI's apparent popularity on Twitter reflects the organization and distribution of resources at the local level that the it has historically employed to shorten dissident voices

Key words: Twitter, elections, citizenship.

El año pasado en México se realizaron elecciones para la gubernatura de Coahuila, junto con otros estados del país. A nivel nacional, los medios cubrieron prioritariamente los comicios del Estado de México, debido al peso político y económico de dicha entidad, y al hecho de que la elección para gobernador del Estado de México fue tratada como una predicción de la elección presidencial de este año (Núñez, 2017; Semple, 2017). Sin embargo, las elecciones de Coahuila pronto llamaron la atención mediática local y nacional por tratarse de una elección plagada de incertidumbre y denuncias de irregularidades (Guardiola, 2017; Romero, 2017). El Partido Revolucionario Institucional (PRI), titular del poder ejecutivo nacional por setenta y ocho de los últimos noventa años y titular, también, de la gubernatura de Coahuila durante toda la historia moderna del estado, fue declarado ganador por el Instituto Electoral Estatal, lo que provocó que los candidatos de oposición tanto de izquierda como de derecha formaran un frente común. Dicho frente llamó a la población a defender el triunfo de Guillermo Anaya, el candidato del Partido Acción Nacional (PAN) y principal opositor de Miguel Riquelme, candidato postulado por el PRI. El llamado a la unidad y a la protesta, por parte del Frente por un Coahuila Digno, se hizo principalmente a través de la difusión en medios sociales de catorce agravios y 200 pruebas que significarían la anulación de la elección estatal (Delgado, 2017). Meses después, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación resolvió los juicios de impugnación y validó el triunfo del candidato del PRI (Rueda, 2017).

¹⁰⁶ Antonio Corona. Universidad Autónoma de Coahuila, doctorado, México, antoniocorona@uadec.edu.mx

¹⁰⁷ Brenda Azucena Muñoz. Universidad Autónoma de Coahuila, doctorado, México, brenda.munoz@uadec.edu.mx

En esta comunicación comenzamos por observar cómo los medios sociales han ido posicionándose en cada elección como herramientas para emprender planes de campaña, pero también como posibilidades de agencia de la población. El papel de Twitter en los movimientos de protesta, particularmente #YoSoy132, ha sido estudiado desde diversas perspectivas (González, 2012; Gun Cuninghame, 2016; Welp, 2014) que dan cuenta de que esta plataforma mediática desempeña un rol cada vez más importante como avenida de discusión política del país. La investigación sobre el discurso político en Twitter, muestra un panorama de profundas divisiones partidistas y una marcada escasez de diálogo entre posicionamientos políticos opuestos (Gruzd y Roy, 2014; Conover, Ratkiewicz, Francisco, Goncalves, Flammini y Menczer, 2011).

La efectividad de las comunicaciones políticas en Twitter ha sido objeto de una cantidad considerable de estudios con resultados diversos, tanto en México (Heras y Díaz, 2016; Salgado, 2013) como en otros países (Aharony, 2011; Grant, Moon y Busby, 2010; Lyons y Veenstra, 2016). Por otro lado, se han realizado también estudios respecto a la identidad en Twitter (Marwick y Boyd, 2010; Walton y Rice, 2013) y, específicamente, sobre los aspectos políticos de la identidad dentro del ambiente de esta plataforma (Alvídrez, 2017; Herdagdelen, Zuo, Gard-Murray y Bar-Yam, 2013).

En México se ha estudiado el uso de plataformas sociales durante las elecciones como parte de la actividad de candidatos y funcionarios así como el uso de redes en momentos electorales y su efectividad (Alvídrez, 2007; Salgado, 2013). La alta presencia del PRI en Twitter, se ha atribuido a un buen manejo de redes por parte del partido (Heras y Díaz, 2017), pero también a estrategias deleznable como la contratación de bots (Salgado, 2013; Verkamp y Gupta, 2013). Dichas investigaciones, sin embargo, se han ocupado de la actividad en redes sociales como un fenómeno hasta cierto punto aislado, sin tener en cuenta la injerencia sobre esta esfera de la organización y las tácticas tradicionales de movilización y homogeneización de opiniones dentro de los partidos.

Nuestro objetivo fue analizar el origen de las publicaciones a favor de los distintos partidos, a la luz del conocimiento existente respecto a la manera en que dichos partidos han organizado sus campañas electorales. Si con anterioridad el partido oficialista, aparentemente, ha hecho uso de recursos económicos y sociales para la movilización sistemática de ciudadanos con fines de proselitismo (Cornelius, 2004; Magaloni, 2006), creímos relevante cuestionarnos si dichos mecanismos, utilizados por décadas en espacios físicos, tienen ninguna relación con el manejo del partido en espacios virtuales.

El análisis de la actividad en Twitter en torno a la elección de Coahuila nos permitió trabajar con cantidades manejables de datos, de esta forma pudimos observar de modo más cercano la actividad de publicación en el ámbito local. Lo anterior es importante, dado que la movilización de la ciudadanía mediante mecanismos de coerción y patronazgo a nivel local y vecinal es un eslabón clave en la estructura del Partido Revolucionario Institucional (Corona, 2012; Cornelius, 2004; Magaloni, 2006; Tosoni, 2006).

Por otro lado, el estudio de Heras y Díaz (2016) revela que el PRI dio mucha importancia a las redes sociales como herramienta de campaña a nivel local en 2015, y tuvo una mejor organización en este sentido. En Twitter, específicamente, la disonancia entre el volumen de publicaciones emitidas a favor de los regímenes priistas y el sentimiento general de la población tanto dentro como fuera de la red social ha dado lugar a la especulación por parte de los críticos de PRI (Salgado, 2013). En el presente texto, no obstante, se plantea la posibilidad de que la eficiencia del PRI en medios sociales digitales (particularmente en Twitter) es producto de políticas de organización a nivel regional que hacen uso de la militancia del partido para aumentar el volumen de publicación.

Para esclarecer lo anterior se realizó una recopilación de tweets referentes a la elección estatal de Coahuila publicados durante la etapa cúspide del período electoral, buscando identificar tanto el origen de las cuentas simpatizantes de los principales partidos en contienda como la actividad y volúmenes de publicación de las mismas. Tomando en cuenta los resultados de la investigación de Heras y Díaz (2016), que encontró que el PRI tiene una mayor organización en redes sociales, se formuló la hipótesis de que si bien el volumen de publicación tanto de publicaciones originales (tweets) como de republicaciones (retweets) sería superior entre los simpatizantes del PRI, una categorización de las cuentas nos permitiría distinguir un alto volumen de publicación entre miembros de la dirigencia partidista, en contraste con un volumen mucho más bajo de publicación entre los simpatizantes ciudadanos del partido. Se supuso también que, debido al relativamente alto nivel de organización en redes sociales del PRI, las publicaciones a favor de dicho partido mostrarían un mayor porcentaje de retweets que las de los partidos de oposición, indicando la posible existencia de mecanismos formales o informales de homologación del discurso entre la militancia virtual. Cabe mencionar que, al referirnos a la dirigencia de los partidos, no nos referimos necesariamente a las altas esferas de cada organización, sino a los militantes con cargos específicos a niveles estatal, municipal y distrital.

Método.

Como ya hemos mencionado, el diseño metodológico del estudio tomó en cuenta el origen de las publicaciones en Twitter que hicieron referencia a alguno de los candidatos a la gubernatura de Coahuila. Se realizó un análisis de contenido de las descripciones de usuario de las cuentas en cuestión, con la finalidad de identificar enunciaciones tanto a favor como en contra de los partidos políticos en pugna, así como enunciaciones identitarias que revelen el grado de involucramiento político del usuario.

El corpus del presente estudio fue obtenido mediante un proceso de recopilación y selección por etapas. Se utilizó un código programático (script) realizado en el lenguaje Python para recuperar e indizar todos los tweets mencionando a los candidatos a gobernador de Coahuila. Dicho script realizó los registros con una frecuencia diaria mediante el envío de requisiciones de pesquisa (queries) al API de Twitter. Esta recopilación diaria fue realizada desde 24 de mayo al 14 de junio. Se recuperaron un total de 217.980 tweets, de los cuales se removieron 643 emitidos por las cuentas de los candidatos, permaneciendo un total neto de 35.823 tweets de 9.859 usuarios y 181.514 retweets. Se realizó un análisis de contenido de las descripciones de usuario (Twitter Bio) para identificar menciones positivas o negativas a partidos políticos involucrados en el proceso electoral, y para identificar la situación política de los usuarios con el propósito de discernir si el enunciador realizaba sus publicaciones como ciudadano o como parte de la organización de un partido.

Posteriormente, se determinó la frecuencia y volumen de tweets y retweets publicados por los distintos tipos de cuentas con la finalidad de elucidar una comparativa entre la actividad de los ciudadanos sin afiliación formal declarada y la de las dirigencias locales y nacionales de los partidos alrededor de la elección de Coahuila. Después, se recopiló la actividad de las cuentas categorizadas durante el período de análisis, dividiéndola por actividad de cuentas simpatizantes de cada partido y tomando en cuenta la proporción entre tweets y retweets en el volumen total. Los datos empíricos fueron principalmente procesados mediante el programa de análisis estadístico IBM-SPSS y los resultados se muestran a continuación.

Resultados.

El análisis de contenido arrojó un total de 660 menciones positivas y 92 menciones negativas a partidos políticos en las descripciones de los 9.859 usuarios que publicaron tweets durante el período estudiado. Una posterior etapa de análisis de contenido se ocupó de la categorización de estas cuentas de acuerdo a la situación política de los usuarios y se muestra en la tabla 1. En este punto se aprecia que, a diferencia de los casos del PAN y Morena, en los cuales los usuarios son mayormente miembros de la ciudadanía, en el caso del PRI los usuarios son mayormente miembros de la dirigencia local. Se puede apreciar también que la diferencia entre menciones positivas y negativas del PAN y Morena es mucho mayor que la del PRI.

Tabla 1: Comparativo de tipos de cuenta en menciones de PRI, PAN y Morena

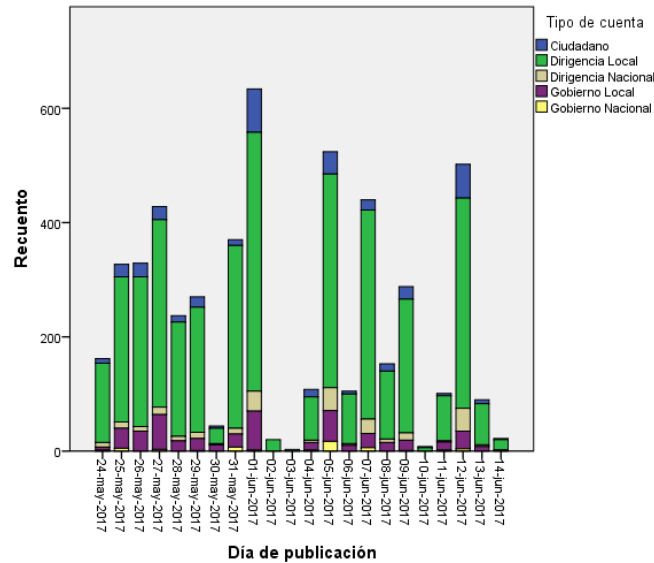
Tipo de cuenta	PRI		PAN		Morena	
	Positiva	Negativa	Positiva	Negativa	Positiva	Negativa
Ciudadano	42	38	203	24	80	16
Gobierno federal	6	0	29	0	3	0
Gobierno local	25	0	30	0	6	1
Dirigencia local	247	0	85	0	22	0
Dirigencia nacional	21	0	36	0	6	0
TOTAL	341	38	383	24	117	17

Elaboración propia.

Es relevante mencionar que aunque los datos que conformaron la muestra se orientaron a la elección estatal de Coahuila, en el origen de las publicaciones se encontraron también categorías de gobierno y dirigencia locales de otros estados, por lo que se examinó la totalidad de publicaciones de las cuentas presentadas en la tabla 1, resultando un total de 5.165 publicaciones provenientes de cuentas simpatizantes del PRI; 2.202 publicaciones de cuentas de simpatizantes del PAN y 676 de cuentas simpatizantes de Morena.

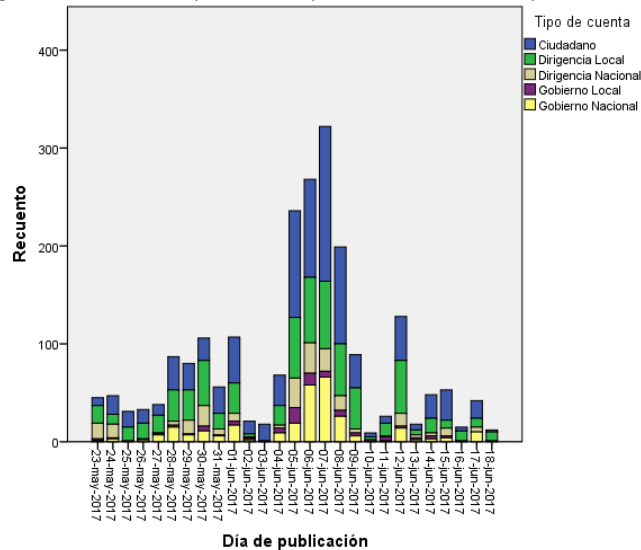
Al analizar el volumen de publicaciones por día y tipo de usuario, advertimos que, a pesar de que el periodo de veda electoral¹⁰⁸ no restringe la actividad de la población en general, existe un descenso drástico en el volumen de publicación por parte de simpatizantes de todos los partidos entre el 1 y el 4 de junio. Una comparación entre las figuras 1, 2 y 3 nos muestra que la mayor parte del volumen de tweets publicados a favor del PRI provienen de cuentas pertenecientes a instancias locales de la dirigencia partidista. En el caso del PAN hay un mayor equilibrio entre publicaciones de ciudadanos y de dirigentes del partido y en el caso de Morena las publicaciones son mayormente ciudadanas.

Figura 1: Volumen de publicación por día de cuentas simpatizantes del PRI



Elaboración propia.

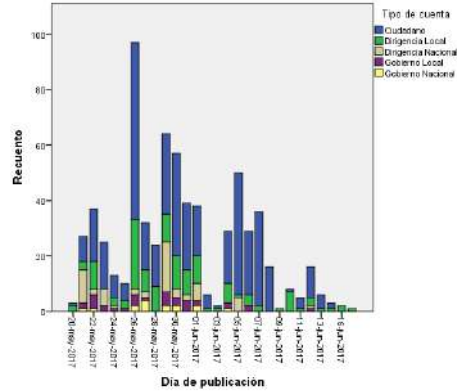
Figura 2: Volumen de publicación por día de cuentas simpatizantes del PAN



Elaboración propia.

¹⁰⁸ Período previo a la elección establecido por las instancias electorales nacional y estatales durante el cual no se permite la publicación de propaganda electoral de ningún tipo (INE, 2017).

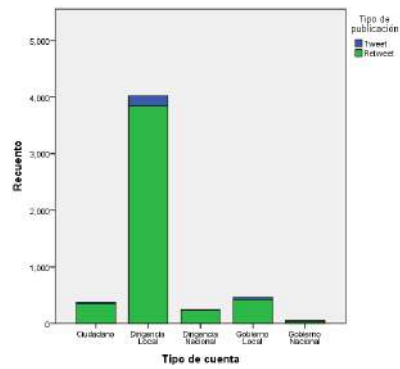
Figura 3: Volumen de publicación por día de cuentas simpatizantes de Morena



Elaboración propia.

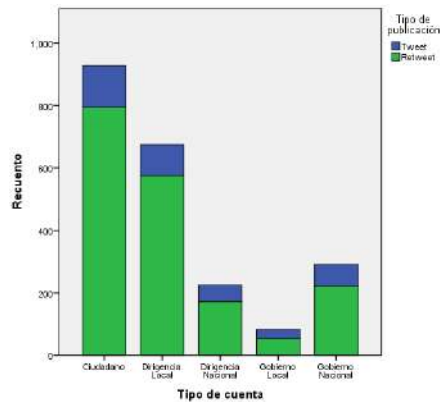
En las figuras 4, 5 y 6 se muestra la proporción de tweets originales y retweets en la publicación de las cuentas simpatizantes de los partidos. Como se puede apreciar, la desproporción entre publicaciones originales y republicaciones (retweets) es mayor en el caso de las cuentas simpatizantes del PRI que en el caso de los otros partidos. Se puede observar en el caso de los tres partidos una uniformidad de enunciaciones que, si bien es un poco más marcada en el PRI, no constituye una diferencia suficiente con los otros partidos ni con el total de las publicaciones que comprendieron la muestra como para constituir un fenómeno aparte.

Figura 4: Volumen de publicación de cuentas simpatizantes del PRI



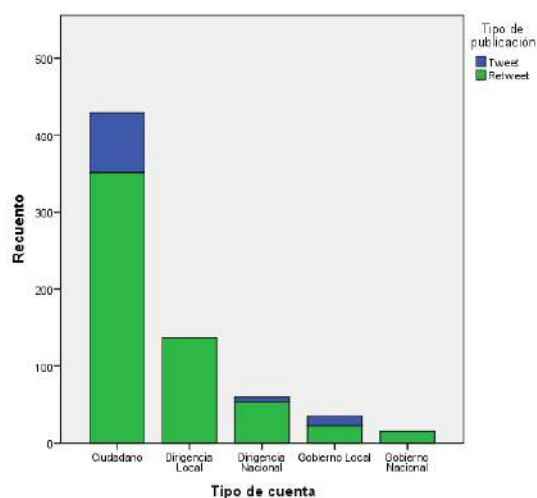
Elaboración propia

Figura 5: Volumen de publicación de cuentas simpatizantes del PAN



Elaboración propia

Figura 6: Volumen de publicación de cuentas simpatizantes de Morena



Elaboración propia.

Conclusiones.

Como vimos, los resultados parecen indicar que, de acuerdo a nuestra hipótesis inicial, existe una alta actividad de formulación y distribución de mensajes por parte de las organizaciones priistas locales, en contraste a una relativamente baja actividad de simpatizantes ciudadanos no afiliados al partido. Sin embargo, no encontramos indicios significativos que confirmen nuestro segundo supuesto relacionado a la uniformidad de enunciaciones entre las cuentas simpatizantes del PRI. Tampoco hay una diferencia significativa en la proporción tweet/retweet entre las cuentas simpatizantes de otros partidos y el resto de las cuentas que formaron parte de la muestra.

No obstante, los resultados mostrados contribuyen a esclarecer el papel de la organización local en las campañas electorales en ámbitos virtuales. Se observó una alta participación política por parte de miembros de la militancia del PRI en Twitter y una prevalencia de la actividad de dirigentes locales en la discusión de una gubernatura que territorialmente no los involucra. Estos datos podrían ser indicadores de que la organización política vecinal de dicho partido y sus mecanismos de movilización se extienden a ámbitos virtuales. Conviene, así, analizar la actividad del PRI en redes sociales como una extensión de los mecanismos organización a nivel local que el partido ha empleado durante décadas (Cornelius, 2004; Magaloni, 2006).

El siguiente paso en el estudio de este fenómeno sería la realización de sociogramas que busquen una correspondencia entre las enunciaciones en Twitter de la alta dirigencia del partido y la actividad de las cuentas locales. Futuras investigaciones podrían comparar, también, el grado y la forma de penetración que tienen los contenidos difundidos en Twitter en estos dos niveles de organización partidista local e incluso entre los ciudadanos que no se presentan como simpatizantes de partidos políticos.

Los resultados de la investigación advierten cómo un partido político, mediante una eficiente organización puede simular en Twitter un nivel de popularidad que, aparentemente, no corresponde con la mínima diferencia de votos reportados en los resultados de las elecciones (Gudiño, 2017). En ese sentido, debemos preguntarnos sobre la aparente efectividad del mensaje del partido en medios sociales. Sería conveniente indagar sobre la manera en que estos mecanismos sirven para la difusión masiva de contenidos e información política y cómo se podrían traducir en formación de ciudadanía.

Referencias.

- Aharony, N. (2012). Twitter use by three political leaders: an exploratory analysis. *Online Information Review*, 36(4), pp. 587-603.
- Alvídrez, S. (2017). Interactividad en Twitter: el efecto de la identidad partidista sobre la evaluación de candidatos políticos y sobre sus intenciones de voto. *Comunicación y Sociedad*, 26(29), pp. 117-137.
- Barba, G. (3 de enero de 2017). El presidente quiere hundir al PRI. Forbes. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/el-presidente-quiere-hundir-al-pri/>
- Conover, M.; Ratkiewicz, J.; Francisco, M.; Gonçalves, B.; Menczer, F. y Flammini, A. (2011). Political polarization on twitter. *ICWSM*, 133, pp. 89-96.
- Cornelius, W. (2004). Mobilized Voting in the 2000 Elections: The Changing Efficacy of Vote Buying and Coercion in Mexican Electoral Politics. En Domínguez, J. y Lawson, C. (eds.). *Mexico's Pivotal Democratic Election: Campaign Effects and the Presidential Race of 2000*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Corona Armenta, G. (2012). Las elecciones locales en el Estado de México: la plataforma política de Enrique Peña Nieto a nivel nacional (2009-2011). *El Cotidiano*, 171, pp. 29-39.
- Delgado, A. (13 de noviembre de 2017). El Frente por un Coahuila Digno pide al TEPJF anular elecciones para no dar "continuidad a un gobierno corrupto". *Proceso*. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/510970/frente-coahuila-digno-pide-al-tepjf-anular-elecciones-dar-continuidad-a-gobierno-corrup-to>
- González, L. (2012). YoSoy132. Participación política 2.0 en México. *Diálogo Político*, 29(3), pp. 77-104.
- Grant, W.; Moon, B. y Busby, J. (2010). Digital dialogue? Australian politicians' use of the social network tool Twitter. *Australian Journal of Political Science*, 45(4), pp. 579-604.
- Gruzd, A. y Roy, J. (2014). Investigating political polarization on Twitter: A Canadian perspective. *Policy & Internet*, 6(1), pp. 28-45.
- Guardiola, M. (17 de junio de 2017). Presentan más de 100 impugnaciones por elecciones en Coahuila. *El Financiero*. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/presentan-mas-de-100-impugnaciones-por-elecciones-en-coahuila.html>
- Gudiño, A. (8 de junio de 2017). Termina cómputo de votos en Coahuila; resultados dan triunfo a Riquelme. *Excelsior*. Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/06/08/1168650>
- Gun Cuninghame, P. (2017). #YoSoy132 and the 'Mexican Spring' of 2012: Between Electoral Engagement and Democratisation. *Bulletin of Latin American Research*, 36(2), pp. 192-205.
- Herdagdelen, A., Zuo, W., Gard-Murray, A. y BarYam, Y. (2013). An exploration of social identity: The geography and politics of newssharing communities in twitter. *Complexity*, 19(2), pp. 10-20.
- Instituto Nacional Electoral (2017). Reglamento de Elecciones. Instituto Nacional Electoral, Ciudad de México. Recuperado de <https://www.ine.mx/reglamento-de-elecciones/>
- Lyons, B. y Veenstra, A. (2016). How (not) to talk on Twitter: Effects of politicians' tweets on perceptions of the Twitter environment. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 19(1), pp. 8-15.
- Magaloni, B. (2006). *Voting for autocracy: Hegemonic party survival and its demise in Mexico*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Marwick, A. y Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*, 13(1), pp. 114-133.
- Núñez, E. (4 de junio de 2017). Ensayo del 2018. *Reforma*. Recuperado de <http://www.reforma.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=1128212&md5=15ca85>

Romero, R. (16 de junio de 2017). Consejero del INE revela irregularidades en elecciones de Coahuila. *Vanguardia*. Recuperado de <http://www.vanguardia.com.mx/articulo/consejero-del-ine-revela-irregularidades-en-elecciones-de-coahuila>

Salgado, E. (2013). Twitter en la campaña electoral de 2012. *Desacatos*, 42, pp. 217-232.

Semple, K. (6 de mayo de 2017). La disputa electoral para gobernar el Estado de México y sus implicaciones presidenciales. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/es/2017/05/06/la-disputa-electoral-para-gobernar-el-estado-de-mexico-y-sus-implicaciones-presidenciales/>

Tosoni, M. (2007). Notas sobre el clientelismo político en la ciudad de México. *Perfiles latinoamericanos*, 15(29), pp. 47-69.

Verkamp, J. y Gupta, M. (2013). Five Incidents, One Theme: Twitter Spam as a Weapon to Drown Voices of Protest. Ponencia presentada en *3rd USENIX Workshop on Free and Open Communications on the Internet (FOCI'13)*.

Walton, S. y Rice, R. (2013). Mediated disclosure on Twitter: The roles of gender and identity in boundary impermeability, valence, disclosure, and stage. *Computers in Human Behavior*, 29(4), pp. 1465-1474.

Welp, Y. (2014). The Mexican Movement #yosoy132. Ponencia presentada en *Social Protest and Democratic Responsiveness: Realities in Latin America and the Caribbean and the European Union*, GIGA (volumen 10).

Zuckermann, L. (7 de julio de 2016). Peña y el PRI en picada. *Excelsior*. Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/opinion/leo-zuckermann/2016/07/07/1103445>

A experiência formativa de comunicação popular e comunitária em acampamento do MST

The training experience of popular and community communication in MST camp

*Adriana Medeiros Farias*¹⁰⁹

*Rozinaldo Antonio Miani*¹¹⁰

*Wellington Taques*¹¹¹

Resumo: O texto proposto relata e analisa a experiência de produção de material impresso na perspectiva da Comunicação Popular e Comunitária no âmbito do programa de extensão “Diálogos Formativos com o Campo”, construído em conjunto com o coletivo de educandos (as), educadores (as) da Escola Itinerante Herdeiros da Luta de Porecatu, do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), no estado do Paraná, Brasil. Quanto ao eixo da comunicação apesar da reconhecida compreensão acerca de sua natureza de processo social básico e de sua complexidade epistemológica, ressalta-se, a sua condição de estratégia político-organizativa no interior de processos políticos e sociais. A potencialidade transformadora e emancipadora da comunicação é reconhecida quando concebida como parte de um processo educativo e participativo que descentraliza o conhecimento técnico e as decisões políticas acerca dos conteúdos produzidos e disseminados.

Palavras Chave: Comunicação Popular e Comunitária. MST. Programa de Extensão. Educação do Campo.

Abstract: He proposed text reports and analyzes the experience of producing printed material from the perspective of the Popular and Community Communication within the scope of the "Formative Dialogues with the Field" extension program, built together with the collective of educators, educators, of the Itinerant School Heirs of the Fight of Porecatu, of the Movement of the Landless Rural Workers (MST), in the state of Paraná, Brazil. Regarding the axis of communication, despite its acknowledged understanding of its basic social process nature and its epistemological complexity, its status as a political-organizational strategy within political and social processes is emphasized. The transformative and emancipatory potential of communication is recognized when conceived as part of an educational and participatory process that decentralizes technical knowledge and political decisions about the contents produced and disseminated.

Keywords: Popular communication. MST. Extension Program. Field Education.

Introdução

O texto proposto relata e analisa a experiência em Comunicação Popular e Comunitária no âmbito do programa de extensão “Diálogos Formativos com o Campo”, desenvolvido pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), no estado do Paraná, Brasil, em conjunto com o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST)¹¹².

¹⁰⁹ Adriana Medeiros Farias - Docente do Departamento de Educação da Universidade Estadual de Londrina (UEL/PR). Coordenadora do Programa Diálogos Formativos com o Campo. Líder do Grupo de Estudos e Pesquisa em Educação Popular e Educação de Jovens e Adultos. Doutorado em Educação pela Unicamp. Brasil. E-mail: adriafarias@gmail.com

¹¹⁰ Rozinaldo Antonio Miani - Docente do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL/PR). Vice-coordenador do Programa de Mestrado em Comunicação da UEL. Doutorado em História e Pós-doutorado pela ECA/USP. Brasil. E-mail: mianirozinaldo@gmail.com

¹¹¹ Wellington Cesar Taques - Mestre em Desenvolvimento Rural Sustentável (UNIOESTE). Especialista em Trabalho, Educação e Movimentos Sociais, pela Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio (EPSJV-FIO CRUZ). Especialista em Educação do Campo, pela UNIOESTE campus de Foz do Iguaçu. Graduado em Pedagogia para Educadores do Campo (UNIOESTE), (2012).

¹¹² O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) foi gestado no final da década de 1970 e início de 1980, oficializado formalmente em janeiro de 1984 no Primeiro Encontro Nacional de Trabalhadores Sem Terra, em Cascavel, no estado do Paraná, posteriormente reafirmado no I Congresso Nacional realizado em Curitiba, em 1985. Trata-se do maior movimento social de massa da América Latina.

A experiência é realizada no âmbito da Escola Itinerante Herdeiros da Luta de Porecatu, no assentamento homônimo, na cidade de Porecatu, no estado do Paraná. A Escola Itinerante oferta escolarização da primeira etapa da Educação Básica, da Educação Infantil, ao Ensino Médio, também a modalidade Educação de Jovens e Adultos (EJA), para as crianças, jovens e adultos acampados.

Denominam-se itinerantes porque acompanham a luta pela Reforma Agrária, assegurando a escolarização dos trabalhadores do campo. Desta forma, a escola itinerante, em seus objetivos gerais, não se diferencia das demais escolas do MST; o que se altera são as circunstâncias em que ela está inserida: em um acampamento, que, em geral, tende a ser um espaço no qual a luta de classes é mais evidente [...] As escolas itinerantes vêm responder à necessidade concreta de assegurar a escolarização das pessoas que vivem em acampamentos, inicialmente as crianças. Era comum que elas perdessem o ano letivo devido às mudanças constantes, à falta de vagas nas escolas próximas dos acampamentos, e à discriminação sofrida pelo fato de serem sem-terra [...] (BAHNIUK; CAMINI, 2012, p.333-334).

O acampamento Herdeiros da Luta de Porecatu é resultado da organização do MST na ocupação da Fazenda Variante, ocorrido em 2008, no município de Porecatu, norte do estado do Paraná. O MST e outras entidades vinham denunciando diversos crimes cometidos na propriedade, inclusive, na ocasião da ocupação, foi constatada, pelo Ministério Público do Trabalho (MPT) e pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) a presença de 17 trabalhadores em condições análogas à escravidão (GAZETA DO POVO, 2008).

No acampamento, os trabalhadores sem terra, acampados, permanecem na luta resistindo à lógica latifundiária de concentração de terras naquela região e lutando pela desapropriação de terras, na concepção do Movimento, pela Reforma Agrária Popular, assim definido:

[...] a Reforma Agrária Popular não é um programa socialista porque não estamos em um contexto revolucionário e as condições para isso ainda não estão construídas (MST, 2013). Mas a compreensão é de que podemos, ainda no âmbito de como se movem as contradições no capitalismo, avançar no desenvolvimento teórico e prático dessa nova lógica, participando na construção mais longa do processo de transformação do modo de produção capitalista, desde os nossos próprios desafios de sobrevivência. Luta e construção integram esses desafios e não podem ser simplesmente deduzidos de uma esfera da vida humana para outra. Serão construção específica de cada esfera ou dimensão (e a educação se insere nesse mesmo raciocínio), ainda que necessariamente articuladas entre si e na direção do mesmo projeto histórico (CALDART, 2013, p.15).

No âmbito da Universidade, o Programa integra uma proposta crítica e dialógica de extensão com a participação de estudantes de vários cursos de graduação e pós-graduação. Contudo, para a realização da experiência específica de comunicação, contamos com a participação de três estudantes do curso de Comunicação com habilitação em Jornalismo e dois professores coordenadores do Programa. A produção do jornal impresso foi definida pelos (as) educandos(as) da escola e pelo coletivo de educadores (as) em razão da necessidade de atender às demandas do acampamento por comunicação e registro.

A experiência foi implementada no contexto social, político e econômico que culmina na atualidade da crise política brasileira. Crise esta que atinge diretamente o campo da extensão universitária e criminaliza os movimentos sociais e populares sob o avanço de frações da burguesia que se impõe por meio de um Golpe de Estado promovido com amplo apoio dos poderes Legislativo e Judiciário e também pela mídia, liderada amplamente pelas Organizações Globo.

Frente à resistência, várias instituições educacionais, científicas e sindicais que se opõem ao golpe, se manifestam à condução do país e contra o atentado às instituições públicas democráticas, e pela construção de uma Universidade pública socialmente referenciada.

Extensão universitária e Movimentos Sociais e Populares

O Programa de Extensão analisado se contrapõe à base experiencial americana e inglesa do início do século XX e as origens assistencialistas da extensão universitária da década de 1970 no Brasil. A extensão é compreendida como campo formativo relevante para a formação crítica de estudantes, comprometendo a Universidade, e o conhecimento por ela produzido, com a transformação social e com um projeto de sociedade que rompa com as estruturas capitalistas e contribua para a emancipação da classe trabalhadora.

Tal concepção não é hegemônica no interior da Universidade, uma vez que a instituição se coloca historicamente à serviço do capital. De tal modo que a produção dos conhecimentos acadêmicos é destinada aos interesses das grandes corporações nacionais e internacionais. Consideram-se as diversas práticas extensionistas, de pesquisa básica e aplicada, cooptadas para as necessidades de expansão e especialização, por exemplo, do agronegócio e dos interesses empresariais.

Os professores, estudantes e técnicos que afirmam a defesa da Universidade crítica e autônoma, ou seja, a serviço dos interesses da classe trabalhadora e da resolução dos seus problemas, têm nos movimentos sociais e populares um forte aliado.

Examinando a história recente da universidade e as principais lutas antissistêmicas nas últimas décadas, é possível sustentar que o nexo universidade e movimentos sociais - compreendidos aqui em sentido amplo, abrangendo os movimentos ditos clássicos, novos movimentos, sindicatos e partidos vinculados aos trabalhadores (SANTOS, 2005) - está presente na agenda dos mais importantes movimentos sociais antissistêmicos do Século XXI, como a Coordenação Nacional dos Povos Indígenas do Equador (CONAIE); os Cocaleros na Bolívia; o MST no Brasil; os polissêmicos movimentos altermundistas, em luta contra a comodificação da educação, especialmente contra os Tratados de Livre Comércio (Acordo Geral de Comércio de Serviços, ALCA, Acordo Multilateral de Investimentos), e as jornadas da Coordenadora Latino-americana de Organizações Camponesas - Via Campesina (CLOC-VC) (LEHER, 2015, p.4).

Deste modo, os movimentos sociais e populares, enraizados na realidade social, podem pautar as necessidades da classe trabalhadora frente aos problemas de moradia, saúde, justiça social, educação, produção agrícola, dentre tantos outros. Neste sentido, os movimentos antissistêmicos, na medida em que apresentam as demandas de pesquisa, ensino e extensão contribuem para a formação de profissionais críticos e organicamente comprometidos com a emancipação humana.

A articulação dos setores críticos da universidade com as lutas dos movimentos contribui para que tais movimentos tenham conhecimentos mais sistemáticos e fundamentados para muitos problemas, fortalecendo as lutas sociais; ao mesmo tempo, a interação dos movimentos com espaços da universidade, exigindo maior atenção aos problemas vividos pelo povo, fortalece os setores críticos no espaço acadêmico comodificado que, assim, têm suas pesquisas legitimadas pelas demandas sociais. Embora minoritárias essas iniciativas são relevantes para fortalecer um processo de luta pela autonomia universitária vis-à-vis aos dispositivos de poder (LEHER, 2015, p.12).

O *Manifesto Liminar* de Córdoba (1918) e, no Brasil, as experiências contra-hegemônicas do início da década de 1960 são referências para pautar uma concepção de Universidade e de extensão universitária que “dialoga com o povo”, que coaduna com a função social da Universidade apresentada anteriormente. Trata-se das experiências promovidas por intelectuais, professores universitários, estudantes, lideranças de movimentos sociais; dentre elas pode-se citar os Movimentos de Cultura Popular do Recife, Pernambuco, os Círculos de Cultura da União Nacional dos Estudantes (UNE) e o Serviço de Extensão Cultural (SEC) promovido por Paulo Freire, na Universidade do Recife.

As experiências citadas romperam com a concepção assistencialista de extensão do início do século XX e avançaram no campo da formação de lideranças, contribuindo para a vinculação da Universidade com as questões dos trabalhadores, dos camponeses, com a cultura e comunicação popular. Todas elas estabelecem que a Universidade estude a respeito dos problemas sociais de forma crítica e dialógica. A Educação Popular, como concepção de educação do popular, da classe trabalhadora, constituída a partir dessas experiências, terá forte influência nas práticas de comunicação popular, de extensão e da pesquisa, no campo da pesquisa participante, instituídas nos anos seguintes no interior das universidades.

Todavia, o golpe civil-militar de 1964 redimensionou as práticas de extensão e limitou a participação institucional dos estudantes às experiências do Projeto Rondon e de alguns programas. A Constituição Federal de 1988 e a aprovação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), Lei nº9394/96, por sua vez traz a extensão universitária novamente à centralidade definida como “processo educativo, cultural e científico que articula o Ensino e a Pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre universidade e sociedade” (FORPROEX, 2012).

A experiência comunicativa do Programa “Diálogos Formativos com o Campo”

Inserido no contexto social, político, econômico e educacional exposto anteriormente é que se propõe o Programa de extensão da Universidade Estadual de Londrina, “Diálogos Formativos com o Campo” com uma resposta à demanda de formação apresentada pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST).

O projeto, gestado em conjunto com os integrantes do Movimento, constituiu-se de ações formativas no esforço de construir um diálogo com a Universidade a respeito da Educação do Campo feita pelo MST.

A formação contribuiu com o fortalecimento e a ampliação dos conhecimentos teórico-metodológicos no âmbito da educação, da cultura e da agroecologia. Pode-se registrar um total de mais de 300 horas de formação continuada, além das reuniões de planejamento, estudo e avaliação. Os estudantes que integravam o Projeto eram oriundos de diversos cursos e departamentos da Universidade, o que possibilitava uma visão integradora das práticas educativas e dos temas da pauta formativa. Todos os estudantes tiveram que pensar a respeito dos princípios filosóficos e pedagógicos do Movimento, ao mesmo tempo que definiam quais conhecimentos científicos seriam selecionados para tratar de cada uma das temáticas apresentadas pelos educadores do MST. O principal desafio era manter a prática dialética de ação, reflexão e ação, em todos os momentos do processo formativo.

Diante das limitações estruturais do projeto, no ano de 2013 a equipe que conduzia o projeto apresentou uma proposta ao Edital de apoio à ação extensionista, PROEXT, lançado pelo Ministério da Educação (MEC) e obteve a aprovação de recursos para o trabalho com a extensão, na condição de Programa.

O projeto inicial foi mantido e foi ampliado com a incorporação ao Programa do eixo da Comunicação. A organicidade do trabalho do grupo permaneceu com a realização das reuniões de planejamento, estudo e avaliação, realizadas no âmbito da Universidade e do MST, nos espaços do acampamento e assentamento. Participavam dos encontros estudantes dos cursos de Pedagogia, Biologia Geral, Geografia, Psicologia, lideranças do Movimento, educandos e educadores das escolas, entre outros. A pauta formativa era definida em conjunto com o Movimento e os seguintes temas foram trabalhados: planejamento político-pedagógico, gestão democrática da educação e educação e sexualidade.

Quanto à comunicação, apesar da reconhecida compreensão acerca de sua natureza de processo social básico e de sua complexidade epistemológica, ressalta-se, no desenvolvimento do programa de extensão, a sua condição mais instrumental, ou seja, a sua condição de estratégia político-organizativa no interior de processos políticos e sociais. A potencialidade transformadora e emancipadora da comunicação é reconhecida quando concebida como parte de um processo educativo e participativo que descentraliza o conhecimento técnico e as decisões políticas acerca dos conteúdos produzidos e disseminados.

A concepção teórico-metodológica de comunicação incorporada ao Programa coaduna com a concepção de Universidade e de extensão anteriormente debatidas. Trata-se da Comunicação Popular e Comunitária que tem se desenvolvido no contexto dos projetos de pesquisa e extensão e, mais especificamente, do curso de especialização em Comunicação Popular e Comunitária na Universidade Estadual de Londrina.

Compreendida como aquela comunicação produzida no âmbito das organizações sociais e dos movimentos populares, de natureza contra-hegemônica, classista, comprometida com a perspectiva de mudança da ordem societária, constituída por meio de processos participativos, de valorização das subjetividades e potencializando um movimento de desalienação (MIANI, 2011), a Comunicação Popular e Comunitária se apresenta como a concepção mais apropriada para o desenvolvimento das práticas comunicativas no interior de um acampamento do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST).

O estabelecimento de processos participativos, envolvendo educandos da escola itinerante, bem como membros do próprio acampamento, tinha como perspectiva contribuir para a construção de uma autonomia em relação às condições de produção das práticas comunicativa.

Nesse sentido, a produção comunicativa no contexto do Programa “Diálogos Formativos com o Campo” foi balizada na organização das pautas de planejamento do processo formativo. Inicialmente, foram realizadas reuniões de planejamento e estudo entre os estudantes e professores da UEL com a coordenação pedagógica e os educadores da escola itinerante Herdeiros da Luta de Porecatu para definir as ações formativas. Ficou acordado que as atividades do eixo da comunicação apoiariam as ações dos Núcleos Setoriais.

Os Núcleos Setoriais se constituem como instâncias organizativas de exercício do trabalho socialmente necessário e são parte integrante da Proposta Pedagógica da Escola que se estrutura curricularmente a partir dos “Complexos de Estudo”. O Setor de Educação do MST tem construído um processo formativo de revisão da proposta pedagógica das escolas itinerantes no esforço de revisão das bases do Tema Gerador e experimentado a organização curricular por meio dos “Complexos de Estudo”. A respeito do trabalho socialmente necessário, Roseli Caldart afirma que se trata de

[...] mediação fundamental na construção do vínculo entre escola e trabalho nesse sistema. Trata-se de um trabalho de cunho social e com valor pedagógico e que seja efetivamente necessário, indispensável, imprescindível, organizado pela mediação da escola, mas realizado preferencialmente fora dela, materializando sua conexão com a vida social do entorno. O trabalho socialmente necessário pode ser compreendido, nos termos de hoje, como um exercício prático do trabalho como valor de uso, realizado na direção da formação de uma personalidade não exploradora, nem de outros seres humanos nem da natureza, com intencionalidade pedagógica em aspectos centrais como os valores éticos do trabalho para o bem estar coletivo, a apropriação do conhecimento (e seu modo de produzir-se) pela relação entre teoria e prática e a organização coletiva e científica do trabalho (CALDART, 2013, p.20-21).

O MST, ao longo da década, tem construído uma “Pedagogia do Movimento” (CALDART, 2012), elaborada pelo Movimento em diálogo com a Universidade; mantendo a autonomia de ambos, foi possível produzir uma concepção pedagógica que atendesse aos interesses organizativos do MST. Em consonância com a proposta pedagógica do Movimento, os estudantes da Universidade seguiram com os estudos a respeito da Proposta Pedagógica sob as bases teóricas da Pedagogia Socialista e os pressupostos teóricos da Comunicação Popular e Comunitária. Esses referenciais subsidiariam os encontros com os integrantes da escola itinerante.

Os encontros iniciais foram organizados para atender todo o coletivo da escola. Educandos e educadores participaram para tratar do conceito de comunicação e da sua finalidade no espaço do MST e do acampamento. Os participantes foram provocados a pensar o conceito de comunicação no seu sentido amplo e, em seguida, o papel da mídia na sociedade capitalista e a forma como a mídia tem criminalizado os movimentos sociais e populares, e em especial o MST, foram problematizados. Outros dois encontros foram realizados com os integrantes dos Núcleos Setoriais para tratar de comunicação e definir quais práticas comunicativas seriam desenvolvidas.

Educandos e Educadores das diversas turmas do Ensino Fundamental e Médio, integrantes dos Núcleos Setoriais (Comunicação, Produção, Embelezamento...), definem o trabalho que será realizado a partir da escola com vistas ao atendimento de uma necessidade concreta do acampamento. Na experiência do Núcleo Setorial de Comunicação, os educandos decidiram pela produção de um jornal impresso e de uma rádio comunitária. Definiram, ainda, que o jornal atenderia a necessidade de comunicação do acampamento e do registro de seus eventos, uma vez que as formas de comunicação existentes no acampamento não contemplam a produção de material impresso. O desenvolvimento de uma programação radiofônica, bem como a viabilização de infra-estrutura para veiculação dessa produção ficou decidido como demandas a serem encaminhadas posteriormente.

Para iniciar o processo de organização e produção do jornal impresso, foram organizadas algumas oficinas com os integrantes do Núcleo Setorial de Comunicação. O objetivo era proporcionar as condições necessárias para que os sujeitos pudessem se apropriar da concepção de Comunicação Popular e Comunitária, bem como dos instrumentos jornalísticos para a produção de comunicação impressa, tais como: seleção de conteúdos, definição da pauta, realização de entrevistas, produção de textos, registro imagético, diagramação, na perspectiva de potencializar a construção de autonomia dos sujeitos em relação à produção e gestão da comunicação.

Após as oficinas, foram estabelecidos os encaminhamentos para a produção de uma primeira edição do jornal impresso da escola itinerante Herdeiros da Luta de Porecatu. Cada um dos educandos e educadores envolvidos no Núcleo Setorial de Comunicação assumiu uma tarefa e, sob a orientação e colaboração da equipe de professores e estudantes da Universidade, o processo se desenvolveu até a fase final de produção. O jornal foi distribuído em todo o acampamento e apresentou excelente repercussão.

Figura 1 – Primeira edição do Jornal Herdeiros da Luta

Jornal Herdeiros da Luta

Lutar, construir reforma agrária popular! 1ª edição - Dezembro de 2015

ENCANTO DOS SEM TERRINHAS

Por Gabriel Blau e Daniel Lopes

No dia 13 de novembro foi realizado o encontro dos Sem Terrinhas no acampamento Zélio Amos. Estiveram presentes os integrantes Manoel Jacinto Gomes, 2 de Dezembro, Herdeiros da Luta de Porcatu.





Hoje com média 180 crianças do Edifício do 5º ano

"É um evento muito importante no MST que faz parte de toda nossa luta pela reforma agrária. É as nossas crianças também lutando para deixar luta e a organização nos dia a dia. Esse evento ocorre todo ano" (Marina Fracchi - Secretária da Escola Itinerante Salvador e Saboy)



Por que o Agrotóxico?

Rodrigo Santos Daniel Lopes e Luis Henrique da Silva

A política de agronegócio se interessa apenas por produtos de exportação como a soja, milho, cana-de-açúcar, castanha, entre outros.

Essa política se baseia em grandes latifúndios e só pode existir com uso de muito veneno. Quem defende o agronegócio é a bancada ruralista, a mesma que ataca os direitos indígenas, quilombolas e comunidades tradicionais.

A bancada ruralista também defende os interesses geracionais da mineração, responsável por tragédias como a provocada pela empresa Vale L. RDP (Billion em Mariana - MG, no último mês de novembro).

Precisamos de tanto veneno?

Não! A agroecologia já é uma realidade no Brasil. Milhares de camponeses e camponesas de norte a sul do país produzem alimentos naturais e saudáveis, sem utilização de agrotóxicos, fertilizantes químicos ou sementes transgênicas. Também beneficiam os alimentos em pequenas cooperativas agroalimentares e distribuem os produtos em escolas, feiras, hospitais e em outros circuitos de comercialização solidária.



Acampamento Herdeiros comemora 7 anos de luta

O evento foi aberto à comunidade externa e reuniu autoridades, dirigentes do movimento, acampados e assentados

Rodrigo Santos e Gabriel Blau

No dia primeiro de novembro de 2015 foi realizada a festa de comemoração do aniversário do acampamento Herdeiros da Luta de Porcatu e a formatura das turmas de Educação de Jovens e Adultos (EJA), níveis I e II. O aniversário foi realizado no próprio acampamento e reuniu cerca de 700 pessoas.

No local, foram realizados trabalhos. Alguns deles ficaram a leitura de um texto sobre as lutas e dificuldades de se formar.

O evento contou com a presença do prefeito da cidade de Comentar, Ricardo, do dirigente do MST, Diego Moreira, de José Demétrio, dirigente estadual, e dos professores Mire Vidali, Sandra Scherer, Maria Izabel, Francisca Lúcia, Vanessa, Mozart, Carlos, Rivaldo e Sandra.

Durante a festa, Manoel Prochirov subiu no palco para ler um poema, e Cláudio Farias subiu, juntamente com Aníbal Cardozo, para falar sobre a importância da educação dentro dos acampamentos e assentamentos. Ao mesmo dia, serviram o almoço e foram realizadas atividades ao ar livre com as músicas do movimento.

"A escola itinerante, a produção, a cultura e tudo o que acontece é fruto de um processo de luta, completa desde a educação até o desenvolvimento, a organização dos famílias e o processo completo. Então, escola é parte desse processo. A educação é parte desse processo. Cada ação, aqui, uma completa a outra. Por isso, é muito importante essa formatura realizada no dia do aniversário do acampamento. E isso vai ficando com que toda a comunidade entende que tudo faz parte de um processo, iniciação de educação é uma dessas partes" (Dionísio, do assentamento Divina Fé, em Arapongas, e agente de organização de São Manoel, acampamento)



Editorial

O ano de 2015 foi agitado politicamente, principalmente no âmbito educacional. A eleição de Beto Richa para o segundo mandato no Governo do Estado do Paraná, com a aprovação da maioria, consolidou um consenso popular que deu amplos poderes para o avanço neoliberal.

Com as perspectivas tradicionais de preservar lucros, vemos um fortalecimento e a perda dos direitos dos trabalhadores, de políticas sociais e outras mais. Ao mesmo tempo em que o Governo do Estado promove uma privatização geral, que não tem como objetivo senão justificar a transferência de vários setores, fossem deflagrados vários lutas e greves. Sem vontade de mudanças as políticas foram positivas na perspectiva da classe trabalhadora no sentido de causar um esvaziamento desta postura política adotada por Richa e de uma desmoralização perante a base eleitoral. "Tôk quem luta em professor e estudante bota gente num aí".

Perante esta situação, nós, camponeses, camponesas, educadoras, educadores do campo e da cidade, nos esforçamos para garantir o direito à educação para milhares de jovens e crianças, mesmo em uma condição de instabilidade.

No conjunto destas lutas construímos a proposta de socializar os conhecimentos em um jornal que dê voz e vez para a comunidade e que se contraponha ao oligopólio midiático que reproduz unicamente as ideias da cúpula do poder.

O poder da mídia sobre as pessoas

Camilla Garcia e Lorrynne Chabowski

Não é de hoje que vemos e sabemos da força que a mídia possui, e isso fica mais nítido quando por meio de toda essa força ela passa a incluir nas pessoas, uma ideia ou mesmo um ponto de vista já formado sobre determinada assunto. E note que, quando fazemos referência à mídia, estamos na verdade nos referindo a todos as suas formas de veiculação, seja ela falada, escrita, televisiva e até aquela feita pelos sites virtuais e cursos que se lançam por aí.

No Brasil, ao contrário do países como a Alemanha, a França e o Canadá, desde a época das transmissões radiofônicas o Estado deu à mídia privada a tarefa de oferecer o serviço de radiodifusão (rádio e TV).

Essa escolha gerou o domínio do sistema por meio de grandes grupos privados, como Globo, Record, SBT e Band. Devido à falta de limites, essas empresas passaram a se aliar e a se dividir em diferentes segmentos.

A pesquisa Mídia Cidadã Brasil 2015 feita pelo grupo de mídia de São Paulo, aponta o alcance de televisão nos municípios brasileiros.

Não se nega que a mídia possui influência ímpar para a manutenção de uma democracia, entretanto, isso não significa que o custo deste argumento seja sempre menor, ainda que de forma velada, tudo aquilo que é veiculado a fim de movimentar a massa social num determinado caminho.

Por isso que se deve questionar: até que ponto a mídia deve atuar e quais seus limites em um Estado verdadeiramente democrático?

Esse questionamento consta no topo da obra, muito das vezes, a sociedade não passa de massa de manobra na mão do media, utilizada toda vez que o apoio social é visto como preponderante para uma questão específica. Sempre que determinado assunto carrega o peso social, e claro, havendo reciprocidade entre a mídia e os privilegiados.

Alcance das emissoras	
Globo	98,6%
SBT	85,7%
Record	79,3%
Band	64,1%

Desastre de Mariana deixa mortos

Gabriel Blau e Lorrynne Chabowski

No último dia 5 de novembro a Barragem de Fundão, que fica no município mineiro de Mariana, se rompeu. Resultando cerca de 42 milhões de metros cúbicos de rejeitos de mineração, que foram formados principalmente por lixo de ferro, água e lama. A grande quantidade de lama lançada no ambiente afetou os rios não apenas no que diz respeito à vida aquática. Muitos desses rejeitos caíram em Mariana, mudando os cursos, diminuição de profundidade e até mesmo tombamento de ruínas. A lama, além de causar a morte do rio, destruiu uma grande região ao redor das áreas. A largura dos rios aumentou e a velocidade e a quantidade de água aumentou, causando danos materiais.

Compreender o acidente em Mariana e seus impactos ambientais serve como um alerta para a criação de medidas mais eficazes de segurança para as mineração.

Este fato ocorreu em Mariana com certeza não veio marcado em uma capa de revista nacional como 'Vaga, Capeta ou Inocê'. Claro que a lama está lá, porém de forma que não seja tão nítida. Segundo Alceu Castilho em "E se a lama da Mariana na Praia de Espinha", os nossos rivais parlatórios, porém, não estão interessados em contar o nosso classe média distraída, mas contar com todos os filhos que estamos diante de um dia episódico mas emblemático desde nosso cotidiano sofrido, particularmente inconscientemente. Evidente!"



Natal

Daniela Simões

Somos nós quando decidimos nascer de novo, a cada dia, nos transformando.

Somos o primeiro de natal quando reunidos vigorosamente aos tropeços da caminhada.

Somos os entes de natal quando nossem virtudes, nossem aze, até mesmo que adormecermos.

Somos os sonhos de natal quando simplesmente damos saudades.

Somos presentes de natal quando nos tornamos pobres para enriquecer a todos.

Somos os amigos de natal quando cantamos ao mundo, o amor e a alegria.

Somos estrelas de natal quando conduzimos alguém ao Simões.

Somos os presentes de natal quando somos verdadeiros amigos para todos.

Somos cartões de natal quando a bondade está escrita em nossos olhos.

Somos as festas de natal quando nos despinos do luto e vestimos a gala.

Somos sem a fábula Fátis do Natal, quando humildemente e conscientemente, mesmo sem símbolos e aparatos, sorrimos com confiança na contemplação interior de um natal permeado que estabeleceu seu Reino em nós.

Obrigado Jesus!!!

Por nobre luz, compreendido e perdido... Feliz Natal, querida!!!



Fonte: Produção do Núcleo Setorial de Comunicação da Escola Itinerante Herdeiros da Luta de Porcatu.

Depois de algum tempo, o Núcleo Setorial de Comunicação decidiu encaminhar a produção da segunda edição do jornal. Mesmo com todas as dificuldades no acampamento, principalmente, pela falta de infraestrutura como computadores e acesso à internet, e também sem poder contar com uma participação mais ativa da equipe de professores e estudantes da universidade, o jornal foi produzido e teve sua circulação garantida.

Figura 2 - Segunda edição do Jornal Herdeiros da Luta



Fonte: Produção do Núcleo Setorial de Comunicação da Escola Itinerante Herdeiros da Luta de Porecatu.

Outra edição do jornal está em elaboração e a expectativa é que esse processo se consolide e passe a desempenhar papel estratégico nos processos de organização e articulação da escola itinerante e também do acampamento.

Considerações finais

No contexto político brasileiro e do recente Golpe de Estado se insere a construção da experiência político pedagógica de Comunicação Popular e Comunitária que possibilita o diálogo entre o Movimento e a Universidade no atendimento de uma demanda pontual de comunicação.

No processo formativo, problematiza-se o papel da mídia na atual conjuntura brasileira no apoio ao Golpe parlamentar-jurídico-midiático e na criminalização dos movimentos sociais. Pensar os mecanismos de comunicação popular e comunitária é potencializar o exercício de desconstrução do lugar que a mídia burguesa ocupa na manipulação ideológica sobre a classe trabalhadora.

A partir da experiência com o jornal impresso verificamos que os integrantes do Núcleo Setorial de Comunicação se apropriaram dos conhecimentos básicos e instrumentais para a produção jornalística e com condições para dar sequência à elaboração de outras edições. Cabe ressaltar as limitações para a realização dos processos formativos no que tange ao deslocamento dos estudantes universitários para o acampamento e dos educandos e educadores para a Universidade, por motivo de precarização estrutural da Universidade para desenvolvimento das práticas de extensão. Dentre outras faltas, a falta de transporte em determinados períodos de confecção do jornal foi um dos limitadores para que o mesmo fosse produzido dentro do tempo da escola, que também possuía uma dinâmica e ritmo próprios.

A proposição do diálogo horizontalizado no processo de produção comunicativa foi estabelecida, configurando a efetivação da concepção da Comunicação Popular e Comunitária e o princípio do trabalho coletivo, da apropriação coletiva dos conhecimentos e fortalecimento da autonomia dos movimentos sociais. A extensão é estratégia formativa e deve primar pela relação de reciprocidade na autonomia dos sujeitos e no respeito à sua condição de protagonista do processo, diferentemente das práticas assistencialistas e objetificantes que ainda permanecem no interior das universidades. Para além do resultado final do jornal permanece o desafio de continuidade de sua produção, com o acompanhamento distante da Universidade e na permanência da dinâmica interna dos Núcleos Setoriais. O Programa “Diálogos Formativos com o Campo” tem seguimento no âmbito da Comunicação com a proposta de elaboração de um programa de rádio, inicialmente com rádio poste na escola e, posteriormente, com o alcance para todo o acampamento.

A experiência foi relevante para a formação dos estudantes que têm demonstrado ao longo do Programa e, nesta experiência em análise, que a extensão recoloca a função social do jornalista e seu papel na sociedade capitalista. A proposição societária do MST de ruptura com o capital é desafiadora para os estudantes pensarem na sua condição profissional e como esta poderá estar a serviço dos interesses da classe trabalhadora.

Referências

BAHNIUK, C.; CAMINI, I. Escola Itinerante (Verbete). In: CALDART, R. S.; et al. (Org.). **Dicionário da Educação Do Campo**. Rio de Janeiro, São Paulo: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, Expressão Popular, 2012.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil** promulgada em 5 de outubro de 1988. 25. ed. São Paulo. Saraiva, 2000.

_____. Congresso Nacional. **Lei nº 9.394**, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Diário Oficial da União, de 23 de dezembro de 1996, p. 27.833. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/lein9394.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2017.

CALDART, R. S.; et al. (Org.). **Dicionário da Educação Do Campo**. Rio de Janeiro, São Paulo: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, Expressão Popular, 2012.

CALDART, R. Desafios do vínculo entre trabalho e educação na luta e construção da Reforma Agrária Popular. **36ª Reunião Anual da Anped**, GT Trabalho e Educação. Goiânia, 2013.

CARTA do III Encontro Nacional de Professores Universitários com o MST. Escola Nacional Florestan Fernandes. MST, 2016.

I ENCONTRO de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras. **Conceito de extensão, institucionalização e financiamento**. Brasília: UnB, 1987. Disponível em: <<http://www.renex.org.br/documentos/Encontro-Nacional/1987-I-Encontro-Nacional-do-FORPROEX.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2017.

FÓRUM dos Pró-Reitores de Extensão das Universidades públicas Brasileira. **Política Nacional de Extensão Universitária**. Manaus, 2012.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?**. 10.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

FRIGOTTO, G. **Educação e a crise do capitalismo real**. São Paulo: Cortez, 1995.

LEHER, R. **Movimentos Sociais, padrão de acumulação e crise da universidade**. 37ª Reunião Nacional da Anped, UFSC. Florianópolis, 2015.

MIANI, R. A. Os pressupostos teóricos da comunicação comunitária e sua condição de alternativa política ao monopólio midiático. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, v.02, n.25, 2011, p.221-233

PARANÁ. **Projeto Político Pedagógico das Escolas Itinerantes do Estado do Paraná**. Curitiba: SEED/PR, 2003.

PARANÁ. **Diretrizes Curriculares Estaduais da Educação do Campo**. Curitiba: SEED/PR, 2006.

La comunicación participativa como herramienta de construcción social, caso Plataforma Indígena de Lucha contra el Cambio Climático en Bolivia

Participatory communication as a tool for social construction, case of the Indigenous Platform to Combat Climate Change in Bolivia

*Divha Alejandra Gantier Mita*¹¹³

Resumen: El poder que tiene lo comunicativo es un aporte fundamental en múltiples dimensiones, el problema global del Cambio Climático no podría estar exento de requerir de la comunicación para fortalecer sus herramientas de respuesta. Es preciso que cada región, cada país y cada cultura puedan adoptar una posición que permita el desarrollo de mecanismos de resiliencia.

En este escenario, el Estado Plurinacional de Bolivia, mediante un proceso de construcción participativa, encara la conformación de una Plataforma Indígena de Lucha contra el Cambio Climático. Dentro de la misma la comunicación asume un rol de acompañamiento y facilitación de la construcción social mediante la participación, considerando la identidad cultural y cosmovisiones de los pueblos y naciones indígenas.

Palabras Clave: comunicación participativa, construcción social, cambio climático

Abstract: The power of the communicative is a fundamental contribution in multiple dimensions, the global problem of Climate Change could not be exempt from requiring communication to strengthen its response tools. It is necessary that each region, each country and each culture can adopt a position that allows the development of resilience mechanisms. In this scenario, the Plurinational State of Bolivia, through a process of participatory construction, faces the creation of an Indigenous Platform to Combat Climate Change. Within it communication takes on a role of accompaniment and facilitation of social construction through participation, considering the cultural identity and world views of indigenous peoples and nations.

Key words: participatory communication, social construction, climate change

La comunicación participativa como herramienta de construcción social, caso Plataforma Indígena de Lucha contra el Cambio Climático en Bolivia

El poder que tiene lo comunicativo es un aporte fundamental en múltiples dimensiones, el problema global del Cambio Climático no podría estar exento de requerir de la comunicación para fortalecer sus herramientas de respuesta. Es preciso que cada región, cada país y cada cultura puedan adoptar una posición que permita el desarrollo de mecanismos de resiliencia.

En este escenario, el Estado Plurinacional de Bolivia encara, mediante un proceso de construcción participativa, la conformación de una Plataforma Indígena de Lucha contra el Cambio Climático. Siendo uno de los países más vulnerables ante impactos del Cambio Climático (ND-Gain Country Index, 2017), Bolivia alberga en su territorio 36 diferentes grupos culturales que desde su cosmovisión han desarrollado saberes y tecnologías que durante años permitieron el manejo de recursos naturales sin generar impactos negativos en los ecosistemas.

¹¹³ Divha Alejandra Gantier Mita. Comunicadora de la Autoridad Plurinacional de la Madre Tierra – Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Licenciatura, Bolivia, divha.alejandra@gmail.com.

Dentro de mencionada dinámica el comunicador vive un rol de acompañamiento y facilitación de la “construcción de las comunidades humanas a través de la democratización de la participación, considerando la identidad cultural de cada región, sus valores y creencias” (De Almeida, 2006).

TEMA CENTRAL

La Comunicación Participativa como principal herramienta de construcción social en el proceso de conformación y consolidación de la Plataforma Indígena de Lucha contra el Cambio Climático, escenario que permite a los pueblos y naciones indígenas a aportar con respuestas, eficaces para mejorar la resiliencia frente al Cambio Climático, desde sus conocimientos ancestrales, contribuyendo a su vez a la planificación participativa.

Acerca de la Plataforma

Con el objetivo de generar intercambio de experiencias, fortalecer capacidades e incidencia de las naciones y pueblos indígenas originarios de Bolivia en la respuesta frente al Cambio Climático, desde la resiliencia indígena del vivir bien, se estructura la Plataforma conformada por representantes indígenas, de diferentes naciones y pueblos, quienes son elegidos mediante usos y costumbres locales y forman parte de la Cámara de Diputados en la Asamblea Legislativa, obteniendo representación legítima de sus territorios. Por su parte, la Plataforma cuenta con la presencia y apoyo de personal técnico que pertenece a la Autoridad Plurinacional de la Madre Tierra, entidad que impulsa la política pública y acciones relacionadas al Cambio Climático.

Por lo mencionado, en este caso, las principales acciones de comunicación se centran en el grupo de influencia (representantes indígenas) con capacidad de toma de decisión. Este grupo adoptan la labor de inspirar el cambio, legitimar nuevas normas y capitalizar tendencias de cambio como oportunidad para enmarcar el intercambio y diálogo de saberes y fortalecer la voz comunitaria con una mirada hacia la construcción de soluciones locales a través de la participación social.

OBJETIVO

Identificar fortalezas y debilidades del proceso de comunicación participativa como principal herramienta de construcción social en el proceso de conformación y consolidación de la Plataforma Indígena de Lucha contra el Cambio Climático.

CARACTERIZACIÓN DEL ESTUDIO

El Estado Plurinacional de Bolivia, propone y comparte el paradigma del Vivir Bien, inspirado en la cosmovisión de las naciones y pueblos indígenas originarios, cuya máxima expresión es el enfoque de derechos de la Madre Tierra a la cual pertenecemos.

Desde esta mirada se cuestiona el capitalismo, como estructura que agudiza el Cambio Climático, entendido como el cambio del clima atribuido a la actividad humana a través de los procesos industriales históricos que han alterado la composición de la atmósfera y afectan a la variabilidad natural del clima, los procesos de regeneración natural y la vida en los ecosistemas (Reglamento Ley Marco de la Madre Tierra, 2013).

“El planeta está siendo azotado por una múltiple crisis que se manifiesta en una crisis climática, financiera, alimentaria, ética y espiritual, el modelo de sociedad en el cual el hombre pretende ser superior a la Madre Tierra convierte a la naturaleza en un objeto que poco a poco va depredando. Esta relación que se ha establecido entre el hombre y la naturaleza demuestra que estamos en un momento crucial para definir el rumbo del planeta, en este momento el ser humano precisa recuperar el sentido de unidad y pertenencia con la Madre Tierra” (Manifiesto de la isla del Sol, 2012).

Bolivia impulsa el reconocimiento universal de los derechos de la Madre Tierra en toda legislación, tratados y acuerdos nacionales e internacionales para que los seres humanos desarrollen sus vidas en equilibrio y armonía con la naturaleza.

Antecedente normativo

Dentro de la caracterización del estudio es importante destacar el marco normativo nacional e internacional que respalda y fortalece las acciones de la conformación de la Plataforma Indígena de lucha contra el Cambio Climático.

En el marco normativo del Estado Plurinacional de Bolivia, se estipula:

Constitución Política del Estado

- Reconoce a las naciones y pueblos indígena originario campesinos y su dominio ancestral sobre sus territorios
- El Estado asume y promueve dentro de sus principios ético-morales el vivir bien, vida armoniosa.
- Son patrimonio, expresión e identidad del Estado las cosmovisiones, prácticas culturales, conocimientos y las tecnologías tradicionales (Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, 2009).

Ley 300, Marco de la Madre Tierra y Desarrollo Integral para Vivir Bien

- La recuperación de saberes ancestrales como una estrategia ante los impactos del Cambio Climático.
- Vivir Bien a través de su desarrollo integral en el marco del respeto a las capacidades de regeneración de la Madre Tierra.
- Complementariedad y Equilibrio de los seres vivos en la Madre Tierra.
- Diálogo de saberes entre conocimientos tradicionales y las ciencias (Ley 300, 2012).

Ley 071, Derechos de la Madre Tierra

Artículo 2° - (Principios)

- Interculturalidad. El ejercicio de los derechos de la Madre Tierra requiere del reconocimiento, recuperación, respeto, protección, y diálogo de la diversidad de sentires, valores, saberes, conocimientos, prácticas, habilidades, trascendencias, transformaciones, ciencias, tecnologías y normas, de todas las culturas del mundo que buscan convivir en armonía con la naturaleza (Ley 71, 2010).

Ley 070, Ley de Educación Avelino Siñani y Elizardo Pérez

- Es intracultural, desde el potenciamiento de los saberes y conocimientos de las naciones y pueblos indígena originario campesinos
- Orientada a la relación armónica de los sistemas de vida y las comunidades humanas en la Madre Tierra
- Universalizar los saberes y conocimientos propios, para el desarrollo de una educación desde las identidades culturales (ley 70, 2010).

La Conferencia Mundial de los Pueblos sobre Cambio Climático y Defensa de la Vida (CMPCC)

- El mundo precisa transitar hacia la visión holística del Vivir Bien, profundizando la complementariedad entre los derechos de los pueblos y los derechos de la Madre Tierra.
- Construir una relación de equilibrio entre los seres humanos con la naturaleza.
- El Vivir Bien en armonía con la Madre Tierra, preservar la comunidad de vida, donde la Madre Tierra es un ser vivo sagrado.

En el marco normativo internacional, se estipula:

Acuerdo de París

- Artículo 7

Las Partes reconocen que la labor de adaptación debería llevarse a cabo mediante un enfoque que deje el control en manos de los países, responda a las cuestiones de género y sea participativo y del todo transparente, tomando en consideración a los grupos, comunidades y ecosistemas vulnerables, y que dicha labor debería basarse e inspirarse en la mejor información científica disponible y cuando corresponda, en los conocimientos tradicionales, los conocimientos de los pueblos indígenas y los sistemas de conocimientos locales, con miras a integrar la adaptación en las políticas y medidas socioeconómicas y ambientales pertinentes, cuando sea el caso.

- De acuerdo con el párrafo 135 de 1 / CP.21,

La plataforma se estableció para el intercambio de experiencias e intercambio de mejores prácticas. Para alcanzar esos objetivos, la plataforma debe diseñarse para y por pueblos indígenas y comunidades locales. Se destaca la importancia de una participación efectiva de los interesados, desde su conformación, estructura y funcionamiento.

Paradigma Vivir Bien

El modelo del Vivir Bien que encara Bolivia, implica entre otras cosas, vivir en armonía con la naturaleza, tomando en cuenta las culturas y cosmovisiones de las mismas, en este entendido el componente de medio ambiente va ganando notoriedad en acciones de múltiples sectores.

Conceptualmente, el Vivir Bien, conlleva dejar el paradigma moderno de base materialista, atomista y sectorial, para apropiarse del nuevo paradigma científico de base cuántica que busca la complementariedad de lo material y lo espiritual, lo atomista y lo integral, lo sectorial y lo multidisciplinario, lo biológico y lo cultural.

Todo ello mediante una visión biocéntrica que tiene su centro en la noción de Paridad: dos energías antagónicas pero complementarias, “que trasciende la tradicional visión antropocéntrica, que está detrás de la exacerbación del actual Cambio Climático” (Medina, 2006).

Para las comunidades campesinas e indígenas, en particular las que habitan la región andina, conservar la biodiversidad es una preocupación fundamental debido a que sus vidas y culturas son altamente dependientes de ella (Torrez, 2012).

Este modelo se encuentra en constante construcción, puesto que al incluir la cultura como factor clave toma vital importancia el desarrollo humano integral que apunta a mejorar la calidad de vida de las personas reconociendo su identidad, sus saberes y su visión del mundo. En muchos casos este reconocimiento fue excluido de las políticas de desarrollo, pero hoy en día es una contribución a una nueva manera de entender la calidad de vida como Vivir Bien.

El Vivir Bien es el resultado de vivir y compartir en equilibrio y cariño: consigo mismo, con los otros y con la Madre Tierra. Este paradigma no representa una tercera dimensión, tiene que ver con el sentido mismo de la vida, por eso es universal. (PNB, 2013, p.4)

Alrededor del 2009 Bolivia y Ecuador, habiendo atravesado procesos políticos emancipatorios, deciden refundar su pacto social y base ideológica, introduciendo nociones fuertes como plurinacionalidad, interculturalidad, inclusión, biodiversidad, derechos de la naturaleza y de los pueblos indígenas que escalan al paradigma del Vivir Bien. Lo valioso de ambos procesos, que son dos hitos significativos e históricos, es que apuntan hacia la construcción de un nuevo horizonte (Vera, 2014).

El Vivir Bien plantea fundamentalmente la complementariedad entre el acceso y disfrute de los bienes materiales y la realización afectiva, subjetiva y espiritual, en armonía con la naturaleza y en comunidad con los seres humanos. El concepto demanda la humanización del desarrollo, donde la diversidad cultural asegura la responsabilidad y obligación social en el desempeño de la gestión pública y en la construcción social.

De esta manera, la formación del Vivir Bien se convierte en un proceso colectivo y participativo de decisión y acción de la sociedad como sujeto activo y no como receptor de directivas verticales (MPD, 2006). Este proceso constituido en este caso en particular por individuos de pueblos y naciones indígenas permite avanzando hacia un modelo de resiliencia desde las respuestas albergadas en saberes y conocimientos ancestrales para encarar la problemática del Cambio Climático.

Eid (2014) refiere que las dos principales críticas que se hacen a los actuales modelos de desarrollo son: su calidad de neutralidad ética y la carencia en la apropiación del verdadero equilibrio sistémico de la naturaleza y la relación del hombre con la Madre Tierra.

Recuperar este sentido de pertenencia arraigado en las culturas permitirá generar un grado de participación que se verá relacionado con la sostenibilidad de las acciones de mitigación y adaptación al Cambio Climático, es decir se toma en cuenta, que, a mayor participación de los actores, que en este caso son individuos pertenecientes a pueblos y naciones indígenas, será mayor el empoderamiento y la apropiación de la información.

Proceso de creación de la Plataforma Indígena de lucha contra el Cambio Climático

Un proceso de construcción conjunta y participativa, mediante: reuniones, talleres y asambleas, entre personal técnico de la Autoridad Plurinacional de la Madre Tierra y Representantes indígenas (líderes en sus regiones al ser elegidos por usos y costumbres), en respuesta al Acuerdo de París, conformaron la Plataforma Indígena de lucha contra el Cambio Climático en el Estado.

Si bien esta conformación se consolida mediante una declaratoria avalada en el marco de la Asamblea Legislativa perteneciente al Gobierno, la representatividad de la misma tiene alcances y eleva sus acciones dentro y fuera del mismo. Por tanto, presenta la proyección de ampliarse y aglutinar a las organizaciones sociales, territoriales y otras que tengan afinidad. La visión indígena se torna fundamental en la construcción de respuestas ante el Cambio Climático.

El objetivo de la Plataforma radica en: Generar intercambio de experiencias que permitan fortalecer capacidades e incidencia de las naciones y pueblos indígenas originarios en la respuesta frente al Cambio Climático desde la resiliencia a partir de las cosmovisiones de pueblos indígenas para Vivir Bien.

Su dinámica de trabajo establece mecanismos de diálogo e intercambio de experiencias, para la recuperación y difusión de conocimientos y saberes ancestrales promoviendo el diálogo intercultural sobre la temática de Cambio Climático. Sus principales funciones responden al intercambio de conocimientos, capacidad de crear compromisos y desarrollo de políticas y acciones relacionadas al Cambio Climático.

Dentro de sus tareas futuras se destaca el fortalecimiento de la plataforma para lograr la incidencia en la política pública y en las acciones municipales de lucha contra el Cambio Climático, a partir de las cosmovisiones locales en las que destacan el relacionamiento entre el ser humano y la madre tierra. Al responder a un marco normativo internacional asimismo se asume la tarea futura de articulación con plataformas globales.

Lo antes citado implica una demanda creciente de información, conocimientos y participación colectiva, que evidencia la necesidad de planificar actividades de comunicación como eje transversal de la evolución de la Plataforma Indígena de lucha contra el Cambio Climático.

Enfoque de abordaje

Para abordar el caso citado fue preciso recurrir a teorías que permitan analizar la comunicación participativa como herramienta de construcción social. Por tanto, es importante citar a autores como Luis Ramiro Beltrán, Juan Díaz Bordenave, Paulo Freire o Mario Kaplún que aportaron al surgimiento del paradigma “participativo”, que sitúa a la comunidad en el punto de partida del proceso y que concibe la comunicación de forma participativa y horizontal a fin de estimular la “concientización” (Freire, 2002) como paso previo a una mejora sustancial de la calidad de vida en múltiples ámbitos.

Es este paradigma participativo el que da lugar al empoderamiento de los procesos y de la construcción de políticas y acciones, desde la cosmovisión de las naciones y pueblos indígenas, que permitan recuperar y emplear conocimientos ancestrales en la respuesta frente al Cambio Climático.

Asimismo, la comunicación para el desarrollo, en su vertiente participativa destaca su característica de fomentar un tipo de comunicación abiertamente comprometida con las transformaciones sociales, constituyendo un espacio para el desarrollo del activismo social y la construcción de (nuevos) movimientos sociales orientados a la difusión y establecimiento de flujos simbólicos. Es justamente la relación entre el activismo social y la construcción social el sustento que permite que la Plataforma tenga no solo un bagaje en cuanto a una filosofía común, sino un accionar sostenido y basado en el empoderamiento cultural.

Respaldao lo señalado Cadavid, Gumucio y Pereira (2011) hacen referencia a que el respeto a la cultura desde lo local, considera la cultura y el contexto histórico como base fundamental para la elaboración de mensajes y la participación activa de los individuos y colectividad.

En esta dinámica, la cultura permite a la población el sentido de identidad que incrementa el autoestima y la posibilidad de ser parte de una cohesión social que atribuye beneficios, en esta caso directos a tratarse del manejo y relacionamiento con su propio ecosistema.

Los pueblos indígenas, en su mayoría, razonan con un pensamiento en relaciones que precisamente considera la conexión relacional de todos los entes, “todo está conectado con todo, todo tiene que ver con todo” (Estermann, 2012, p. 52). Se trata, entonces, del saber más comunicacional que uno pueda imaginar: polifónico, multidireccional e integrador horizontal.

PRINCIPALES RESULTADOS, REFLEXIONES Y CONCLUSIONES

A manera de resultados y conclusiones es meritorio destacar la capacidad constructiva que tiene la comunicación en los procesos sociales participativos, mediante las condiciones objetivas para una «comunicación horizontal» que se resume en el «acceso», «participación» y «diálogo», elementos acuñados por Beltrán (1981), que permitieron llevar adelante el proceso de estructuración de la Plataforma contando con la participación de representantes de múltiples naciones y pueblos indígenas, que desde sus cosmovisiones fueron aportando en la consolidación de este mecanismo y las actividades a efectuar con la finalidad de rescatar la relación armónica entre el ser humano y los ecosistemas como un ente integral y holístico.

El hecho de generar la Plataforma de lucha contra el Cambio Climático articulando actores considerados líderes en sus comunidades genera el empoderamiento de la herramienta como tal, mediante la participación social y constructiva, valorando el aporte brindado por los participantes, se evidenció que al sentirse parte de, asumen el rol. Por su parte, el apoyo y acompañamiento a este proceso permite una constante capacitación y crea un espacio prudente para el diálogo de saberes entre la ciencia académica y las ciencias ancestrales, aspecto fundamental para la consolidación de mecanismos de respuesta ante el Cambio Climático con énfasis en la adaptación.

Bibliografía

Beltran, L. (1981). *Un adiós a Aristóteles: La comunicación "horizontal". Estados Unidos*

Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia. Compendio Normativo de la Madre Tierra, La Paz Bolivia, 7 de febrero, 2009.

De Almeida, M. R. (2006). *Comunicación, participación y ciudadanía: elementos de la comunicación para el desarrollo en el proyecto jóvenes comunicadores Unirevista*. Pernambuco-Brasil

Eid, A. (2014). *Vivir Bien y Enfoque de Capacidades*. La Paz: Fundación Hanns Seidel.

Estermann, J. (2013). *Cruz y coca. Hacia la descolonización de la Religión y la Teología*. La Paz, Bolivia: Armonía & ISEA.

Freire, P. (2012). *Pedagogía del Oprimido*. Editorial: BIBLIOTECA NUEVA.

Ley N° 300 Ley Marco de la Madre Tierra y desarrollo integral para Vivir Bien. Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz, Bolivia, 15 de octubre, 2012

Ley N° 70 Ley Avelino Siñani y Elizardo Perez. Gaceta Oficial de Bolivia La Paz, Bolivia, 20 de diciembre, 2010

Ley N° 71 Ley de los derechos de la Madre Tierra. Compendio Normativo de la Madre Tierra, La Paz Bolivia, 21 de diciembre, 2010.

Manifiesto de la Isla del Sol, Compendio Normativo de la Madre Tierra, La Paz Bolivia, 21 de diciembre, 2012.

Medina, J. (2006). *Suma Qamaña: Por una convivencia postindustrial*. La Paz, Bolivia: Garza Azul Editores.

Ministerio de Planificación del Desarrollo. (2006). *Plan Nacional de Desarrollo*. La Paz, Bolivia. ND-Gain Country Index

Torres, M. (2012). *Suma Qamaña y Desarrollo. El t'hinkhu necesario*. La Paz: Programa Nacional Biocultura/COSUDE. La Paz, Bolivia.

Programa Nacional Biocultura. (2013). *Vivir Bien en armonía con la Madre Tierra*. La Paz, Bolivia.

Vera, E. (2014). *Hacia la Comunicación para el Buen Vivir el Cambio de la Comunicación Social*. Lima, Perú.



Estrategias y metodologías: un legado del hacer en comunicación para la formación de ciudadanía desde las ONG, Medellín, 1990-2010

Strategies and methodologies: a legacy of doing in communication for the formation of citizenship from NGOs, Medellín, 1990-2010

Estratégias e metodologias: um legado de comunicação em comunicação para a formação de cidadania de ONGs, Medellín, 1990-2010

Elva Mónica García Bustamante 114

Resumen: Esta ponencia tiene como fin, dar a conocer los resultados de la investigación doctoral sobre los aportes que en materia de comunicación surgieron de las prácticas de ciudadanía ejercidas en Medellín entre 1990-2010, las cuales se gestaron entre organizaciones del tercer sector y entidades gubernamentales.

Los medios de comunicación comunitarios y los masivos comerciales fueron el gancho para seducir a los jóvenes, se asumieron como herramientas pedagógicas para promover valores, generar opinión y visibilizar las acciones locales como lucha por el reconocimiento social. Detrás de este trabajo estuvieron organizaciones y comunicadores gestores de cada estrategia, son ellos, la fuente de información de este estudio.

El marco conceptual plantea la relación ciudadanía- comunicación - lo público. Y en lo metodológico, se optó por el método biográfico enfocado en las acciones de la Fundación Social y Corporación Región en la ciudad, y en el recorrido profesional entre el escenario social y gubernamental de siete comunicadores que en últimas son los que trasladan el saber.

Hubo aportes en el ámbito de lo teórico- práctico, fusionaron la comunicación para el desarrollo con bases funcionalistas y organizacionales; en lo metodológico, la intención pedagógica, la georreferenciación y la sistematización fueron patrón para la intervención social. En el ámbito gubernamental, se redimensionó la movilización social y las relaciones de poder se objetivaron para legitimar la práctica comunitaria.

Palabras claves: movilización social, ciudadanía, comunicación pública, Medellín

Presentación

La Constitución Política de 1991, el vacío de gobierno y el recrudecimiento de la violencia vivida en Colombia en los noventa, condujeron a que entidades gubernamentales y del tercer sector generaran proyectos ciudadanos en los que la comunicación fue un componente transversal; la reflexión sistemática de las estrategias y metodologías utilizadas habilitaron un campo teórico y práctico en el que se definieron conceptos, fines y funciones que hoy algunos la denominan comunicación para la movilización social y otros, comunicación pública.

¹¹⁴ Elva Mónica García Bustamante. Docente del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Católica de Pereira, Colombia. Doctoranda en Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata. monica.garcia@ucp.edu.co.

En Medellín, es una ciudad de contraste, a nivel mundial se le ha reconocido su capacidad de resiliencia y el poder recuperarse de los procesos de violencia, en el 2013 se le reconoció como la ciudad más innovadora del mundo¹¹⁵, por sus procesos de innovación y transformación social apalancados en proyectos educativos, tecnológicos y culturales. Varios de estos cambios se atribuyen a la gestión pública realizada por Fajardo (2004-2007) y de Salazar (2007-20011). Ambos del mismo movimiento político, llegaron procedentes de la academia y del tercer sector, ganaron terreno a las maquinarias políticas tradicionales posicionado el voto de opinión.

Pero detrás de ello hay un saber acumulado por la academia y las organizaciones del tercer sector que pusieron a su disposición en el momento del diseño y ejecución de los planes de gobierno, entre los profesionales que hicieron parte de ello, se encuentran comunicadores sociales que retomaron la experiencia de veinte años sobre estrategias de comunicación realizadas por ONG's, comunidades y alianzas de cooperación internacional. Identificaron aportes, vacíos y aciertos en el desarrollo de materiales destinados a configurar espacios públicos para el debate, en dar cuenta de las identidades de los habitantes, sus vínculos al territorio, y la formación ciudadana. Dar cuenta de dichas contribuciones y el saber del comunicador que se resignificó en el escenario gubernamental es el interés de esta ponencia.

El marco conceptual de este estudio se originó desde el campo comunicación/ cultura, enfocado en la relación ciudadanía- comunicación - lo público. Se optó por el enfoque biográfico, que permitiera comprender un fenómeno a partir de las relaciones existente entre sujetos, discursos y contextos concretos a lo largo de dos décadas. De ahí que se definiera las acciones desarrolladas por la Fundación Social y la Corporación Región como la unidad de análisis y, la unidad de trabajo, se centró siete comunicadores sociales responsables y ejecutores de los proyectos de comunicación que trabajaron en las ONG y trasladaron su experiencia al sector público. Y en siete documentos memoria de los procesos. Para el análisis, se acudió al ordenamiento conceptual desde la Triangulación hermenéutica y la Teoría fundamentada que sirvieron como faro para cada una de las fases.

1. Contexto de la investigación.

Medellín, Una mirada retrospectiva a la historia de la ciudad, registra que la violencia urbana ha sido una constante en Medellín, especialmente el final de los años ochenta y principios de los noventa fue quizás una de las épocas más sangrientas, Salazar en su texto *La parábola de Pablo*, describe:

Medellín se convirtió en un territorio de muerte, de guerras entrecruzadas: bandas que enfrentaban bandas, milicias que ejecutaban a delincuentes, grupos de sicarios que asesinaban policías, grupos que exterminaban jóvenes en las esquinas de los barrios pobres (...) todos esos fuegos entrecruzados produjeron ese año (1990) seis mil muertes en la ciudad de Medellín. (...) una especie de Apocalipsis que algunos consideran un anuncio de lo que será el futuro de muchas grandes ciudades del mundo. Territorios vastos sin Dios ni ley y un Estado impotente para controlar la situación (2001, p. 240).

Como estrategias para dar respuesta a la cruenta violencia hubo acciones tanto de la sociedad civil como del Estado, un hito en ello lo marcó la creación de la Consejería Presidencial para Medellín y su Área Metropolitana¹¹⁶, se enfatizó en el desarme de la sociedad civil, la defensa de los derechos humanos y el fortalecimiento de la justicia; entre sus estrategias creó el primer programa de comunicación comunitaria en el país, emitido por un canal regional: Arriba mi Barrio, el cual fue un hito en la manera de planificar estrategias masivas de comunicación en la ciudad.

La Corporación Región¹¹⁷ fue la aliada de la Consejería Presidencial en el programa de televisión. Desde su constitución le apostó a la comunicación masiva, se apartó de la comunicación comunitaria¹¹⁸ y se planteó como una entidad formadora en este campo para el sector popular y comunicador en su contexto (Sierra, 2007).

¹¹⁵ Premio otorgado en marzo de 2013, en el concurso City of the Year, que organizan The Wall Street Journal y Citigroup.

¹¹⁶ La Consejería Presidencial se crea durante la administración presidencial de César Gaviria Trujillo, (1990-1994).

¹¹⁷ Es importante anotar que en 1991, emanada de una Asamblea Constituyente, se aprueba la Constitución Política de Colombia en la que se reconoce a Colombia como un Estado de Derecho. Esto marca un hito en el país para que se visibilicen en el escenario de lo público las organizaciones del tercer sector, tema que se amplía en el capítulo contextual de este trabajo.

¹¹⁸ Este no es el espacio para profundizar sobre esta posición, sin embargo es de anotar que, en diálogo con diferentes actores para esta investigación, la comunicación comunitaria les representaba aquellos productos mediáticos de baja la calidad, producidos con escasos recursos y de bajo impacto, lo que puede explicarse por la manera como se han dado estos procesos en el país.

Región, coherente con sus intereses de aportar al fortalecimiento de la democracia y la formación política ciudadana, indujo a sus integrantes a que se sumergieran en las complejidades sociales de la ciudad para investigarlas y proponer opciones de transformación, entre ellos, los temas de juventud, violencia y drogas fueron prioridad en su agenda, pues se consideró que, por el momento que vivía Medellín, era necesario dar cuenta de la existencia de jóvenes comunes y corrientes que la habitaban y construían.

Se produce entonces la serie de televisión *Muchachos a lo Bien*, realizada junto con la Fundación Social y Teleantioquia, a través de la cual se mostró un abanico de jóvenes de la ciudad que desde su cotidianidad daban cuenta de otras formas de vida. Fueron más de 100 capítulos los que se incluyeron en la serie, socializada en escenarios educativos y culturales. Su estructura de producción posibilitó que se visibilizara una veintena de realizadores, y tuvo impacto importante por ser un canal de expresión social y reconocimiento del joven como sujeto; contribuyó además, a la difusión de valores éticos y contó con la aceptación del público porque narró de manera diferente el sentir de ser joven (Medina, Villa y Franco, 2003).

De otro lado, la Fundación Social es una organización que lleva más de 100 años en Colombia y en Medellín opera una de sus regionales. Su objetivo consiste en contribuir a superar los problemas estructurales de la pobreza en el país; en un momento su modelo de intervención estuvo centrado en proyectos sociales, pero desde 1997 decide dar un giro y se enfoca en el Desarrollo Integral Local, y formula objetivos a partir del fortalecimiento de condiciones básicas desde ejes de actuación, entre los que ubica la comunicación, cuyo marco teórico y metodológico se genera en su programa de Comunicación y cultura, cuya función “es crear condiciones estables para que los diferentes sentidos que produce una sociedad puedan circular, competir en igualdad de condiciones” (Medina, et al., 2003, p. 33).

De esta organización se encuentran grandes legados, tanto en lo teórico como en la praxis. En lo primero, es necesario hacer referencia al Modelo Macrointencional de la Comunicación formulado por José Bernardo Toro, en el que da cuenta de la movilización social. Y las propuestas comunicativas de Juan Camilo Jaramillo, alumno del anterior, quien desde las experiencias vividas en la puesta en marcha del modelo macrointencional y, acudiendo al llamado de diferentes actores de cooperación internacional y públicos, propone el Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para las Entidades Públicas, MCPOI, el cual a través de los estándares de calidad y control del Estado, hoy es de obligatorio cumplimiento.

Los organismos internacionales giraron su mirada a la ciudad, el PNUD establece un convenio con la Alcaldía y con la unidad de toxicología del hospital San Vicente de Paúl para la formulación y ejecución del Plan Municipal de Prevención de Drogas de Medellín¹¹⁹, la principal aliada de las ONG fue Corporación Surgir¹²⁰. El plan contempló tres comités de trabajo, entre ellos, el de comunicación, coordinado por Liliana Vásquez¹²¹, a él se invita a todas las organizaciones sociales a pensar las estrategias a realizar, emergen tres que fueron pauta en la ciudad por su impacto en los jóvenes.

El periódico mural Lado A, fue el proyecto con mayor penetración y duración en los establecimientos educativos; su aceptación se dio por el trabajo de investigación para sus contenidos, pues respondía netamente a las estéticas y consumos culturales de los jóvenes; sus artistas preferidos contaban sobre sus vidas y el problema de las drogas, lo que generaba vínculos con la audiencia.

El programa radial *Donde Céfora*, emitido en emisoras comerciales como Radioactiva de Caracol y luego por Cristal Estéreo de RCN, tuvo el mayor rating de la noche. Se concebía como un espacio musical, participativo y educativo. El programa duró seis años, tuvo diferentes horarios y temporadas y, por ende, diversos nombres: *Rayando el sol*, *La Trina* y *Bajo Control*.

Por último, se gesta el Seminario de Periodismo Juvenil, liderado por Corporación Región, era un evento para el encuentro y capacitación a las experiencias de comunicación juvenil, tanto escolares como barriales. Se tornó el referente para toda la ciudad, tanto así que pasó de ser coordinado por las ONG a las cajas de compensación, a las universidades y por último a la administración municipal, su realización se prolongó durante 20 años.

¹¹⁹ La mayoría de los entrevistados se refieren a este proyecto como el Plan Municipal de Drogas, otros, le añade las palabras para la prevención del consumo. Se opta, registrarlo como aparece en las memorias de Corporación Surgir.

¹²⁰ La Corporación Surgir es una ONG enfocada en la problemática de las drogas. En 1993 la dirigió Jorge Melguizo, llegaba de coordinar el área de comunicación en Región.

¹²¹ Liliana Vásquez, comunicadora social de la Universidad Pontificia Bolivariana y sicóloga de la Universidad Católica de Oriente. Entrevista en octubre de 2011.

Región, lo asumió como un proceso de formación de ciudadanía y lo ubicó en la dimensión de la ciudadanía cultural, era una apuesta por reconocer a los jóvenes como sujetos de cambio social y sujetos de derechos y políticas.

Paralelamente, en la ciudad se estaban dando otros hechos que llenaban de contenido los discursos que circulaban en el ámbito público, la Consejería Presidencial adelantó el proceso de desmovilización de las milicias populares, estuvo acompañada por diversos actores sociales entre ellos la Pastoral Social, en cabeza de Monseñor Héctor Fabio Henao y Región, en especial Alonso Salazar.

Para Salazar, la apuesta tenía que ser diferente, no se podía estar al margen de los escenarios de poder y la política era una opción para impulsar cambios y aportar en la construcción de la ciudad, se retira de la Corporación y en 1999 con otras personas, entre ellas, Sergio Fajardo, crean el movimiento político Compromiso Ciudadano.

Logran estar en la alcaldía en el 2004, significó llegar con todo un saber acumulado por años, el equipo de gobierno eran personas de la academia y de las organizaciones no gubernamentales, se instala el discurso de las ONG en el estado. Entre el equipo de gobierno llegan los comunicadores que lideraron las estrategias comunicacionales antes reseñadas.

En este período coinciden dos hechos: por directriz nacional del Departamento Administrativo de la Función Pública todas las entidades públicas debían adaptar el Modelo de Control Interno MECI, lo que implicaba un cambio en la noción de comunicación. Y, por primera vez, se logra que las gestiones en materia de comunicación sean incluidas en el plan de desarrollo, quedan registradas en la Línea 1 del plan, Medellín gobernable y participativa, cuyo fin era buscar confianza en lo público, ganar legitimidad a través de la transparencia y la participación ciudadana, y se instala la noción de comunicación pública (Alcaldía de Medellín, 2004). Para la implementación del MECI, llega Juan Camilo Jaramillo como asesor del ente nacional, socializa el MCPOI y el grupo lo adapta a su visión de ciudad y a su propia experiencia comunicacional. Se entendió la noción de comunicación pública como un macroproceso,

...como esa posibilidad de articular visiones para construir una identidad colectiva y como el instrumento para construir una sociedad como la estamos imaginando tanto en lo que implica socializar y conocer los contenidos, como promover la participación ciudadana y facilitarla. Se partió del principio de reconocer que la comunicación era válida, idónea y eficiente, en la medida en que lograra su objetivo esencial: procurar la participación de quien no es parte, rompiendo el aislamiento para integrarlo en el conjunto. (Quiroz, 2016)¹²²

2. Aportes y aprendizajes

Tanto el tercer sector como el gubernamental se convierten en plataformas desde las cuales se perfila el quehacer comunicacional, ambas permiten aprendizajes y contribuyen a demarcar las características de la práctica. Quizás, de forma atrevida y reduccionista, podría decirse que de lo social a lo gubernamental se aportó en entender la noción de *ciudadano*, afirmación hecha por Víctor Quiroz, y desde la otra vía, se sostiene que dimensionaron la noción de *poder*. Constructos que no son fáciles de explicar en sí mismos, los hechos y las propias reflexiones sobre el qué se hace y el cómo se hace, tanto por las instituciones como por comunicadores, dan claves para la lectura de los mismos. En este sentido, este apartado hace el énfasis en las metodologías, en aquellas formas que se tornaron una constante y de alguna manera dieron sello al trabajo que se hizo en la ciudad

2.1 Ciudadano y cultura – todas las calles de mil colores

Imagine aquí la siguiente secuencia: primera escena. Interior de una casa en Picacho. Son las 5 de la tarde. César, joven de 20 años está en el comedor estudiando. Su madre, Marta, está preparando la merienda, escuchan el sonido que proviene de la calle, es un saxo, silencio y luego una voz de un hombre que canta:

Ya llegaron los tambores
La alegría en mi corazón.
Mi ciudad de colores
Ya la rumba se formó.
Carnaval jeh!
Carnaval jeh!

El sonido de los tambores se funde con los del saxo, las flautas y el timbal.

¹²² Víctor Quiroz, funcionario de carrera de la Alcaldía de Medellín. Entrevista en junio de 2016.

Segunda escena. Exterior. Calle del Picacho. César y su madre abren la puerta y se encuentran con hombres y mujeres disfrazadas de arlequines y bufones, montadas en zancos invitan a que se les unan. Los niños del barrio corren entre ellos y los demás vecinos disfrutaban y se sumaban al carnaval.

Esto fue y es *Barrio comparsa*, la unión de diferentes grupos de teatro y música de toda la ciudad que desde 1990 le apostaron a ser una alternativa lúdica y recreativa para las comunidades barriales. Una forma de responder a la muerte indiscriminada que condujo a que las personas se refugiaron en sus casas. La música, la pintura, la plástica, la danza, se convirtieron en el “arma” para inducir a los jóvenes a que retornaran a los espacios públicos y escuelas. A la vez, estas actividades fueron la excusa para crear y fortalecer centros culturales, lo que motivaba a los jóvenes a reunirse, a generar proyectos y a soñar construcciones posibles. En ello, hay que resaltar las Casas de la Juventud, iniciativa de la Consejería Presidencial para potenciar este trabajo cultural.

El comprender al joven de Medellín a partir de sus propias expresiones y manifestaciones fue la apuesta institucional, el quién soy, fue adoptado como un componente necesario en la práctica comunicativa. Los nuevos protagonismos, reconocer el abanico de la diversidad de posturas y búsquedas de los mismos por su propio futuro, potenciaron la idea de lo colectivo, fue el foco de Lado A, Muchachos a lo bien, A lo bien – Medellín, Dónde Céfora, Rayando el Sol, espacios para mostrar al artista, al nerd, al líder barrial, al policía bachiller, al grafitero, el músico, a los colectivos de danza, club de fans, los religiosos, etc. El fin último, delinear la identidad urbana a partir de visibilizar otros valores, otras formas de pensar, habitar y sentir la ciudad.

Al territorio se le otorga un sentido pedagógico, transversal a todas a las acciones de estas organizaciones, reconocer el quiénes somos y de dónde venimos se convirtieron en constantes que marcaron la intervención barrial, saber cómo se configuraron los barrios, quiénes fueron los primeros pobladores, cómo invadieron, construyeron las casas, las calles, la gestión de servicios públicos, la iglesia, etc., reconstruir la memoria del barrio es una estrategia de formación de ciudadanía, entender esa triple acción de subjetivación –individuación (situación, condición y acción) en la lucha por su inclusión en las lógicas de la ciudad que plantea Naranjo (2001).

En esto, Corporación Región dictó cátedra, desde todas sus áreas de trabajo estaba presente, en educación por ejemplo, se trabajó el proyecto ciudad educadora, abordaba la relación escuela-comunidad-entorno- ciudad incluida en los PEP, Proyectos Educativos Pedagógicos, y en un sentido simbólico era quitar las rejas de la escuela para comprender lo que estaba afuera de ella¹²³. Eran diálogos de saberes desde la interdisciplinariedad, la transversalidad curricular y escolar, y la historicidad de los procesos sociales.

2.2 Las estrategias de comunicación en sinergia

Como ya se ha mencionado antes, el gran aporte ha sido posicionar a la comunicación como una dimensión más para comprender e intervenir lo social. Esto se logró por el trabajo mancomunado de las organizaciones y los comunicadores, se aprendió a trabajar con el otro, y esto significa a negociar intereses entre lo particular y lo colectivo, se tornó cotidiano y se incorporó como metodología la estrategia de hacer sinergias con varios actores para el desarrollo de las estrategias comunicacionales. Y este aprendizaje lo trasladaron al sector público.

Arriba mi barrio, el comité de comunicación del Plan Municipal de Drogas y Muchachos a lo Bien, dieron línea en esta materia, sin embargo, el proyecto bandera que transversalizó a la ciudad fue el Seminario de periodismo juvenil que ya referenciado,

El Seminario fue una amplia tribuna por la que pasaron infinidad de experiencias de comunicación barrial y educativa, algunas muy sólidas que aún existen, y ello, con relación a la red de comunicadores que en su momento tuvo la alcaldía y lo que actualmente está pasando en la ciudad, sobre la gestión de una política de medios permiten visualizar en la práctica la noción de ciudadanía comunicativa de Mata (2006), abordada desde el ámbito de los derechos, hablaba de la formal, la reconocida, la ejercida y la ideal, “aquella que, desde postulaciones teórico-políticas y de expectativas de transformación social, se plantea como utopía o meta alcanzable en vinculación con los procesos de democratización de las sociedades” (p. 14).

¹²³ En varias ciudades del país las fachadas de las escuelas y colegios tienen rejas que cubren las entradas y las ventanas. Siempre con un portero que obstaculiza la entrada y la salida, evitar que los estudiantes de “vuelen”, se fuguen.

2.3 La sistematización y publicar el conocimiento

La investigación es un componente transversal en estas instituciones, por ello, en los proyectos comunitarios se incorporaron metodologías cualitativas de acción participativa, como son las narrativas visuales, cartografía social, recorridos urbanos, relatos de vida, entre otros. Su aporte entonces, se concreta en la versatilidad de combinarlas y crear experticia que los legitima como interlocutores ante diversos sectores, incluidos la academia y la empresa privada.

Fundación Social acostumbraba a hacer un diagnóstico previo antes de ingresar a cualquier comunidad, fue en la comuna trece, en el marco del proyecto Constructores de Sueños que por primera vez optaron por desarrollar una investigación propiamente dicha sobre los procesos de construcción de los barrios, a cargo de la antropóloga Amparo Sánchez,

Otro elemento importante que se recuperó en el estudio, y que fue clave para la gente y para nosotros, fue el significado que le daban a la invasión de los terrenos. Para los pobladores fue toda una gesta, muy diferente a las lecturas hechas desde afuera que hablaban de una acción ilegal y caótica. Para los pobladores de estos barrios la invasión fue una epopeya en la que ellos fueron grandes héroes. Comprendimos entonces por qué hablaban de los fundadores del barrio y no de los invasores: es muy distinto que a uno le digan invasor o que lo llamen fundador. (Fundación Social, 2004, p. 27)

2.4 La geografía física, social y humana

En la lógica de la planeación participativa levantar mapas sobre los territorios que se van a intervenir es una práctica muy común entre las ONG, se hace un ejercicio de georreferenciación que aporte en la descripción de los lugares y de las comunidades, suele hacerse en dos etapas: una, parte de los mapas de las dependencias especializadas en la materia, para establecer fronteras y reconocer la configuración física del lugar. Dos, a través de la cartografía social con las comunidades, por medio de recorridos y de mapas que ellas misma elaboran dando cuenta de cómo habitan el territorio, en lo físico y lo simbólico¹²⁴, lo que ayuda comprender su dinámica, la confluencia de fuerzas, las relaciones de poder, la manera como lo apropian, identificar los no lugares en los mapas institucionales, pero que la población los han re-territorializado.

2.5 Re-significar el concepto de administrar

Todo proyecto tiene un componente financiero que requiere ser administrado en cualquier sector, pero este en el campo del sector gubernamental se redimensionó por parte de los comunicadores y quizás, por las acciones que se realizaron es, donde más se materializa la fusión de saberes generados en cada uno de los sectores.

Comunicar desde lo público adquiere otro significado por la complejidad burocrática y el tamaño del Estado, por el poder simbólico y material que se otorga desde la ley, la institucionalidad y el dinero. En palabras de Ángela De los Ríos, el gran dinosaurio. Y esto lo vieron cuando se enfrentaron a los procesos que acarrea la contratación pública, los tipos de montos, licitaciones, interventorías, y al ser una dependencia con recursos de inversión propios debían administrarlos como lo señala ley. En el primer año que estuvieron aprendieron el proceso y el desgaste que acarrea, por cada proyecto se debía hacer un contrato y tener su propio interventor, optaron por pensar un modelo de economía a gran escala, tener una bolsa común con los dineros destinados para comunicación de todas las dependencias y ser la Dirección de Comunicaciones la responsable de su administración, lo que implicaba un proceso de concertación y visión compartida sobre lo que se deseaba comunicar, lo pensaron en términos de macroproceso que debía estar como uno de los ámbitos del modelo de comunicación que adoptaron.

3. Algunas notas de cierre.

La ciudadanía se ejerce en lo individual o lo colectivo, y esta última, es una decisión de la persona a actuar mancomunadamente con otros. El ser ciudadano contiene lo ético, lo que es relativo al individuo, a sus juicios morales, comportamiento y emociones. Está relacionado con lo público, pero no necesariamente se contienen. Ahora bien, en ese ejercicio colectivo se desarrolla un proceso de comunicación intencionada, lo público es indivisible. La intención puede leerse en tres niveles: uno, como objetivo (el fin concreto e inmediato) tener un proyecto claro de cohesión social, llámese organización o medio de comunicación; dos, un propósito (el deseo, determinación) el de movilizar a otros alrededor de esa iniciativa, esto responde al principio de simpatía en términos de Hume como lo señalaba Camps (2011) al referirse a las emociones; y finalidad (el horizonte al que se aspira) es el imaginario de ciudad al que se desea

¹²⁴ Esta técnica también se le reconoce en Diagnóstico Rápido Participativo como mapas parlantes.

llegar, es decir, está en constante reconfiguración. Todo ello, se dinamiza por la autoestima social, para Aristóteles era la magnanimidad, en Spinoza el contenido de sí, y en Hume, el orgullo. Todo junto, es base para el ejercicio de una ciudadanía comunicativa

Actualmente en la ciudad se discute la Política pública de medios alternativos independientes, comunitarios y ciudadanos, está dirigida a fortalecer la democracia, incrementar la movilización social, proteger la identidad y la memoria de los medios, robustecer las redes y una agenda común. En ella participan alrededor de veintiséis medios, que no todos son medios en sí mismos, sino que son organizaciones de base que entre sus áreas desarrollan procesos de comunicación con fines pedagógicos, de contribuir a la discusión pública sobre su territorio y, están otras que, su apuesta es totalmente comunicacional, como lo es Ciudad Comuna¹²⁵. Adentrarse en las discusiones y tensiones que emergen allí dan cuenta de ese trasfondo social y político que se gestó años atrás.

Referencias

- Alcaldía de Medellín. (2004). Plan de desarrollo 2004-2007 "Medellín compromiso de toda la ciudadanía". Extraído desde la biblioteca digital de la Alcaldía de: https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_0_0/Shared%20Content/pdf%20codigo%20buen%20comienzo/Texto%20Completo%20Acuerdo%20Plan.pdf
- Bertaux, D. (1989). Relatos de vida en el análisis social. En: J. Aceves, (compilador). *Historia oral. Parte II: Los conceptos, los métodos* (pp. 136-148). México: Instituto Mora-UNAM.
- Bertaux, D. (1999). El enfoque biográfico. Su validez metodológica, sus potencialidades. *Proposiciones*, 29. Santiago de Chile: Ediciones SUR, Recuperado de: <http://www.sitiosur.cl/r.php?id=436>.
- Camacho, C. (2004). Democratización de la sociedad: entre el derecho a la información y el ejercicio de la ciudadanía comunicativa. *Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos*. 3, (71). <http://www.saladeprensa.org/art563.htm>
- Casals & Associates INC; Comunicación Pública Estrategias. (2004). *Modelo de comunicación pública organizacional e informativo para las entidades del Estado, MCPOL*. Bogotá: USAID-Casals & Associates INC.
- Camps, V. (2011). *El gobierno de las emociones*. Barcelona: Herder.
- Ciudad Comuna; Corporación Con-Vivamos; y Fundación Confiar. (2015). *La comunicación haciendo escuela. Memorias del proceso de Escuela de Comunicación Comunitaria 2013-2014*. Medellín: Fundación Confiar.
- Consejería Presidencial para Medellín y su Área Metropolitana. (1992). *Seminario alternativas y estrategias de futuro para Medellín y su Área Metropolitana (1º:1991)*. Medellín: Lealón.
- Consejería Presidencial para Medellín y su Área Metropolitana. (1995). *IV Seminario alternativas y estrategias de futuro para Medellín y su Área Metropolitana*. Medellín: Lealón.
- Corporación Surgir. (2009). *Crónica de un compromiso. Surgir 1979-2009. 30 años llenos de razones para seguir aportando a la prevención de drogas*. Medellín: Corporación Surgir.
- Fundación Social. (2004). *Desarrollo Integral Local. No.3. Evaluación de impacto del modelo DIL en la Comuna 13 de Medellín*. (M. T. Luna, y D. M. González, Eds.) Bogotá: Fundación Social.
- Fundación Social. (2004). *Desarrollo Integral Local. Una propuesta para superar la exclusión. No.1*. R. Quintero Marín, (Ed.), Bogotá: Fundación Social.
- Fundación Social. (2004). *Desarrollo Integral Local. Una propuesta para superar la exclusión. No.2. El caso del DIL Medellín. La sistematización como responsabilidad social*. Bogotá: Fundación Social.

¹²⁵ Ciudad Comuna es una organización que ha ganado protagonismos en la ciudad, sus procesos han estado acompañados por la Universidad de Medellín, en cabeza de la Dra. Ángela Garcés.

- Gutiérrez, A. y Jaramillo, A. (1996). *Sistematización de una experiencia en televisión comunitaria en Teleantioquia programa "Arriba mi Barrio"*. (Documento inédito). Medellín: Corporación Paise Joven.
- Jaramillo, J.C. (2012). Propuesta general de comunicación pública. En: J. Duarte (Ed.) *COMUNICAÇÃO PÚBLICA: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*, cap. 16. São Paulo: Atlas 2012.
- Mata, M.C. (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teóricos-políticos de su articulación. *Revista Fronteiras – Estudos mediáticos*, VIII (1), 5-15. Recuperado de. <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras>.
- Medina, A.; Villa, C.; y Franco Díez, G. (2003). *Evaluación de Impacto en Televisión el caso de Muchachos A Lo Bien*. Medellín: Fundación Social y sus empresas.
- Naranjo, G; Hurtado, D.; y Peralta, J. (2001). Ciudad y Ciudadanía. Bajo la lente del conflicto urbano. Medellín: Corporación Región.
- Salazar, A. (2001). *La parábola de Pablo*. Bogotá: Planeta.
- Sierra, J. F. (Diciembre de 2007). La Corporación Región un actor social y político reflexivo en una sociedad compleja. *Boletín Desde la Región: Corporación Región*, 49, 5-31. Recuperado de <http://region.org.co>



Una reflexión interdisciplinaria sobre el concepto de reconciliación. Caso Colombiano.

An interdisciplinary reflection on the concept of reconciliation. Colombian case.

*Mónica Isabel Salazar Gómez*¹²⁶

Resumen: El propósito de esta propuesta es reflexionar sobre los discursos de la reconciliación en Colombia, entre los cuales contamos con los que la academia reflexiona en torno al concepto en relación con la realidad del contexto colombiano. La hipótesis de fondo es que el sentido de la reconciliación no está agotado en lo expuesto por los actores institucionales en sus discursos; sino que la capacidad de superación de las comunidades impactadas por el conflicto y sus procesos de reemprendimiento de sus proyectos de vida, permiten identificar sentidos adicionales que no han sido explorados con suficiencia. La propuesta del proyecto consiste en aportar al estado del arte del discurso académico acerca de la reconciliación y que los discursos institucionales se nutran de las discusiones y de lo trabajado con las comunidades en ese sentido. La intención es contribuir a la valoración de las experiencias de reconciliación como eventos no ajenos a la realidad de los colombianos. Esto constituye un elemento de trabajo para las instituciones públicas que se podrán servir de los resultados de la investigación para ajustar la normativa y las acciones correspondientes en temas de reconciliación de manera que impacten la relación que tienen con las comunidades en la perspectiva de posconflicto y reconciliación.

La posibilidad de finalizar uno de los aspectos más relevantes del conflicto armado colombiano ha abierto los caminos de la especulación sobre un conjunto de conceptos que a veces son utilizados indistintamente desde varios discursos. La necesidad de emprender procesos de reconciliación entre los diferentes actores que hacen parte del conflicto armado dado los acuerdos de paz hace necesaria la reflexión sobre aspectos como la justicia, la reparación, el reconocimiento, el perdón, en otros, para comenzar un diálogo y saber de qué estamos hablando. Estemos o no de acuerdo.

Palabras Clave: reconciliación, justicia, reconocimiento.

Abstract: The purpose of this proposal is to reflect on the discourses of reconciliation in Colombia, among which we count on those that the academy reflects on the concept in relation to the reality of the Colombian context. The underlying hypothesis is that the sense of reconciliation is not exhausted in the statements made by the institutional actors in their speeches; rather, the ability to overcome the communities impacted by the conflict and their processes of resumption of their life projects, allow identifying additional senses that have not been adequately explored. The proposal of the project consists in contributing to the state of the art of academic discourse about reconciliation and that institutional discourses are nurtured from the discussions and from the work with the communities in that sense. The intention is to contribute to the evaluation of reconciliation experiences as events that are not alien to the reality of Colombians. This constitutes an element of work for public institutions that can use the results of research to adjust the regulations and the corresponding actions on reconciliation issues in ways that impact the relationship they have with the communities in the perspective of post-conflict and reconciliation.

The possibility of ending one of the most relevant aspects of the Colombian armed conflict has opened the way for speculation about a set of concepts that are sometimes used interchangeably from various discourses. The need to undertake processes of reconciliation between the different actors that are part of the armed conflict given the peace agreements makes it necessary to reflect on aspects such as justice, reparation, recognition, forgiveness, in others, to start a dialogue and know what are we talking about. We agree or disagree.

Key words: reconciliation, justice, recognition.

¹²⁶ UNIVERSIDAD JAVERIANA-COLOMBIA, monica-salazar@javeriana.edu.co

Tema Central

Reflexión sobre el concepto de reconciliación. Caso Colombiano.

Objetivos

Objetivos del proyecto de investigación:

Objetivo general

Caracterizar los sentidos que tiene la Reconciliación en los discursos de agentes institucionales y de las comunidades impactadas por el conflicto armado en Colombia.

Fase 1: Comunidades afectadas por el conflicto armado, actores gubernamentales (administradores de justicia), y organizaciones de apoyo a la sociedad civil.

Fase 2: Actores gubernamentales (legislativo y ejecutivo), centros de investigación, y medios de comunicación

Objetivos específicos - Fase I

1. Caracterizar el sentido de la reconciliación en el discurso académico.
2. Distinguir el sentido que construyen los actores gubernamentales (administradores de justicia) que contienen el trasfondo decisorio de lo judicial sobre la reconciliación en Colombia y las vías para la materialización de ésta.
3. Identificar el sentido de la reconciliación que tienen las comunidades determinadas en el corpus metodológico, impactadas por el conflicto armado colombiano.
4. Determinar el sentido de la reconciliación inmerso en el discurso de las organizaciones de apoyo a la sociedad civil.
5. Visibilizar el potencial de uso de las concepciones y experiencias de reconciliación institucionales y colectivas para afrontar los retos del postconflicto en Colombia.

Objetivo para esta ponencia:

Reflexionar sobre el sentido de la reconciliación en el discurso académico desde diferentes perspectivas y áreas del conocimiento.

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta.

Hacia una cartografía discursiva de la reconciliación en Colombia, es una investigación de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana, en la cual participamos varios profesores y está financiada por la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad. El objetivo es recabar los discursos de la reconciliación en Colombia entre los cuales contamos con los comunitarios, institucionales, gubernamentales y no gubernamentales, el propósito parte de la idea de que lo que llamamos discursos de la reconciliación no está completamente agotado y no se circunscribe a una postura hegemónica. El proyecto pretende recuperar los discursos que circulan a través de los diferentes actores y ponerlos en diálogo con los institucionales y oficiales. Por otra parte, la propuesta intenta aportar al estado de arte académico acerca de lo que es la reconciliación con el fin de explicitarla en los actores sociales y ponerla en conversación con las comunidades.

El proyecto de investigación cuenta con tres componentes, teórico, empírico y conceptual y se encuentra en la primera fase. En el componente teórico, y sobre el cual queremos realizar la reflexión en este texto, tenemos la intención de ganar claridad conceptual sobre la reconciliación desde un abordaje multi e interdisciplinar. Para ello, emprendimos un seminario el cual se llamó Comprendiendo la Reconciliación y se realizó en conjunto con el Doctorado de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Javeriana y contó con ocho discusiones alrededor del tema de la reconciliación, desde perspectivas y disciplinas diferentes como la literatura, la ciencia política, la filosofía, la comunicación, el derecho y la antropología, en relación con temas como paz, justicias, perdón, liberación, memoria, reconocimiento, identidad, generosidad, víctima, victimario, reencuentro.

Para el primer seminario Antígona en la lectura hegeliana de la reconciliación, el profesor Ciro Roldán hace una reflexión desde Hegel acerca de la relación entre el problema de la reconciliación y el reconocimiento en el que presenta la manera en que se resuelve en Antígona el conflicto entre la ley natural –o la ley de la sangre-, y la ley positiva –o la ley de la ciudad-. Asunto que nos presenta una gran incógnita a resolver porque finalmente, cada uno desde sus argumentos tiene de algún modo la razón. Pero si lo traemos a a nuestro contexto actual colombiano es complejo pensar que los que no quieren los acuerdos de paz tengan tanto derecho como los que quieren que dichos acuerdos se cumplan. Adicionalmente, aparece aquí el tema del olvido, que también se plantea en Antígona, como algo indeseable. Nadie quiere que sus muertos queden en el olvido y no tengan al menos muertos, una digna sepultura.

Al respecto el profesor Roldán (2017) señala: "Olvido: (desde el aspecto negativo) La pérdida de la memoria. El olvido es indeseable, porque el olvido es la sustracción del sujeto de la vida de la sociedad. La importancia de la sepultura radica en la conservación de la memoria, y con la memoria, de la pertenencia del sujeto a la sociedad". Y es precisamente en este sentido, que las mujeres colombianas se rehúsan a que sus hijos, esposos, padres, muertos, desaparecidos, sean olvidados.

En el segundo seminario La tragedia griega como demanda jurídica de Sófocles, el profesor Gustavo Aragón, nos da unas claves para reconocer la tragedia y lo que implica en términos de reconciliación sobre todo porque lo que se da es que de un estado de conciliación se pasa a tener otro, la ausencia de éste y por supuesto, reestablecerlo es verdaderamente complejo: "Dado que la re-conciliación implica volver a algo perdido, habría que recuperar ese ser que se fue. Es decir, reconciliarse con el otro supone, en primer lugar, reconciliarse consigo mismo, cada cual, con su ser, con su historia, con su emocionalidad (que sea menos vicaria u ortopédica y que pase a ser una que le dé lugar al otro" (Arango 2017). En este sentido, reconciliarse sería recuperar lo que me arrebataron, aunque eso que me arrebataron nunca podrá volver a ser. Ni la misma persona -aún consiguiese reconciliarse, podrá volver a ser la misma que antes del hecho que la arrojó al estado de tragedia.

Para el Padre Jesuita Francisco de Roux, un defensor de los derechos de las víctimas del conflicto armado colombiano en su seminario La reconciliación en los acuerdos y los retos para el posconflicto, es urgente la implementación de los acuerdos y lo que deviene de ello. Sabemos que hay muchas personas que se oponen a la paz, pero es preciso superar los intereses y los miedos particulares y pasar a pensar en el bienestar colectivo "Los premios nobel, en Bogotá, enseñaron que los acuerdos de paz nunca son perfectos y que son un acto de fe en el ser humano que acrecienta la seguridad de la confianza colectiva; contrariamente a lo que ocurre con la oposición a la paz imperfecta, oposición basada en el miedo, que disemina la inseguridad colectiva e impide la democracia genuina"(de Roux 2017). El miedo no puede ser el faro que guíe a una sociedad. Debemos intentar recuperar la confianza en el otro. Sin este elemento no podremos avanzar en el desarrollo de las comunidades, del país. De Roux (2017) en este sentido cita a Cicerón cuando escribió en los Oficios "El miedo no es maestro estable de los deberes públicos". Promover la desconfianza en espacios públicos como los medios masivos de comunicación, en los centros religiosos, en los discursos políticos, lo único que hace es acrecentar el miedo e inducir a la inacción y para reconciliarnos, como bien lo dijo el Papa Francisco en su visita a Colombia en septiembre de 2017, hay que moverse, "hay que dar el primer paso".

Pasamos entonces al cuarto seminario Aporte de la jurisdicción indígena a una comprensión de la reconciliación por el profesor Herinaldy Gómez, quien nos brinda una perspectiva de lo que es la justicia, la reconciliación, la paz y el perdón para las comunidades indígenas. Para ello, se apoya en la revisión de sus mitos y fiestas, específicamente el carnaval, para explicarnos desde dos realidades indígenas la Kamsá y la Wayúu sus modos de pensar y vivir la vida, su cosmovisión y cómo el resto de colombianos con una visión occidentalizada pretende que ellos se sometan a nuestra forma de ver y hacer las cosas. Específicamente a que lo que denominamos justicia sea implementado por ellos y que la forma en que administramos la justicia sea también adoptada por ellos desconociendo de esta manera, su historia, sus construcciones como comunidad y como personas. Es pretender una reconciliación forzada. Nada más contradictorio. El profesor Gómez (2017) al respecto señala "La política y sus actores saben de conflictos, de acuerdos, no de recomponer el tejido social, ese tejido social, parte de empoderar a las comunidades indígenas, de fortalecerlas y garantizarlas". Si el gobierno y en general la sociedad colombiana de verdad quiere apostar y recomponer el tejido social, debe proveerles a dichas comunidades los mecanismos para que puedan tener participación política, económica, social desde sus construcciones e historias ancestrales.

Siguiendo con la discusión y teniendo como base la reconciliación en Colombia, el seminario continuó con la participación del profesor Jesús Martín Barbero con La memoria y la reconciliación en la reconfiguración de la identidad colombiana. Tema que complejizó las discusiones porque le agregaba otro elemento, la construcción de la memoria, ya no solo la reflexión era si la memoria ayudaba a perdonar o no, o si era bueno tener memoria o no, sino que, en estos tiempos modernos, en el que todo es tan rápido y nada satisface y siempre hay que volcarse en nuevos asuntos, el tema de la memoria queda relegado a lo obsoleto, lo que ya pasó, lo que ya no interesa. Pues se debe prestar atención a lo novedoso lo que está por suceder ya mismo, "el pasado deja de ser entonces parte de la memoria, y se convierte en ingrediente del pastiche, esa operación que nos permite mezclar los hechos, las sensibilidades y estilos, los textos de cualquier época, sin la menor articulación con los contextos y movimientos de fondo de esa época" (Barbero 2017) En este sentido el autor nos llama la atención sobre el modo en que la sociedad está construyendo su pasado y su futuro, sobre las bases en las que lo está haciendo: "un pasado así no puede iluminar el presente, ni relativizarlo, ya que no nos permite tomar distancia de la inmediatez que estamos viviendo, contribuyendo así a hundirnos en un presente sin fondo, sin piso, y sin horizonte. La fabricación de presente, implica, en segundo lugar, una flagrante ausencia de futuro" (Barbero 2017).

Los medios masivos de comunicación se han apoyado en estas maneras de crear, producir y de contar la realidad lo que les hace más fácil y rápido la producción y de cierta manera, les libera de responsabilidades por lo menos inmediatas frente al tipo de información que difunden, en muchas ocasiones sin contexto o fragmentado. "Catalizando la sensación de estar de vuelta de las grandes utopías, los medios se han constituido en un dispositivo fundamental de instalación en un presente continuo, en una secuencia de acontecimientos, que, no alcanza cristalizar en duración, y sin la cual ninguna experiencia logra crearse, más allá de la retórica del momento, un horizonte de futuro". (Norbert Lechner 1995 en Barbero 2017).

El siguiente seminario estuvo a cargo del profesor Francisco Cortés, La tensión entre justicia (retributiva) y paz; una mirada desde la reconciliación. El abordaje de esta discusión es quizás uno de los más complejos para la población colombiana, dado que las personas están esperando que se haga justicia. Que el hecho que las puso en un lugar en el que no pidieron, el de víctimas (por ser afectadas en su dignidad e integridad humana por la decisión de otro), sea reconocido y retribuido de manera más o menos equivalente al daño causado, dado que es imposible que sea completo. Ningún acto de reparación o de justicia devolverá lo perdido. "Un elemento importante de la negociación del Gobierno de Colombia con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) debe consistir en la inclusión de procesos de reconocimiento público de atrocidades políticas y de violaciones de los derechos humanos. Esta forma de reconocimiento es de relevancia, precisamente, porque constituye una manera de redescubrir el significado y el valor de las personas como ciudadanos y como víctimas" (Cortés 2017). Se vuelve entonces de vital importancia que el gobierno colombiano emprenda este tipo de acciones y que las incluya dentro de sus políticas a la hora de llevar a la práctica las iniciativas en relación con el posconflicto y la reconciliación. No sabemos cómo se implementa un proceso de paz, es nuevo para los colombianos, pero sí es de mucha responsabilidad tener en cuenta que "para una sociedad en transición constituye una prioridad política insistir en este tipo de procesos de aseguramiento de la justicia, develamiento de la verdad, perdón, reconocimiento de las víctimas y garantías de no uso de las armas y la violencia contra la sociedad" (Cortés 2017).

Otros temas que no se podían dejar por fuera a la hora de abordar la reconciliación son los que abordó la profesora Camila de Gamboa en el seminario Perdón interpersonal, disculpas públicas y justicia transicional. En este punto la carga ha sido muy grande para uno de los actores del conflicto armado colombiano, las víctimas. Y es pretender que sean ellas las que perdonen y pongan su dolor sin más, y a veces casi que ni pregunten, para dizque haya paz en el país. De esta manera, se les sigue revictimizando, poniéndoles más cargas encima de las que ya tienen. En algunos casos se pretende que con que un señor, salga en un video, diciendo que lamenta mucho haber asesinado a doscientas personas, eso ya cuenta como disculpas públicas... las víctimas, que además ya no quieren en muchos casos ser llamadas así, en otros casos sí (apenas estamos aprendiendo a definirnos, redefinirnos, hay personas que no sabían que tenían derechos, por ejemplo, y apenas lo están asimilando y eso les ha traído mayores contradicciones sobre todo con el Gobierno que no los protegió y hoy les dice que deben perdonar...) ya no saben cómo actuar y en la mayoría de casos solo quieren que se haga justicia, pero sobre todo que no se repita una situación como la que tuvieron que vivir.

Frente a este panorama la profesora Camila de Gamboa refiere "En general, la justicia transicional tiene dos propósitos: uno, digamos que mira más hacia el pasado y de alguna manera es responder a esas muy graves violaciones de Derechos Humanos que se han cometido contra las víctimas, y en ese sentido, también es necesario obviamente responsabilizar a aquellos que han estado involucrados en esas violaciones de forma directa o indirecta, y entonces son mecanismos que están mirados hacia el pasado. Por el otro lado, también tiene una apuesta hacia el presente pero especialmente hacia el futuro y es de no volver a repetir lo que ocurrió" (de Gamboa 2017). El reto aquí es muy importante para la institucionalidad colombiana porque debe garantizarle a todas las personas, a todos los ciudadanos que ese tipo de hechos no volverán a ocurrir, de lo contrario la confianza de la que hablábamos anteriormente, no se dará porque no tendrá credibilidad y los acuerdos y las políticas que se realicen sobre del tema del posconflicto se quedarán en el papel. Además es urgente revisar la manera en que están siendo tratadas las personas afectadas por el conflicto armado para que no sean manoseadas por el afán de la institucionalidad de obtener resultados de los acuerdos de paz. "Las víctimas quedan instrumentalizadas, las víctimas se convierten en los instrumentos para pasar a la paz y, para las víctimas que sufrieron las mayores violaciones de derechos humanos de alguna manera es negada la justicia" (de Gamboa 2017).

Finalmente, el último seminario estuvo a cargo del profesor Carlos Rendón, Una revisión de la teoría del reconocimiento y su relación con el concepto de reconciliación. Este tema fue muy importante porque contribuyó a la discusión desde la apuesta del otro. Construimos nuestra identidad, pero desde la diferencia. No somos si no somos reconocidos por los otros. Quizás nos pasamos una gran parte de nuestra vida, construyendo para que otros nos reconozcan y de esta manera, hacernos un lugar en el mundo. "El reconocimiento es un saber. Es un saberse de esta manera, que yo soy ellos, y que ellos soy yo" (Rendón 2017). Todo esto nos lleva a reflexionar sobre el vínculo que se da

entre víctima y victimario, la víctima no lo pidió, pero ya está ahí. De esta manera, la víctima -siguiendo a Hegel- desea estar libre del dolor por eso en ocasiones quiere perdonar para liberarse. Estas son las manifestaciones que en su mayoría las víctimas han hecho frente a lo que les ha tocado enfrentar y es el deseo de encontrar una manera de convivir sin violencia, poniendo el amor antes que el odio para poder salir adelante (aunque muchas personas de diferentes comunidades afectadas por el conflicto armado colombiano no saben muy bien si a eso se le llama perdón o no). En este punto el reto de la reconciliación sería cómo esos dos actores crean, tejen, una nueva forma de estar juntos.

Enfoque y/o metodología de abordaje.

Este texto pretende realizar una reflexión sobre el proceso que se adelantó en el componente teórico del proyecto, sin desconocer, o mejor, poniendo en diálogo, lo trabajado con las comunidades víctimas del conflicto armado colombiano con las que hemos tenido relación en el proyecto de investigación Hacia una Cartografía discursiva de la Reconciliación en Colombia.

El objetivo aquí es configurar desde una metodología cualitativa un aparato teórico y metodológico para distinguir y comprender los distintos sentidos de la reconciliación y las relaciones y/o diferencias con otros términos con los que regularmente es vinculada, tales como reparación, perdón y reconocimiento.

Hemos optado por una propuesta de análisis discursivo, debido al corpus y el propósito de la investigación orientada a realizar una cartografía de los discursos de reconciliación. En este sentido acordamos con la propuesta de análisis de discurso político de María Cristina Martínez, que se centra en la identificación de distintos enunciadores y enunciatarios discursivos. De acuerdo con esta propuesta, son tres las perspectivas para la construcción de cada sujeto discursivo; a saber: la ratio, el pathos y el ethos. De la conjunción de estos tres elementos, se infiere el perfil de los actores sociales en cuestión. Tal conjunción se debe a la polifonía que se encuentra en la variedad de enunciadores y enunciatarios de acuerdo con la forma como el locutor concibe su lugar en el mundo y cómo concibe al otro. Para ello hemos dispuesto:

- Seminario teórico sobre Reconciliación, (revisión bibliográfica y seminario) con la participación de expertos académicos y representantes de instituciones públicas en temas de memoria histórica.

- Seminario teórico/metodológico sobre análisis del discurso, (revisión bibliográfica y seminario) en la vía del diseño del instrumento para el análisis de los discursos de los actores sociales. Se estima contar con al menos un invitado nacional con el cual construir el instrumento de análisis. Esto, en tanto será el corpus de estudio el que determinará los criterios para la elaboración del instrumento de análisis.

Sistematización y Resultados: uno, la sistematización de los discursos y la consecuente determinación de los distintos sentidos que le asignan los actores sociales a la reconciliación; y dos, disponer de un espacio de encuentro entre los actores sociales distinguidos en el proyecto, con el fin de exponer los hallazgos de la investigación y la proximidad entre los discursos y los actores.

Sistematización y análisis en soporte diseñado por el equipo de trabajo. Análisis crítico del discurso.

Reflexión teórica: el propósito de esta fase es aportar a la elaboración teórica del concepto de reconciliación y las distintas acepciones desde los actores discursivos, a partir de la sistematización y análisis realizado.

Principales resultados, reflexiones y conclusiones.

En este momento las revisiones teóricas nos han dado pie para decir que los resultados que tenemos en este momento, y los cuales continuamos indagando son preguntas que han surgido de las discusiones con los diferentes actores y expertos académicos frente al tema de la reconciliación:

¿Es necesario el perdón para llegar a la reconciliación?

¿La memoria hace posible / imposible la reconciliación? (abusos de la memoria)

¿Es necesario invisibilizar el hecho violento para que haya perdón?

¿Es necesario invisibilizar el hecho violento para que haya reconciliación?

¿Cuál es el lugar de los ciudadanos que no han sido afectados por la guerra? ¿cuál es su responsabilidad?

¿Cuáles son los alcances de la reconciliación interpersonal y social?

¿Cuáles son los retos de la reconciliación en Colombia?

- Por otra parte, algunos de los hallazgos es que la reconciliación no es de carácter intrapersonal. Es una construcción conjunta.
- Nos reconciamos también con la sociedad. La víctima debe sentirse reconocida públicamente.
- Las comunidades comenzaron el proceso de reconciliación mucho antes de que el gobierno colombiano pensara este tipo de procesos y decidiera -en algunos casos- apoyarlas.
- Hay una fuerza inspiradora en las comunidades para reemprender sus proyecto de vida a pesar del país que los excluye.
- Existe una polifonía de la reconciliación. Lo que significa que no hay una sola noción de reconciliación, hay diversidad de expresiones.
- Sin el reconocimiento de la dignidad perdida y reestablecida, difícilmente se podría pensar en emprender un proceso de reconciliación.
- La reparación simbólica es un mecanismo de memoria, de re inserción del sujeto a la vida pública.
- Es urgente la construcción de un relato nacional en el que todos quepamos como país. Una elaboración de memoria conjunta.

Bibliografía

CORTÉS, F. (2017). El lugar político de la justicia y la verdad en la justicia transicional en Colombia. Estudios Políticos (Universidad de Antioquia), 50, pp. 216-235. DOI: 10.17533/udea.espo.n50a12

S´NCHEZ, G, BARBERO, J., Y OTROS (1999) Museo, memoria y nación. Colombia.

DIAZ, J. (2005). Antígona en la Fenomenología del Espíritu de Hegel: Consideraciones hegelianas sobre lo privado y lo público. Septiembre 2014, de Reflexiones estéticas Sitio web: <http://www.filosofiayttragedia.com/textos/diaz.html>

GAMBOA, C. (2012) El perdón interpersonal en contextos de justicia transicional. universidad del Rosario. Bogotá.

GAMBOA, C. (2012) Las disculpas políticas y su propósito en la justicia transicional. Universidad del Rosario. Bogotá.

GARBIM, D. (1889) La Antígona de Sófocles. Universidad de Granada. Madrid.

GIRALDO, F. y LÓPEZ, H., (1991) "La metamorfosis de la modernidad", in F.Viviescas y F.Giraldo (Comp.), Colombia,el despertar de la modernidad,p.261, Foro por Colombia, Bogotá.

GÓMEZ, E. (2003) Los significados de la reconciliación desde las voces de las víctimas, Revista: Convergencia. Revista de Ciencias Sociales.

Gómez, H. y Ruiz, C. (1998) "La Metáfora del Suspiro: Una pedagogía para asumir conflictos entre sujetos étnicos" . En: Revista Políticas , editorial Universidad del Valle, v.2 p.7 - 29 , Colombia.

Gómez, H. (2017) Concepciones y prácticas de reconciliación y justicia Wayúu en Seminario Comprendiendo la reconciliación. Pontificia universidad Javeriana.

Hegel, G-W. F. Escritos de Juventud. México: Fondo de Cultura Económica.

Hegel, G-W. F. Fenomenología del espíritu. México: Fondo de Cultura Económica.

Hegel, G-W. F. Filosofía del Derecho ("Prefacio"). Buenos Aires: Sudamericana.

Hegel, G. W. F. Enciclopedia de las ciencias filosóficas. Madrid: Alianza.

JAMESON, F. (1992) El postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado, p.45, Paidós, Barcelona, 1992

LECHNER, N. (1995) en "América Latina: la visión de los científicos sociales", Nueva sociedad Nº 139, p. 124, Caracas, 1995

MARTÍNEZ S., M. (2005b) La construcción del proceso argumentativo en el discurso: Perspectivas teóricas y trabajos prácticos. Cali: Taller de Artes Gráficas, Facultad de Humanidades de la Universidad del Valle.

MORELO, G., CASTRILLÓN, G. y BEHAR, O. (2014) Pistas para narrar la paz, periodismo en el postconflicto: Fundación Konrad Adenauer- KAS-Colombia y Consejo de Redacción

RENDÓN, C. (2008). El Estado o la realidad de la eticidad en la filosofía política de Hegel. En La nostalgia de lo absoluto: Pensar a Hegel hoy (55-72). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas.

(2008). Tragedia, política e historia: una lectura de la filosofía hegeliana de juventud. En La nostalgia de lo absoluto: Pensar a Hegel hoy (167-196). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas.

Tobar, J. y Gómez, H. (2004) Perdón, violencia y disidencia. Editorial Universidad del Cauca.



Formación de estereotipos sobre discapacidad, movilización ciudadana y medios alternativos. El caso de No Más Teletón en Colombia

Portrayal stereotypes of disability, citizen mobilization and alternative media. The case of No More Telethon in Colombia

*Sandra Meléndez-Labrador*¹²⁷

*Óscar Cuesta Moreno*¹²⁸

Resumen: Teletón es una maratón televisiva para recaudar fondos para las personas con discapacidad, sin embargo, su modelo reproduce estereotipos que atentan su dignidad y perjudican la reivindicación de los derechos de esta población. Precisamente, la ponencia analiza el ciberactivismo contra esta institución en Colombia desarrollado a través de la campaña No Más Teletón, la cual ha logrado impactar en los recaudos disminuyendo los donativos y, aún más, promoviendo la disgregación de representaciones discursivas sobre la discapacidad. Así, este texto muestra que la movilización ciudadana también tiene lugar hoy en la convergencia de acciones políticas desarrolladas en las plataformas de medios alternativos digitales.

Palabras Clave: discapacidad, ciberactivismo, comunicación alternativa

Abstract: Telethon is a televised marathon to raise funds for people with disabilities, however, its model reproduces stereotypes against their dignity and damage the vindication of the rights of this population. Precisely, the paper analyzes cyber-activism against this institution in Colombia developed through the campaign No More Telethon, which has impact in the raise funds by decreasing donations and, even more, promoting the disintegration of discursive representations about disability. Thus, this text shows that citizen mobilization also takes place today in the convergence of political actions developed in alternative digital media platforms

Key words: disability, cyberactivism, alternative communication

Introducción

Desde comienzos de los años 80, expertos y organismos internacionales comienzan a llamar la atención sobre las connotaciones opresivas en las representaciones estereotipadas y sobre-simplificadas de minorías sociales como la población con discapacidad, ya que tienden a confirmar o reforzar patrones hegemónicos de interpretación y de juicios de valor que homogeneizan a la sociedad, pues “Gran parte de la información que el público en general recibe sobre la discapacidad es difundida por los medios de comunicación y no directamente por personas con experiencias vividas” (Maika & Danylchuk, 2016, 1t).

En el caso de Estados Unidos ya a finales de los años setenta se desarrollaba un fenómeno de transformación de los imaginarios sociales sobre la discapacidad cuya incidencia estaba supeditada al fortalecimiento del movimiento por los derechos de la población con discapacidad.

¹²⁷ Candidata a Doctora en Comunicación, Universidad del Norte, Colombia. Activista miembro de la Coalición Colombiana por la Implementación de la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad CDPD. Hace parte del Grupo de Investigación en Discapacidad y Comunicación GIDYC de la Universidad Cardenal Herrera de España. slabrador@uninorte.edu.co

¹²⁸ Docente Departamento de Formación, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. ocuesta@javeriana.edu.co

En Colombia fue en 2009 que se consolidó el movimiento social por el respeto a las personas con discapacidad, sus familias, cuidadoras y cuidadores, el cual se ha manifestado a través de plantones, marchas, denuncias de corrupción de gobiernos locales, establecimiento de mesas de concertación y negociación, elaboración de pliegos de petición, debates en los Concejos distrital y departamentales, modificación de decretos y acuerdos, y formulación de nuevas políticas.

La Enciclopedia de discapacidad ubica a Colombia en su cronología la aprobación de la Ley de discapacidad aprobada en 1997 y asegura que aún con al menos 37 políticas legales relacionadas con la discapacidad hasta 2001

“el gobierno proporciona un gasto limitado en programas que protegen los derechos de las personas con discapacidad, y la falta de aplicación de los derechos sigue siendo una preocupación importante. Los esfuerzos de concientización de hoy incluyen maratones con la participación de la población general para recaudar dinero para programas educativos para niños con necesidades especiales, Olimpiadas Especiales, nuevas organizaciones como la Asociación Colombiana para el Desarrollo de Personas con Discapacidades³ y campañas de concientización de los medios” (Albrecht, 2006, C24).

Precisamente, uno de los enormes avances que ha tenido este movimiento ciudadano de la población colombiana con discapacidad ha sido el de intervenir la opinión y participación pública con respecto al evento televisivo mundialmente conocido como Teletón, a través no solo de acciones directas como las anteriormente mencionadas, sino también por medio de la apropiación de medios alternativos como las redes sociales, web y blogs, amparados en la Convención por los Derechos de las Personas con Discapacidad CDPCD, impactando en la consecución de la meta de recaudo de dicho evento en sus tres últimas versiones, lo que hace pensar que el activismo digital ha influido en la opinión pública.

Poder, verdad y comunicación

Tenemos que, según Foucault, la economía política de la verdad se caracteriza entre otras por ser objeto de una enorme difusión y consumo, circulando en aparatos de información de “extensión relativamente amplia en el cuerpo social”, que es producida y transmitida bajo el control, no exclusivo pero sí dominante de grandes aparatos políticos o económicos, entre ellos los medios de comunicación, constituyendo “el núcleo de todo un debate político, y de toda una serie de enfrentamientos sociales” (Foucault, 1994, 54).

Por esa línea, Washington Uranga se refiere a estos tres: la producción de conocimiento, la intervención o acción política y la comunicación, como “tres dimensiones inseparables y muchas veces difícilmente reconocibles de manera autónoma en las acciones de las personas y los grupos que tienen por vocación incidir en los procesos de transformación de la sociedad” (2016, 42). Más adelante detalla

“pensar la incidencia política de los actores sociales –sean individuos u organizaciones– supone reconocer simultáneamente la puesta en juego de valores (una comprensión del mundo y del ser humano como protagonista), de modos de conocimiento (categorías interpretativas), de métodos de intervención (capacidades y habilidades para la transformación de las prácticas) y de comunicación (la lucha simbólica acerca de los sentidos que atraviesan la vida social y que se construyen en la cultura)” (48).

Precisamente sobre la lucha simbólica, la convergencia de medios alternativos, comunitarios y ciudadanos presentes en el fenómeno #NoMásTeletón es observada apelando al sentido político que comparten los tres tipos de medios según Cicilia Peruzzo (2008): “como forma de expresión de segmentos empobrecidos de la población que se movilizan con el objetivo de satisfacer sus necesidades de supervivencia y de participación política con miras a alcanzar una justicia social” (citado por Meléndez-Labrador, 2016, 210).

Con todo esto, pasamos a analizar el fenómeno #NoMásTeletón en Colombia desde su poder de intervención a través de medios alternativos en las afectaciones que este evento televisivo tiene en las personas con discapacidad PDC. Primero, observemos el caso en Estados Unidos, donde el movimiento cohesivo de derechos civiles y la Ley de Rehabilitación, llevaron a entender que las imágenes de las personas con discapacidad (PCD) en los medios tenían un impacto poderoso en la aceptación por parte de la sociedad de los problemas de la discapacidad, así como en el autoconcepto de esta misma población (Haller, 2006).

Movilización, contenidos y nuevos medios

Así, durante los años 70, mientras se desarrollaba el teletón de Jerry Lewis y la Asociación de Distrofia Muscular (MDA)⁴ en pleno apogeo de la televisión y usando también niños con discapacidad en carteles publicitarios⁵, la Coalición Estadounidense de Ciudadanos con Discapacidades que representaba a 126 organizaciones de PCD los criticaba en columnas de medios impresos aduciendo que el evento acudía a la lástima a partir de un enfoque compasivo, dejando la impresión de que las PCD no eran capaces o no se podían emplear. Los activistas encontraron que sus ejecutivos eran demasiado bien pagos y acudieron a los patrocinadores para solicitarles que no aparecieran en el evento, sin respuesta alguna (Haller, 2006). Esta batalla mediática entre David y Goliat duró más de dos décadas en las que Lewis nunca paró de hacer comentarios controversiales que avivaban la crítica al modelo de caridad en la manera de representar a las PCD.

Como resultado de las críticas de los activistas por los derechos de las PCD, las estaciones de TV dejaron de emitir el teletón debido a pérdidas en ingresos publicitarios, aun cuando estas organizaciones caritativas pagaban por usar los estudios de grabación. Además, a finales de los 80 la televisión por cable había crecido en popularidad y con muchas más opciones de contenido, por lo que los telespectadores ya no tenían que mirar un teletón (Haller, 2006).

En 1990 nace la Ley de Estadounidenses con Discapacidades (ADA) y junto con el movimiento lograron que progresivamente muchos teletones nacionales fueran eliminados; los niños que usaban en los póster publicitarios de las teletones protagonizaron años más tarde campañas de toma de conciencia sobre el impacto negativo de este tipo de eventos; las organizaciones benéficas de discapacidad cambiaron completamente sus tácticas de recaudación de fondos centrándose en la conciencia pública y la defensa; y hasta el mismo público quería saber qué hacían realmente las organizaciones de discapacidad para mejorar la vida de las PCD, por ejemplo, si realmente los fondos recaudados se usaban para investigación médica y servicios de discapacidad.

Haller (2010) concluye que la educación inclusiva, el empoderamiento de los padres de niños con discapacidad para luchar por sus derechos y la cada vez más reducida brecha en la interacción entre personas con y sin discapacidad, derivada del incremento de accesibilidad a la sociedad, llevaron a una mayor “comprensión de las ramificaciones opresivas de la compasión” (152), haciendo que en 2009 la teletón fuera transmitida únicamente de manera virtual con la esperanza de que desapareciera, aunque no fue así.

En América Latina, Teletón aparece en Chile en 1978 y desde allí se extiende a Latinoamérica, pero sigue siendo en ese país donde este evento cuenta con más apoyo del gobierno, la empresa privada y la sociedad. A pesar de ello, pero en menor medida que en Estados Unidos, se dieron movimientos de lucha por los derechos de las PCD que también cuestionaban el impacto negativo de estas maratones televisivas en la imagen pública de esta población.

En Colombia, a partir de 2015 se empezó a evidenciar en las redes sociales virtuales, especialmente en Twitter, el rechazo contra Teletón, entre otras porque, en palabras de un dirigente de la propia organización, es “el Banco Interamericano de Desarrollo quien le sugiere al gobierno entrante periodo 2010- 2014, retomar la Teletón” (Buitrago, 2013, 117), ya que, en palabras de otra funcionaria de la ONG, “estas instituciones nacen porque se requiere suplir lo que el Estado no da” (157-158). De esta manera se evidencia un filantropocapitalismo en el que después de 15 años de ausencia regresa a Colombia en el 2010 con un “esquema de donaciones para atención a PCD y Teletón propone hacer varios centros de rehabilitación” (117).

En consecuencia, medios comunitarios y alternativos especializados en el tema de la discapacidad como Dissnet Prensa, Periódico Proclama, emisora Urdimbre, Dime Radio, Discomunica, entre otros, sirvieron de puente para que a través de sus formatos y sus redes sociales se dieran a conocer demandas y críticas de organizaciones, colectivos y personas en general con el hashtag #NoMásTeletón, pues consideran que, entre otras cosas, reducen a las personas en condición de discapacidad a un modelo caritativo y asistencialista, negando un enfoque más complejo y de reivindicación de derechos.

Esta consolidación de la participación virtual del movimiento se dio tras intentos en menor medida en años anteriores, pero sobretodo emergiendo de grandes avances en la esfera política. Tras la ratificación de Colombia en 2011 de la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad CDPCD emitida en 2006 por la ONU, en 2014 surge una “coalición conformada por organizaciones y personas que trabajan por los derechos de las personas con discapacidad en Colombia y por los derechos de las personas que son sujetas a violencia psiquiátrica aún si no se identifican como personas con discapacidad”⁶, cuyo objetivo es el de “redactar y presentar un ‘informe sombra’ desde

la sociedad civil sobre la manera en que el Estado colombiano ha implementado o no las obligaciones que adquirió al ratificar” dicha Convención.

El artículo 8 ‘Toma de conciencia’ de la Convención dicta:

Los Estados Partes se comprometen a adoptar medidas inmediatas, efectivas y pertinentes para: a) Sensibilizar a la sociedad, incluso a nivel familiar, para que tome mayor conciencia respecto de las personas con discapacidad y fomentar el respeto de los derechos y la dignidad de estas personas; b) Luchar contra los estereotipos, los prejuicios y las prácticas nocivas respecto de las personas con discapacidad, incluidos los que se basan en el género o la edad, en todos los ámbitos de la vida; c) Promover la toma de conciencia respecto de las capacidades y aportaciones de las personas con discapacidad.

Este artículo fue tenido en cuenta en el Informe Sombra presentado en marzo de 2016 así:

“5. Los estereotipos sobre las personas con discapacidad persisten y son generalizados en todos los niveles de y áreas de acción ciudadana (...).

6. El gobierno colombiano, tanto la Presidencia, como las Alcaldías municipales y el Ministerio Público han apoyado abiertamente a la entidad Teletón Colombia, que durante todos los años utiliza imágenes lastimeras de las personas con discapacidad que sólo ratifican estereotipos dañinos, con el fin de recaudar fondos privados. En los últimos años la sociedad civil se ha manifestado en contra de dicha utilización de la imagen de las personas con discapacidad.” (Coalición, 2016, 12)

Cinco meses después la ONU responde de manera similar que a México y Chile en 2014:

“20. El Comité observa con preocupación que las campañas de “sensibilización”, públicas y privadas, promovidas sobre las personas con discapacidad, tal como el Teletón (...). 21. El Comité insta al Estado parte a garantizar la promoción de imágenes respetuosas de los derechos de las personas con discapacidad en todas las campañas de educación pública y combatir estereotipos negativos, incluyendo mediante iniciativas privadas.” (ONU, 2016, 4).

Esta intervención política, inicialmente la estadounidense, no pudo hacerse sin el avance de la academia en términos de estudios respecto del tratamiento de información sobre las personas con discapacidad. En ese orden, estas teletones televisivas que “se desarrollan con regularidad en Colombia, a pesar de que diversas organizaciones sociales se han pronunciado en su contra por el carácter asistencialista y por acudir explícitamente a la lástima como estrategia para conseguir aportes” (Peñas, 2013, 207), difundiendo la tendencia a estereotipar y sobre-simplificar a las personas con discapacidad en contenidos noticiosos y de entretenimiento (Del Río, 1986; Igartua, 1987; Pantano, 1987; Barnes, 1992; Casado, 1999). A contrapelo, hay investigaciones que plantean enfoques para los cambios de percepciones que pueden generar los marcos de presentación de la discapacidad en los medios de comunicación como las de Clogston (1989), Haller (1995) y Brittain (2004).

Desde una perspectiva semiológica, Woodill (1994) ubica las teletones y campañas de caridad como una metáfora humanitaria sobre las personas con discapacidad difundidas en la cultura popular occidental; las demás son: la médica, lo extraño, la religiosa, la de castigo por pecado cometido, la de control social y la de zoológico, todas estas varían de acuerdo al contexto y al tipo de medio en el que son insertadas. La representación común en los teletones fue clasificada por Farnall (2000) como propaganda o publicidad de caridad que a través de spots televisivos retratan niños en sillas de ruedas, en muletas o con prótesis como condenados a una vida lamentable en caso de que los espectadores no contribuyan, la cual constituyó una de las primeras formas de presentar la discapacidad en los medios de comunicación y que continúa en nuestros días con este tipo de eventos.

Específicamente, el tratamiento de información sobre discapacidad en los teletones aduce a “recorrer al drama que fácilmente puede desembocar en el morbo (...) en vez de reflejar una realidad más objetiva en busca de soluciones reales” (Martín, 2007, 237). Como asegura Radtke (2005) “Raras veces se encontrará un teletón que recaude fondos para que una asociación de padres de hijos con discapacidad o una asociación de adultos con discapacidad pueda reivindicar sus derechos (94). Al contrario, este tipo de contenidos muestran a niños que superan sus discapacidades a partir de un enfoque triunfalista sobre la tragedia que excluye convenientemente el punto central de que la discapacidad es un problema social (Barnes, 1992), o como afirma Nelson (1994) como pobrecitos o super héroes que son capaces de hacer tareas diarias en los teletones que buscan recaudar fondos para la caridad. Es lo que García (2002) define como telesolidaridad y que protege “la dignidad de los ‘carenciados’ y el derecho de los consumidores a comprar sin culpa lo que producen quienes auspician los teletones (26).

En resumen, se muestra a la persona con discapacidad como víctima, como objeto de lástima y miseria (Radtke, 2005), pues como afirmó Baudrillard (2000) “son únicamente acontecimientos de ventas promocionales de la miseria de este fin de siglo” (33).

La campaña No Más Teletón

No se trata solamente de la interacción en redes sociales con el #NoMásTeletón lo que incide en la intervención política, pues la convergencia de medios comunitarios y alternativos digitales desde la reaparición del evento televisivo en 2010 sembraron los primeros indicios de una urgente necesidad de transformación de la manera que la sociedad colombiana aborda temas referentes a la discapacidad:

“Luego del lanzamiento hecho por el Presidente de Colombia Juan Manuel Santos de la Teletón 2010, Disnnet fue la primera voz pública en manifestar su desacuerdo con la convocatoria que habló de 500 pesos para el futuro de las personas con discapacidad. La incidencia generada determinó suprimir ese mensaje. Luego Disnnet promovió ideas inclusivas como propuesta para transformar este modelo de campaña en un proceso inclusivo con metas inclusivas, apegadas al marco de la Convención ONU de Derechos sobre las Personas con Discapacidad. Disnnet asistió a numerosas reuniones desde su perspectiva periodística e hizo un llamado editorial a la inteligencia colectiva, como también a la libre expresión ciudadana”. (Disnnet⁸, 2010)

Personas y organizaciones apoyados en videos, audios, imágenes y documentación digitalizada, aprovechan “las potencialidades que han ofrecido las plataformas digitales a las otras comunicaciones –además de la significativa reducción de costos de producción- como la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad, la memoria, la instantaneidad, la personalización y la ubicuidad” (Meléndez-Labrador, 2016, 214), haciendo contrapeso durante cuatro años al ejército de community managers voluntarios, youtubers, figuras del espectáculo, propaganda estatal, free press y publicidad en medios masivos de comunicación tradicionales.

Todo esto, basados en contenidos verificables, apoyados científicamente o que son producto de las necesidades, percepciones y exigencias de la misma población con discapacidad, entre las que figuran: la confirmación de argumentos a partir de testimonios de PCD afectadas o no beneficiadas, desde cualquier lugar del país; la visibilización de marchas y acciones de protesta presenciales que no son emitidos por los medios de comunicación tradicionales; la recolección de firmas en change.org⁹ para apoyar la petición del Movimiento Social de Discapacidad Colombia Mosodic; la exposición clara y detallada de la causa que se reclama en el blog Teletón No Más10; la manifestación y generación de diálogo directo con la contraparte a través de twitter o Facebook; o la búsqueda de consenso a través del foro ‘Dignidad e inclusión: No Más Teletón’¹¹ transmitido en vivo y directo por FacebookLive, organizado por la Facultad de Derecho de la Universidad de los Andes y en el que un delegado de Teletón participó con el fin de llegar a acuerdos con organizaciones y líderes del movimiento por los derechos de las PCD para que esta organización deje de afectar negativamente a la población a la que dice ayudar.

Conclusiones

La discapacidad se puede leer como construcción discursiva y, como tal, resultado de un régimen de poder-verdad que establece clasificaciones que organizan la subjetividad y las relaciones intersubjetivas. Los medios masivos, aunados con entidades caritativas, han logrado difundir un esquema social donde las personas en condición de discapacidad son reducidas a estereotipos que difuminan sus derechos y, consecuentemente, sus potencialidades se disgregan para perpetuar un modelo asistencialista que es conveniente únicamente para las entidades que recaudan fondos y para los gobiernos que buscan mermar su responsabilidad.

No obstante, las personas en condición de discapacidad y los colectivos que reivindican sus derechos han logrado emprender una lucha por la transformación de este modelo caritativo, pero de fondo, por diluir los estereotipos que sobre ellos se han instalado en el imaginario social, lo que implica una disputa en el plano discursivo. Precisamente, la campaña #NoMásTeletón muestra cómo la movilización ciudadana en medios alternativos logra romper significantes y significados sobre la discapacidad para incidir en el recaudo de donaciones y, más profundamente, en la transformación de representaciones sociales sobre las PCD.

Así, en la campaña #NoMásTeletón se reflejan las tres dimensiones inseparables de las que habla Uranga (2016) [la producción de conocimiento, la intervención o acción política y la comunicación], teniendo que la lucha simbólica por los derechos de las PCD está fundamentada en desaciertos en los sentidos que a través de los medios de

comunicación tradicionales se generan sobre esta población, lo que deriva en una nueva serie de contenidos basados en modos de conocimiento y juegos de valores que producen otras capacidades y habilidades para la transformación de las prácticas de intervención y de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

Barnes, C. (1992). An exploration of the principles for media representation of disabled people: The first in a series of reports. Halifax, England: Ryburn Publishing Services.

Baudrillard, J. (2000). La ilusión vital. Columbia University Press.

Brittain, Ian. (2004). Perceptions of disability and their impact upon involvement in sport for people with disabilities at all levels. *Journal of Sport & Social Issues* 28.4: 429-452.

Buitrago, M. (2013) Discapacidades peregrinas. Construcciones Sociales de la Discapacidad en Colombia: Aportes para Salud Pública la desde una Perspectiva Crítica. Tesis doctoral, Universidad Nacional de Colombia.

Casado, D. (1999). Pautas éticas y de estilo para la comunicación social relativa a la discapacidad. Real Patronato de Prevención y de atención a Personas con Minusvalía. Madrid.

Clogston, J. (1989). Disability Coverage in 16 Newspapers. Louisville, KY: Advocado Press.

Coalición Colombiana por la Implementación de la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2016). Informe sombra presentado ante el Comité de Naciones Unidas. Recuperado de <https://sites.google.com/site/coalicionconvencion/informesombrapresentado>

Del Río, P.(1986). La imagen de las personas con deficiencias y el papel de los medios de comunicación. Madrid: Real Patronato de Prevención y de atención a Personas con Minusvalía., Spring 1995.

Disnnet (2010). Editorial. Recuperado de <http://disnnetprensasocial.blogspot.com.co/2010/12/teleton-2010-editorial-disnnet-dps.html>

Farnall, O. (2000). Invisible no More: Advertising and People with Disabilities. In: Braithwaite, D., Thompson, T. (Eds.). *Handbook of Communication and People with Disabilities: Research and application*. Marwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Foucault, M. (1994) Estrategias de poder. Obras esenciales, Volumen II. Editorial Paidós Ibérica, Barcelona.

García, N. (2002). Diccionario para consumidores descontentos. Letras Libres.

Haller, B. (1995). Rethinking Models of Media Representation of Disability. *Disability Studie Quarterly*, 15:2.

Haller, B. (2006). Telethons. En Albrecht, G. (Ed.) *Encyclopedia of disability vol. IV*. Sage: USA.

Haller, B. (2010). *Representing disability in an ableist world: essays on mass media*. Advocado Press, USA.

Igartúa, J. (1987). El rol de los medios de comunicación en los procesos de integración de personas con discapacidad. En Casado, D. y Viso, M. (Comp.) (1987). *Discapacidad y comunicación social*. Real Patronato de Prevención y Atención a Personas con Minusvalía. 151-172.

Martín, I. (2007). El papel de los medios de comunicación en la imagen social de la discapacidad, *Comunicación e Ciudadanía*, n°1, pp. 231-238 Universidad de Santiago de Compostela.

Maika, M. & Danylchuk, K. (2016) Representing Paralympians: The 'Other' Athletes in Canadian Print Media Coverage of London 2012. *The International Journal of the History of Sport*, DOI: 10.1080/09523367.2016.1160061

Meléndez-Labrador, S. (2016). Periodismo alternativo y comunitario: una revisión conceptual. Memorias del XIII Congreso ALAIC realizado en México. Recuperado de: <http://alaic2016.cua.uam.mx/documentos/memorias/GT8.pdf>

Nelson, J. A. (1994). Broken Images: Portrayals of those with disabilities in American media. In: Nelson, J. A. (Ed.). *The Disabled, the media, and the information age*. Westport, CN: Greenwood Press.

ONU (2011). Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. Recuperado de <http://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>

ONU (2016). Observaciones finales sobre el informe inicial de Colombia. Recuperado de <https://sites.google.com/site/coalicionconvencion/recomendaciones-comite-onu-a-colombia>

Pantano, L. (1987). Investigaciones empíricas de la presencia y tratamiento de la discapacidad en los medios de comunicación de América Ibérica. *Prensa escrita: experiencia investigativa en tres países*. En Casado, D. y Viso, M. (Comp.) (1987). *Discapacidad y comunicación social*. Real Patronato de Prevención y Atención a Personas con Minusvalía. 189-197.

Peñas, O. (2013) Referentes conceptuales para la comprensión de la discapacidad. *Rev. Fac. Med.*, Volumen 61, Número 2, p. 205-212.

Radtke, B. (2005). Trato verbal en los medios de comunicación social. En *Agenda Defensorial* N° 5 1er. Seminario Taller Internacional sobre Discapacidad y Medios de Comunicación Social. Canasta de Fondos, Editora Presencia, Bolivia.

Uranga, W. (2016) Intervenir desde la comunicación en los procesos sociales. En Ranga W., Thompson, H. *La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía*. Editora Patria Grande, Buenos Aires.

Woodill, G. (1994). The social semiotics of disability. In: Rioux, M. H.; Bach, M. (Eds.). *Disability is not measles. New research paradigms in disability*. North York, ON: Roeher.

Organizaciones sociales y acción política: aportes para pensar las estrategias de comunicación¹²⁹

Social organizations and political action: Contributions to think about communication strategies

Washington Uranga

Univ. Nacional de La Plata, investigador, Argentina wuranga@wuranga.com.ar

Resumen: El trabajo de investigación junto a las organizaciones sociales que desarrollan acciones de comunicación popular permite desarrollar cuestiones teóricas como punto de partida y como resultado de la sistematización y del análisis. Al mismo tiempo impulsa a promover el empoderamiento de las organizaciones sociales y populares como actores en el espacio público, el crecimiento de sus posibilidades de incidir políticamente, producir nuevos conocimientos, visibilizar y sistematizar la utilización de las estrategias y recursos de comunicación con el mismo fin para generar nuevos saberes acerca de los modos de hacer política en el espacio público. Se presentan conclusiones preliminares de una investigación en curso.

Palabras Clave: Comunicación popular, organizaciones, política

Abstract: Research work together with social organizations that develop popular communication actions allows the development of theoretical issues as a starting point and as a result of systematization and analysis. At the same time it allows to promote the empowerment of social and popular organizations as actors in the public space, the growth of their possibilities to influence politically, produce new knowledge, visualize and systematize the use of communication strategies and resources with the same purpose to generate new knowledge about the ways of doing politics in the public space. Preliminary conclusions of an ongoing investigation are presented.

Key words: Popular communication, organizations, politics

Tema central: estrategias de comunicación para la incidencia política.

El trabajo forma parte integral del proyecto de investigación denominado "Estrategias de comunicación de las organizaciones sociales para la incidencia y la participación en las políticas públicas. Lo público, redes sociales, Estado y ciudadanía"¹ (2016-2019) desarrollado por un grupo de docentes e investigadores de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (Argentina), acompañando en el territorio y en su labor comunicacional a un conjunto de organizaciones sociales.

El proyecto pretende reconocer y analizar las estrategias de comunicación de organizaciones sociales con vocación de incidencia en la gestión de políticas públicas orientadas a la ampliación de derechos ciudadanos, a fin de identificar aspectos clave plausibles de profundizar y de ser potenciados con herramientas de comunicación-educación.

En la actualidad se está trabajando con tres organizaciones con diferentes características. A saber:

InterRedes: una red que nuclea a más de 200 organizaciones (aproximadamente 2600 animadores) dedicadas a la protección de los derechos de la niñez y la adolescencia, extendida a través de 12 municipios en la zona del denominado Gran Buenos Aires.

¹²⁹ Proyecto de investigación "Estrategias de comunicación de las organizaciones sociales para la incidencia y la participación en las políticas públicas. Lo público, redes sociales, Estado y ciudadanía", Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Univ. Nacional de La Plata (Argentina), 2016-2019, coordinado por Washington Uranga.

Red vecinal de Villa Jardín: una red que agrupa organizaciones de vecinos de una zona marginal del municipio de Lanús (provincia de Buenos Aires), ocupados por la defensa de los derechos de los vecinos, particularmente por el acceso a la vivienda y mejora del hábitat.

Madre Tierra: una organización asentada en 11 municipios de la provincia de Buenos Aires, que trabaja en defensa del derecho a la vivienda y promoviendo cooperativas de autoconstrucción de vivienda entre los vecinos.

Se trata de una investigación en curso, pero la que pueden desprenderse ya conclusiones parciales.

Objetivos de la investigación.

- Reconocer y analizar las estrategias de comunicación de organizaciones sociales que participan en el proceso de gestión de políticas públicas de ampliación de derechos ciudadanos, para sistematizar sus prácticas y extraer conclusiones con la finalidad de generar nuevas propuestas de incidencia traducidas en materiales de comunicación-educación.
- Desarrollar y aplicar metodologías de capacitación en comunicación para las organizaciones sociales y producir materiales en consecuencia, con la finalidad de aportar al empoderamiento de esos actores en el espacio público y en las políticas públicas, y al crecimiento de su posibilidades de incidencia política.
- La comunicación y la política: desafío para las organizaciones sociales. Aportes teóricos y debates.
- La pregunta sobre la comunicación no puede ser nunca un interrogante al margen de los contextos, los escenarios y los actores que la protagonizan. La comunicación es, ante todo y fundamentalmente, una práctica social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas. Como actividad humana es indisoluble de los actores que la protagonizan y de los escenarios en los que se concreta y no puede ser reducida apenas a los medios y los dispositivos, a sus estrategias y a los impactos en las audiencias.

La comunicación puede ser leída también como un proceso de producción de conocimientos que se genera en el intercambio entre actores, pero además como la manifestación de la actividad política – entendida como acción de transformación- de los sujetos en la sociedad.

Todas estas son perspectivas complementarias que refieren a la manera cómo, a través del intercambio comunicativo, los actores sociales generan conocimiento, cómo desarrollan su acción política en la sociedad y de qué manera todo ello se transforma en significaciones que, en medio de la lucha simbólica, buscan constituirse en sentidos socialmente predominantes (Uranga: 2016, p. 15-26).

Cualquiera sea el abordaje o el recorte conceptual los actores están siempre en el centro, porque son ellos los que configuran los procesos comunicacionales, los que cargan de sentido las prácticas sociales que son experiencias de comunicación. En esta mirada se apoya también la perspectiva de derechos. Entender la comunicación como derecho humano fundamental, y derecho habilitante de otros derechos, implica reconocer a las personas como protagonistas excluyentes de los procesos comunicacionales.

Desde los actores

De muchas maneras se adjetivó a la comunicación buscando reconocer aquellas prácticas de los comunicadores vinculadas a los sectores populares, a la resistencia, a la acción política, a lo social. Hemos transitado por adjetivos tales como popular, alternativa, comunitaria, grupal, ciudadana ... y tantos otros. En realidad, cada una de las caracterizaciones responde a los actores que protagonizaron esos procesos de comunicación y a los escenarios en los cuales la experiencia plasmó.

Lo popular, lo comunitario, se define por los actores que protagonizan la comunicación. Hablar de comunicación popular y comunitaria es referirnos a los actores populares. Por esta misma razón las experiencias de comunicación vinculadas a los actores populares en América Latina fueron adquiriendo las características y el nombre de sus protagonistas, pero también asumiendo la mirada política, el modo de producir conocimiento y, en relación a ello, generando una manera de entender la propia comunicación.

Se puede sostener, como lo asegura María Cristina Mata (2011) que las prácticas de comunicación popular fueron siempre manifestación de un proyecto emancipatorio, de búsqueda de cambio, de liberación, de los sectores que sufren cualquier tipo de dominación. En algunos casos estas prácticas cobraron la forma de comunicación sindical, en otras de comunicación indígena, en otras de voces surgidas desde la resistencia, otras como gritos revolucionarios y en otros como una manera de “dar voz a los que no tienen voz”.

Una rápida mirada a los escenarios de la comunicación popular.

Sin la pretensión de agotar aquí todos los escenarios de la comunicación popular, se pueden señalar algunos y caracterizar los momentos en función del objetivo de la investigación en desarrollo.

En nuestra región hicieron comunicación popular las radios campesinas, las radios mineras en Bolivia, pero también las radios vinculadas a la Iglesia Católica en toda América Latina en los años sesenta y setenta. Hubo prensa obrera, comunicación en los barrios, comunicación grupal, comunicación indígena, comunicación alternativa. Hicieron comunicación popular los movimientos revolucionarios en América Central y en varios países de América del Sur. En todos los casos las características de esa comunicación estuvieron atravesada por los objetivos y la perspectiva de los protagonistas.

También militantes políticos y sociales con trayectoria académica y/o profesional ocuparon -de manera equivocada, pero actuando con honestidad- el lugar de intérpretes de los actores populares desplazando a los verdaderos protagonistas. Fue una etapa donde arreciaba el vanguardismo político que también se sentía intérprete de la voluntad popular. Lo hizo parte de la izquierda revolucionaria, lo hizo el sindicalismo, lo hicieron grupos católicos vinculados con la “teología de la liberación”.

Cambiaron los contenidos, pero no la manera vertical y escasamente participativa de comprender la comunicación.

La revisión de aquellas prácticas aportó una mirada política y social más cercana a la perspectiva del ejercicio del derecho a comunicar por parte de los propios actores populares. Y con ello se modificaron nuevamente los contenidos, pero también las estéticas y el lugar que ocuparon los comunicadores profesionales, desplazados del centro para transformarse en técnico-políticos al servicio de las luchas populares, de la revolución, del cambio social o de la resistencia según el caso. Los escenarios, una vez más, configuraron ese modo de hacer comunicación.

Se modificaron las prácticas comunicacionales porque los actores populares ganaron protagonismo.

Pero al mismo tiempo con la resistencia (y luego durante la transición democrática) en nuestros países la comunicación popular fue también un estilo, una manera de hacer. Hacer comunicación popular se convirtió para muchos en una forma de protesta, en una manifestación contracultural o anti sistema. Es verdad que se expandieron las prácticas, pero también se disolvió el protagonismo de los sujetos populares en el escenario confuso de una posmodernidad sin modernidad.

Mientras tanto, otras experiencias de larga data (radios, centros culturales, colectivos creativos y de producción, entre otros) comenzaron a plantearse la necesidad de armar proyectos político-económico- culturales que fuesen sustentables. La comunicación popular se desafió a sí misma a encontrar una forma de gestión que permitiese la continuidad de los proyectos nacidos en una sociedad capitalista y de mercado. En esa búsqueda estamos todavía. Fue necesario repensar la comunicación y retomar también las exigencias respecto de la calidad de lo que se produce y estudiar las audiencias para saber cómo se percibían los mensajes producidos desde el campo popular.

El escenario se modificó nuevamente con el crecimiento de la capacidad de movilización y de incidencia de los movimientos y organizaciones sociales y populares en la mayoría de nuestros países latinoamericanos y caribeños. Era necesario continuar con el reclamo, pero al mismo tiempo pasar a una etapa propositiva, generar normativas para garantizar el derecho a la comunicación. Los comunicadores populares fueron parte esencial de estas iniciativas en gran parte de los países de nuestra región.

Comunicación popular ya no era solamente el discurso alternativo o la denuncia, precisamente porque los actores populares discutían espacios de poder en el Estado, en las políticas públicas, en el espacio público. Se incluyeron nuevos actores y con ello también se perdió “radicalidad” política. Y simultáneamente el espacio público se abrió poco a poco como un ámbito viejo y a la vez renovado para dar batallas, para visibilizar a los actores, para la construcción de sentidos.

Apoyada en la idea del derecho a la comunicación como derecho habilitante de otros derechos, la comunicación popular y comunitaria ingresó en el espacio de todas las políticas públicas, como un componente necesario de las mismas. Y hubo que descubrir otros modos, desarrollar otras miradas, pensar también en las estrategias de comunicación, repensar los productos, generar nuevos

Este es un proceso aún en desarrollo y que, por ese mismo motivo, nos invita a la investigación y a la reflexión. Para generar junto a los actores populares acciones, propuestas y metodologías de comunicación que reflejen sus derechos, sus aspiraciones y, al mismo tiempo, sus estéticas y para desarrollar estrategias comunicacionales para incidir y protagonizar las políticas públicas.

Organizaciones sociales y nuevas prácticas de comunicación.

Las organizaciones y los movimientos sociales y populares paulatinamente se han ido haciendo cargo de la agenda política antes reservada exclusivamente a los partidos políticos. Son estos actores los que participan activamente en la construcción de la agenda pública, disputan espacios y buscan incidir en las decisiones, particularmente aquellas referidas a políticas públicas. Por esta vía también se incorporan nuevos temas a la agenda pública y al debate.

Para alcanzar este propósito las organizaciones y movimientos sociales y populares, desarrollaron estrategias de comunicación para la incidencia, entendida ésta en diferentes grados que van desde el reconocimiento de un tema y su instalación en el escenario público para promover el debate, hasta su máxima expresión que es la participación efectiva en el diseño y ejecución de la política pública (Uranga W. y Thompson H. (coord.): 2016).

La comunicación es reconocida hoy como un componente esencial de la gestión de las organizaciones, tanto para construir su desarrollo interno, como para su vinculación con los diferentes espacios como para su relacionamiento con el Estado.

La red de computadoras crece en valor con cada nuevo equipo que se conecta, la red de personas aumenta en relaciones con cada individuo que se suma y la mayor democratización comunicacional se ha dado a través de los teléfonos celulares, que, a diferencia de Internet, son accesibles a la mayoría de la población mundial.

Esto nos conduce a la última delimitación conceptual básica de nuestro trabajo: la de la emergencia de nuevas prácticas comunicacionales que constituyen alternativas de incidencia en lo público, pero cuya realidad y funcionamiento no están aún estudiados de manera suficiente. Son formas de comunicación y de vincularidades que se recrean de manera permanente a través de la organización de redes e intercambios para crear información y distribuirla entre ellos y a terceros, a través de la red. Se logra de esta manera construir medios alternativos de producción y distribución información, por una parte, pero también la constitución de nuevos modos organizativos.

Las organizaciones sociales le pueden dar a las redes un uso tradicional (intercomunicación y difusión) o avanzar y usarlas como fuente de información ya que las redes sociales son un ámbito de información cualitativa y cuantitativa con nodos centrales. Un desafío es poder acceder a la información de las redes sociales en forma sistemática, acotando el universo accesible y procesando esa información aportando a los propósitos de la organización social (Tironi: 2012).

A fines del siglo pasado para mantener conectadas a las organizaciones y generar luego procesos de movilización, era necesario recorrer el territorio. Hoy el problema de la conexión parece estar resuelto. Pero es necesario consolidar una red de organizaciones que, en torno a temáticas, intereses o necesidades comunes, pongan de manifiesto su voluntad de defender un derecho, usen la virtualidad para consolidar y construir alianzas en torno a la común para luego instalarse en el espacio público físico.

Enfoque metodológico.

La propuesta metodológica se encuadra dentro de los presupuestos generales de la denominada investigación cualitativa. Atendiendo a lo anterior el diseño metodológico se apoya en los siguientes postulados: Toda investigación, entendida como forma de producir conocimiento científico, es acumulativa y se apoya en conocimientos previos.

El equipo investigador se considera inmerso en el mismo escenario que el objeto de estudio. Se trata de un proceso colectivo que apunta a la producción de saberes válidos para todos los participantes del mismo. Así comprendida, la investigación es un proceso de inter aprendizaje.

El objetivo de la investigación es obtener significaciones y representaciones que expresen el fenómeno estudiado en toda su complejidad, descartando causalidades lineales y analizando las mutuas influencias con el entorno, desde una mirada compleja. Los instrumentos y las herramientas utilizados en el trabajo de campo se encuadran en un diseño que tiene en cuenta la complementariedad.

Las conclusiones se adoptan a partir del análisis de datos, teniendo un enfoque global y a través de un método inductivo, siendo al mismo tiempo conscientes de nuestros presupuestos epistemológicos, valores e intereses, así como de las limitaciones de nuestras interpretaciones.

Principales resultados, reflexiones y conclusiones.

Si bien como señalamos antes la investigación de encuentra en proceso, se pueden establecer algunas conclusiones preliminares que surgen del trabajo de campo. Más adelante se podrán agregar las estrategias y los productos.

La agenda y los procesos.

La centralidad que adquieren los actores en los procesos de comunicación popular acompañados, incide directamente en la agenda temática y en los contenidos de la comunicación. Dicha agenda está directamente vinculada a las demandas, a las necesidades y a una perspectiva emancipatoria, de cambio social y, eventualmente, de resistencia que expresan los actores populares en sus prácticas.

A lo anterior es preciso agregar que los procesos -políticos, sociales, culturales y comunicacionales- adquieren valor en sí mismos. Porque implican atender a las personas en sus individualidades y también en sus subjetividades. Este proceso de los actores de la comunicación popular y ciudadana puede ser leído como una práctica de comunicacional, que produce significados y genera sentidos más allá incluso de los productos comunicacionales específicos y que trasciende el ámbito propio para alcanzar a la sociedad.

Lo colectivo como espacio de comunicación.

Las experiencias analizadas permiten concluir que -si bien siempre en medio de tensiones- la construcción de lo colectivo, mediante la búsqueda de consensos y perspectivas incluyentes se impone por encima de lo individual. La construcción colectiva se instala en estos espacios como metodología política y como estrategia comunicacional.

Esta mirada desde lo colectivo habilita la producción de sentidos comunes y la construcción de categorías interpretativas que ayudaron a ver y a comprender los escenarios sociales.

También es importante señalar que esta búsqueda atravesó momentos de dificultad como resultado de las diferencias políticas y culturales. Además el esfuerzo por lo colectivo diluyó los aportes individuales y, como consecuencia, no se capitalizaron adecuadamente aportes que desde lo particular algunas personas podrían haber hecho en términos políticos pero sobre todo creativos.

Lucha simbólica por el poder.

El carácter contracultural y contra hegemónico de las experiencias trabajadas instala una perspectiva sumamente crítica a los modelos dominantes, tanto en la sociedad como en las políticas públicas. Por este mismo motivo, los procesos de comunicación popular se constituyen como espacio y escuela de pensamiento crítico.

El discurso alternativo que emerge de estas prácticas es una herramienta de disputa de poder en la sociedad y, en particular, en el ámbito de las políticas públicas endemocracia. Es una manera de instalar una mirada diferente y alternativa a la dominante y hegemónica. Para este fin es esencial lo antes señalado respecto de la centralidad del sujeto popular y la importancia de la construcción colectiva y procesual. No hay comunicación popular y comunitaria sin sujeto popular. No existe una agenda de la comunicación popular disociada de la agenda de los actores populares. No existe otra estética de la comunicación popular y comunitaria que no sea la estética de los sujetos populares en diálogo cultural y político con el conjunto de la sociedad. Estas prácticas de comunicación popular se encuadran en una lucha permanente de sentidos, que es lucha simbólica por el poder.

Academia y comunicación popular: la integralidad de la intervención.

Pensando en los procesos de intervención desde la comunicación promovidos desde la academia y desde el campo de la investigación, es preciso rescatar la integralidad de tales iniciativas. No se trata solamente de "hacer comunicación" sino de pensar la comunicación como un proceso integral en el marco de prácticas sociales complejas que son políticas, culturales y económicas. El escenario de actuación de los comunicadores con vocación de incidencia desde la perspectiva de los actores populares es el espacio público en toda su extensión y dimensión. El espacio público entendido como ámbito de lucha simbólica por el poder. Por ese motivo las prácticas de intervención desde la comunicación no pueden quedar restringidas a aquellos ámbitos que llevan de por sí el adjetivo de "populares" o "comunitarios". Para trabajar con y desde la perspectiva de los actores populares es preciso indagar en el surgimiento de nuevos escenarios de disputa que también dan lugar a la constitución de nuevos actores en el Estado, en la cultura y en la propia comunicación y demandará nuevas reflexiones, sistematizaciones, debates y búsquedas teóricas.

Bibliografía

BOSCH, M. (2008) La construcción colaborativa de conocimiento: expresiones organizativas. En: Mediaciones Sociales, Universidad Complutense, Madrid, 3, II semestre de 2008, pp. 413-428.

EQUIPO DEL CENTRO DE COMUNICACIÓN LA CRUJIA (2010), Comunicación comunitaria. La Crujía, Buenos Aires

KAPLÚN, G. (2010), La participación ya no es lo que será. En línea: http://www.wuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=101:la-participacion-ya-no-es-lo-que-sera&catid=43:textos-recomendados&Itemid=2. Consulta 09.02.18

MASSON, L. (2002), La villa como aldea. En rev. Relaciones. Soc. Argentina de Antropología. Vol. XXVII, Buenos Aires

MASSONI, S. (2009), Comunicación Estratégica: somos seres enred- ándonos. FISEC-Estrategias - Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Número 12, V1, 2009, pp.3-24. En línea: <http://www.cienciaried.com.ar/ra/doc.php?n=1119>. Consulta 09.02.18

MUTIRÃO DE COMUNICAÇÃO, Carta de Porto Alegre (2010). En línea: https://movimientos.org/es/foro_comunicacion/show_text.php3%3Fkey%3D16680. Consulta 09.02.18

MATA, M.C. (2011), Comunicación popular. Continuidades, transformaciones, desafíos. Revista Fronteiras. VIII (1). UNISINOS, Sao Leopoldo (Brasil). En línea: http://www.unisinios.br/publicacoes_cientificas/images/stories/pdfs_fronteras/vol8n1/art01_mata.pdf. Consulta 09.02.18

RODRIGUEZ, E., RELI, M. y APPELLA, G. (2008); El derecho a tener derechos. Manual de derechos humanos para organizaciones sociales. FPYCS UNLP-CIAJ-Galpón Sur, La Plata.

SAGASTIZABAL, M. y PERLO, C. (2002); La investigación – acción como estrategia de cambio en las organizaciones. Ediciones La Crujía, Buenos Aires

SAUTU, R. (comp.) (2004), El método biográfico. La reconstrucción de la sociedad a partir del testimonio de los actores. Segunda edición. Ediciones Lumiere, Buenos Aires.

TIRONI, M. (2012), ¿Nuevas formas de hacer política? Redes sociales y experticia ciudadana. En línea: <http://www.revistacontenido.com/wp-content/uploads/2014/06/04004-Tironi.pdf>. Consulta 09.02.18

URANGA, W. (2016), Conocer, transformar, comunicar. Editora Patria Grande, Buenos Aires.

URANGA, W. y THOMPSON, H. (coord) (2016), La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía, Editora Patria Grande, Buenos Aires.

VARGAS, T. y ZAPATA. N. (2010), Enredando prácticas. Comunicación desde las organizaciones sociales. San Pablo, Buenos Aires.

VINELLI, N. y ESPERÓN C. (comps.) (2012). Contrainformación. Medios alternativos para la acción política. Ediciones Continente. Buenos Aires.



Las prácticas del Buen Vivir en Colombia

The practices of good living in Colombia

As practices de boa vida na Colombia

Luisa Fernanda Vallejo Cruz¹³⁰

Resumen: Análisis de la concepción del Buen Vivir en Colombia desde organizaciones étnicas y campesinas que convergen en el movimiento social popular colombiano.

Palabras clave: Movimiento social popular, Buen Vivir, Desarrollo

Palabras Clave: Movimiento social popular, Buen Vivir, Justicia Social.

El análisis explora cómo el movimiento social popular colombiano (MSPC) construye el Buen Vivir desde la diversidad cultural de los pueblos indígenas y comunidades afrocolombianas y campesinas. Su análisis comprende dos objetivos específicos: 1) contextualizar el movimiento social popular desde la acción política de la Cumbre Agraria Étnica y popular; 2) contrastar la apropiación del Buen Vivir desde la composición culturalmente diversa de indígenas, afrocolombianas y campesinos.

Presenta algunos de los resultados de la investigación: Escenario político de auto gobierno, el caso de La Cumbre Agraria (2016-2017), pesquisa cualitativa que permitió la construcción de un estudio de caso que da cuenta de los sentidos y los modos de la acción política que moviliza el MSPC. El análisis de sus resistencias y la comprensión de sus propuestas de desarrollo rural con enfoque territorial, constituyen los ejes del análisis.

Movimientos poli clasistas en América Latina

Esta síntesis del estado del arte sobre movimientos poli clasistas desde Almeyra (2012) y García Linera (2010) los identifica como de carácter local en resistencia a: proyectos mineros de petróleo y oro, contaminación del agua, privatización de fuentes de trabajo. Sus reivindicaciones territoriales son incompatibles con la dominación capitalista y la centralización política estatal.

Tabla No.1. Movimientos Poli clasistas.

Movimiento social	Acción política
Movimientos comunitarios	Las pobladas, México; Luchas en Cutral Có, Argentina; Campesinos Sin tierra, Brasil; comunidades campesinas e indígenas en Guatemala, Argentina y Perú.

¹³⁰ Docente investigador Universidad Central de Bogotá Colombia. Dra. Antropología de las Organizaciones. lvallejoc@ucentrnarla.edu.co

Lucha por el territorio y la autonomía de gobierno	Movilizaciones indígenas que integran las bases de apoyo al Ejército Zapatista de Liberación Nacional, Chiapas, y las de Xochistlahuaca, en México.
Lucha por el territorio con incidencia política en el país y en el continente	Federación Nacional Campesina, Paraguay, con 240 mil familias. Movimiento de Campesino Sin Tierra, ambos con incidenciapolítica en el país y en el continente.
Combate contra: el latifundio, el agribusiness, la reivindicación de tierras	Vía Campesina, incluye: Sin tierras de Brasil, Paraguay y el Oriente boliviano; Org. de campesinos pequeños propietarios del Nordeste y el Noroeste, Argentina; comunidades indígenas brasileñas y colombianas.
Procesos de ocupación de tierras	Confederación gobierno de Lázaro Cárdenas, México 1930. Bolivia, La Revolución, 1952. Guatemala, 1950. El Salvador, concernidos con el levantamiento de Farabundo Martí. Nicaragua, los gestados por la revolución y el gobierno Sandinista.
Construcciones de gran infraestructura	Movimientos campesinos y rurales, México- Centroamérica, luchan por tierras comunitarias afectadas por la construcción de represas.
Explotación de hidrocarburos	Org. Indígena Ecuatoriana, CONAIE contra: la legislación ambiental productivista; la limitación del derecho de consulta previa de comunidades indígenas en la selva.
Contra el capitalismo de Estado	Movimiento cocalero y campesino de Bolivia.
Plan Puebla Panamá - Plan Colombia	Oposición campesina local y continental, con incidencia en el proceso de radicalización y politización de las luchas rurales, establecen alianzas con sectores urbanos.
Almeyra (2010); Linera (2010). Procesado y elaborados por Vallejo 2018.	

Movimiento Social Popular colombiano

El MSPC consolidado en el 2014, reúne 60% de la población agraria del país y, se concibe como sujeto social y político que plantea la transformación del Estado mediante su acceso al poder. Su fuerza reside en el trabajo de cohesión política realizado por la Cumbre Agraria Étnica y Popular (CA) que articula procesos étnicos, campesinos y urbanos como principio de su propio reconocimiento y, de recuperación de la historia de las luchas. Estos dispositivos de resistencia relacionados con conflictos de larga duración, como: Agrario (1920), armado interno (1960), profundado por el narcotráfico (1980); ambiental, ahondado con por el modelo neoliberal (1990).

Durante 1920-1999 se consolidaron 31 Org. agrarias: 5 nacionales y 21 locales; valoradas como la manifestación de múltiples relaciones de poder en formas específicas de dominación y resistencia, desafían el poder dominante del Estado y actores que controlan los territorios. Se compendian en la siguiente tabla los hechos victimizantes.

Tabla No. 1. Hechos Victimizantes.

Periodo	Hecho Victimizante	Víctimas
1970-2012	Secuestros	27,023
1985-2012	Violencia sexual	1,754
1985-2012	Atentados terroristas	1,566
1988-2012	Minas	10,189
1988- 2012	Acciones bélicas	1,344
1988- 2012	Reclutamiento Ilícito	5,156
1988- 2012	Ataque a bienes civiles	715
1995-2012	Desplazamiento forzado	5´712,506

Fuente: Centro de Memoria Histórica, elaborado y procesado por Vallejo 2016.

La justicia social

Esta reclamada por el MSPC relaciona problemas estructurales como: distribución inequitativa de la tierra, afectación al bien común y violencias que desvertebran el tejido social generando iniquidad, pobreza y despojo. La justicia social, señala Fraser (2008), plantea la dinamización de procesos que intervienen en una sociedad que se transforma y necesita otras maneras de instaurar prácticas de redistribución y reconocimiento, necesarias para integrar en un mismo marco global aspectos emancipadores. “La tarea consiste en idear una concepción bidimensional de la justicia que pueda integrar tanto las reivindicaciones defendibles de igualdad social como las del reconocimiento de la diferencia” (p. 84), a partir de “un enfoque integrado que englobe y armonice ambas dimensiones de la justicia social” (p. 96), dado que esta necesita tanto la redistribución como el reconocimiento para combatir la injusticia y satisfacer los requisitos de la justicia para todos (pp. 98-99).

El MSPC asume la interculturalidad como eje de la acción política orientada a la transformación del Estado; esta como posibilidad de relacionamiento fortalece los intercambios culturales y la generación de condiciones igualitarias a partir de la relación comunicación y aprendizaje permanentes sobre sus conocimientos, valores, tradiciones, lógicas y racionalidades distintas, ganando para sí el respeto mutuo y el desarrollo colectivo por encima de sus diferencias culturales y sociales (Walsh, 2012, p.41).

La matriz pos desarrollista del Buen Vivir colombiano

Esta concepción del BV correspondida con la matriz pos desarrollista, se precisa desde los planteamientos de Gudyñas y Escobar sobre el desarrollo. Gudyñas (2011), crítica los conocimientos de la matriz colonial y eurocéntrica que naturaliza patrón civilizatorio; advierte la ruptura radical frente a la identificación del bienestar y la riqueza como acumulación de bienes materiales ilimitados. Desestima los estilos de vida antropocéntricos: divorcio entre la economía y la naturaleza. Subordina los objetivos económicos a las leyes de funcionamiento de los sistemas naturales y asume la sustentabilidad como práctica inherente al desarrollo cuestionando la acumulación del capital.

Escobar (2010), plantea la creación de un espacio/tiempo colectivo que desplace el “desarrollo” como principio que organiza la vida económica y social. Ideas centrales: Cuestionamiento del concepto de crecimiento económico; deconstrucción de la matriz cultural de la modernidad de donde proviene el desarrollo y su historicidad; desarticulación de la práctica del modelo de desarrollo basado en: modernización, mercados, exportación, acción individual, explotación de la naturaleza como ser no vivo. Reconocimiento de diversas definiciones sobre las formas de sustento de las relaciones sociales y de las prácticas económicas, para diseñar políticas desde la racionalidad entre grupos humanos y, entre estos y la naturaleza. Políticas que propenden formas de integración regional autónoma basadas en criterios ecológicos de desarrollo auto centrado.

El Mandato para el Buen Vivir

Este concibe lo cultural como eje de su acción política orientada a las transformaciones concebidas en el Mandato para el BV: Reforma agraria estructural, soberanía, democracia y paz con justicia social. Son principios de autodeterminación: Tierras, territorios colectivos y ordenamiento territorial, Económica Propias, Cultivos de Cocas; derechos políticos y sociales. La autonomía concreta un modelo de alternativas al desarrollo mediante una política agraria de paz con justicia social desde los territorios, siendo prioritario: desarrollo agrario integral, reforma agraria integral, ordenamiento territorial, y respeto por las figuras de gobierno propio.

El MSPC traza una política de desarrollo con enfoque territorial que garantice la redistribución de los bienes comunes entre lo rural y lo urbano popular, y los derechos a la soberanía, la autonomía alimentaria y a la consulta previa. La redistribución de los bienes comunes frente la dependencia económica de la explotación de los recursos naturales y del poder externo que lo agencia, explica por qué el MSPC ahonda la democracia intercultural desde los cabildos abiertos, consejos comunitarios, guardia indígena, campesina y cimarrona.

Buen Vivir en Colombia

Prácticas del Buen Vivir indígena

Particularizada desde: Organización Nacional Indígena de Colombia (ONIC) 1980, instancia mayor de gobierno propio de todos los Pueblos Indígenas de Colombia; Asociación de Cabildos Juan Tama, ubicadas en el departamento del Cauca. Sus resistencias han generado cambios en la política de homogenización del país, logrando con la Constitución de 1991 una política pública con normas de reconocimiento a derechos indígenas.

El Plan de Vida (PdV), espacio/tiempo colectivo interpretado como una práctica de BV, posibilita procesos de bienestar fundados en la vivencia y comprensión de la propia historia; las luchas y maneras de organizarse para responder a las condiciones actuales de vida. Este teje el sentido de pervivencia de los resguardos y/o cabildos y la construcción del pensamiento ancestral colectivo que ordena la comunidad; la familia, asumida como el corazón de la cultura y de la

organización promueve la unidad. El PdV recoge los pensamientos diversos que configuran la visión de las comunidades y, fortalece el empoderamiento comunitario que orienta procesos de planeación y construcción de políticas integrales. El DANE identifica 87 pueblos integrados por un 1.378.884 de personas, 933.800 asientas en 710 resguardos existentes (DANE, Censo General 2005).

Tabla No 2. Principios de acción política, Indígena.

Principios	Procesos/prácticas
Unidad, Tierra, Cultura y Autonomía	Fortalecen la autonomía y el control territorial para el ejercicio de su gobierno, Ley 89 de 1890.
Colectividad comunitariedad convivencia armónica	Mediados por la solidaridad determinan su condición política y el desarrollo socioeconómico desde su cultura.

Autoridad	Gobierno propio, fortalece la unidad a partir de leyes propias y ordena la justicia comunitaria, permitiendo: valoración viva de la historia, mantener el orden y la armonía, generar consenso.
Soberanía	Afianza la visión común, fortalece la autonomía territorial para el desarrollo político-organizativo.
Resistencia	Ampara: Etno-educación, salud, ecosistemas, constitución de resguardos, derecho minero, Universidad Autónoma Indígena Intercultural.
Guardia indígena	Propuesta de organización social no militar que articula: resistencia civil al conflicto armado, control territorial, procesos políticos de comunidades y cabildos.

Fuentes: ONIC (2010); Paeces por Paeces (1994). Procesado y elaborado por Vallejo 2017

Prácticas del Buen Vivir Afrocolombiano.

Particularizada desde: Proceso de Comunidades Negras (PCN) - 1990- conformado por 120 organizaciones, se divide en palenques regionales, su máxima autoridad es la Asamblea y el Consejo Nacional de Palenques, integrados por sabedores del ejercicio de formación territorial. La Coalición de Organizaciones y MS (COMOSOC)- 2005, escenario de articulación de procesos comunitarios concebidos, actores políticos que vindican la paz con justicia social en los territorios colectivos titulados y no titulados, vulnerados por: desplazamiento forzado, distintos actores armados, monocultivo de la coca, explotación ilegal de la minera, plantación agroindustrial de palma africana. Afectaciones que han generado pérdida de los cultivos tradicionales y a la autonomía alimentaria. COMOSOC denuncia la pobreza, la exclusión social y la discriminación racial.

La Paz con justicia social concebida como posibilidad de construir y hacer parte del poder para fortalecer la comunidad, la solidaridad y la unidad, se afianza desde la memoria viva sobre las reivindicaciones históricas de las comunidades negras referidas a la participación socioeconómica y política, acogidas en la Constitución Política de 1991. Demandan: Consulta previa, libre e informada; empoderamiento territorial aplicando la Ley 70 de 1993, que reconoce los derechos colectivos sobre tierras y conocimientos ancestrales. Se resisten al modelo de sociedad que naturaliza la inferioridad del negro; su acción política reafirma su diferencia como principio de reconocimiento y de participación activa en la definición de sus destinos colectivos. La Población Afrocolombiana del país es de 10.5 millones. (DNP 1998-2002).

Tabla No 3. Principios de acción política comunidades negras-afrodescendientes.

Principios	Procesos/prácticas
Unidad, Tierra, Cultura y Autonomía	PCN Derecho a: identidad, territorio, organización, participación y autonomía, desarrollo propio, solidaridad, alianzas locales, nacionales e internacionales. COMOSOC Unidad Popular, convergencia de política, social e ideológica para enfrentar la fragmentación de los sectores populares.
Colectividad comunitaria	PCN mediados por los Consejos Comunitarios, defiende los derechos colectivos. COMOSOC fortalece procesos comunitarios y de gobierno propio ordenados por la justicia comunitaria.
Autoridad	PCN Asamblea, Consejo Nacional de Palenques, integrados por sabedores del ejercicio de formación territorial. COMOSOC Consejos comunitarios, figuras de control y gestión para administrar los territorios.

Soberanía	PCN Control y gestión de Palenques y territorios de su jurisdicción. COMOSOC Defensa de territorios colectivos titulados y no titulados; cultivos tradicionales; autonomía.
Resistencia	PCN Prácticas hegemónicas del colonialismo que truncan el bien común. COMOSOC Prácticas políticas antagónicas: conflicto social y armado, terrorismo de estado,

Fuente: PCN (2012/2014); COMOSOC (1994). Procesado y elaborado por Vallejo 2017.

Prácticas del Buen Vivir campesino.

Particularizado desde Asociación Nacional de Zonas de Reserva Campesina (ANZORC) con 36 procesos campesinos y, Coordinador Agrario Nacional (CAN)- 1997. Principios: construcción de políticas públicas, planes de desarrollo, programas y proyectos de inversión social como mecanismos para garantizar el empleo rural y urbano digno y equitativo. Su modelo de economía articula: soberanía alimentaria eje de procesos asociativos; protección del patrimonio ambiental; consolidación de la red agroecológica. Fortalecen la identidad y la soberanía cultural mediante procesos educativos que demandan los DESC.

Tabla No 4. Principios de acción política comunidades campesinas.

Principios	Procesos/prácticas ANZORC-CAN
Unidad, Tierra, Cultura y Autonomía	ZRC y Territorios Agroalimentarios alternativa de gobierno territorial popular. Vida digna y resistencia, ordenan procesos asociativos para garantizar la producción y reproducción de comunidades desde sus relaciones socioculturales, políticas, comunitarias, productivas y ambientales. La producción solidaria confronta el modelo de desarrollo rural del Estado.
Colectividad comunitariedad	Juntas de acción comunal; Org. sindicales; saberes tradicionales; autonomía; memoria colectiva.
Autoridad	Lucha política por el derecho al territorio; reconocimiento del campesino como sujeto político; economía campesina.
Soberanía	Paz con justicia social sustentada en la Reforma Agraria Integral, acordada en las negociaciones de la Habana; democracia participativa; soberanía alimentaria; memoria colectiva; producción agroecológica.
Resistencia	Paramilitares; desplazamiento; carácter especulativo de la tierra; megaproyectos; agroindustria; minería: oro carbón, petróleo. Cultivos con semillas genéticamente modificadas; Ley de ZIDRES; TLC importación de alimentos; restitución cultivos de hoja de Coca.

Fuente: ANZORC (2012/2014); CAN (1994). Procesado y elaborado por Vallejo 2017.

Conclusión

El MSPC evidencia como el apropiamiento de códigos culturales y figuras territoriales diversas construyen el BV. Este cimentado en prácticas orientadas por los Planes de Vida tensiona el modelo de producción capitalista al centrar su principio de acción en la fuerza productiva. Este BV permite la construcción de hegemonías político- culturales orientadas a la transformación autónoma e integrada de las sociedades dentro de un pluriverso de opciones de bienestar social (Maodery,2012). La salvaguarda de los ecosistemas naturales demanda los derechos de la naturaleza como un bien colectivo, apropiado desde el PdV.

La incidencia política del MSPC en los Acuerdos de la Habana se evidencia en el Acuerdo 1: referido a la Reforma Rural Integral (RRI), en: Reactivación del campo desde la economía campesina, familiar y comunitaria; reconocimiento del BV y del campesino como sujeto de derechos; derecho a la tierra y a la territorialidad campesina; ordenamiento territorial para mitigar la pobreza y la injusticia social. Manejo de los ecosistemas mediante prácticas de gobernanza centradas en las relaciones naturaleza-sociedad; el bien común desde las visiones territoriales construidas en instancias de participación comunitaria; gobernanza local en el desarrollo rural; desmonte de los TLC; cierre de la frontera Agraria (RRI, 2014).

Bibliografía

Almeyra, G (2012). Los movimientos sociales rurales en América Latinas Hoy. [en línea], disponible en: <https://www.caritas.es/.../07%20-%20Los%20movimientos%20sociales%20rurales%20>

COMOSOC. (2016). S.O.S Por la vida, los derechos humanos y la paz: Exigimos garantías de no repetición. [en línea], disponible en: <http://www.comosoc.org/S-O-S-Por-la-vida-los-derechos>, recuperado 11 de mayo de 2016

DANE, Censo General (2005). [en línea], disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/.../censo-general-2005-1> Departamento Nacional de Planeación-(2010), CONPES 3660. Bogotá, D.C. Departamento Nacional de Planeación, Cambio para construir la paz. Tomo 1. República de

Colombia. (2005). [en línea], disponible en: https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/pnd/pastrana2_contexto_cambio.pdf

Escobar. A. (2010). Una minga para el pos desarrollo: lugar, medio ambiente y movimientos sociales en las Transformaciones globales. [en línea]. Disponible en: <http://www.democraciaglobal.org/adjuntos/article/92/Una%20minga%20para%20el%20postdesarrollo.pdf>

Fraser, Nancy. (2008). La justicia social en la era de la política de identidad: redistribución, Reconocimiento y participación. Revista de Trabajo • Año 4 • Número 6 • Agosto – Diciembre [en línea], disponible en http://www.trabajo.gob.ar/downloads/cegiot/08ago-dic_fraser.pdf Review. N° 36. Págs. 31-50. En Línea: 176 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1407951>

García L, A. (2010). Movimientos Sociales en Bolivia. Estructuras de movilización, repertorios culturales y acción política, Cuarta edición (2010): Plural editores / AGRUCO / nccr Norte-Sur @Gudynas , E. (2011) Derecho Naturaleza Desarrollo Buen Vivir. [en línea], disponible en [www.gudynas.com/.../GudynasDesarrolloNaturalezaDespuesMonte crist11.pdf](http://www.gudynas.com/.../GudynasDesarrolloNaturalezaDespuesMonte%20cristi11.pdf)

Madoery, O. (2012), El desarrollo como categoría política. Crítica y Emancipación, (7): 59-83, primer semestre de 2012 Proceso de Comunidades Negras (PCN) – 1990 Organización Nacional Indígena de Colombia, (2012) [en línea], disponible en: <http://prensarural.org/spip/spip.php?article9022>

Walsh, C. (2009). Interculturalidad, Estado, Sociedad: Luchas (de) coloniales de nuestra época. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.

Zibechi, R. (2014). Es necesario descolonizar y despatriarcalizar el concepto de poder popular. [en línea], disponible en: <http://criticayresistencias.comunis.com.ar/index.php/CriticaResistencias/article/view/3>

Cumbre Nacional Agraria. Bogotá, 15 a 17 de marzo de 2014/ miércoles 5 de marzo de 2014. Cumbre Agraria, Campesina, Étnica y Popular Proceso de Comunidades Negras (2012). Propuesta autónoma [en línea], disponible en: http://publications.iom.int/system/files/pdf/propuesta_autonoma.pdf

Estrategias de publicidad popular en las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá

Popular advertising strategies in the market places of the city of Bogotá.

Bibiana Paola Ríos Cortés¹³¹
Yadira Carolina Vaca González¹³²
Jenny Jiménez Cruz ¹³³

Resumen: El siguiente proyecto parte de la aproximación al concepto de cultura popular, y su relación con los rasgos distintivos sociales que identifican a las comunidades y a sus individuos. En ese sentido se analizan variables desde el diseño visual y la publicidad, y aquellas relacionadas con aspectos estéticos que vienen del pop art y del kitsch, y que son fundamentales en la concreción de la estrategia publicitaria: el mensaje, aspectos formales y estructurales, y la cultura, son solo algunos indicadores que pueden dar cuenta de la enorme riqueza simbólica que se encuentra en la publicidad popular. Es así que se espera como resultado, la identificación de una serie de variables que permitan estudiar con claridad los elementos de la publicidad popular, presentes en las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá, fundamentando las diferentes formas en que deben interpretarse los mensajes publicitarios.

Palabras Clave: Publicidad popular, Cultura popular, Diseño popular, Manifestación popular.

Abstract: The following project is based on an approach to the concept of popular culture, and its relationship with the distinctive social features that identify communities and their individuals. In this sense, variables are analyzed from visual design and advertising, and those related to aesthetic aspects that come from pop art and kitsch, and which are fundamental in the realization of the advertising strategy: the message, formal and structural aspects, and the culture, they are only some indicators that can give account of the enormous symbolic wealth that is in the popular publicity. It is thus expected as a result, the identification of a series of variables that allow to clearly study the elements of popular advertising, present in the market places of the city of Bogotá, basing the different ways in which advertising messages should be interpreted.

Key words: Popular publicity, popular culture, popular design, popular demonstration.

Reconocimiento de las estrategias de publicidad popular en las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá.

Objetivo general

Reconocer las estrategias de publicidad, usadas por los vendedores de las plazas de mercado El Restrepo, Fontibón, 20 de Julio, Quirigua y Siete de Agosto de la ciudad de Bogotá, como reflejo de una manifestación popular.

¹³¹ Bibiana Paola Ríos Cortés. Unipanamericana Fundación Universitaria, Magíster en Gestión de la Cultura, Colombia, bpriosc@unipanamericana.edu.co.

¹³² Yadira Carolina Vaca González. Unipanamericana Fundación Universitaria, Master en Gestión y Dirección de Marketing, Colombia, yadiravaca@unipanamericana.edu.co.

¹³³ Jenny Jiménez Cruz. Unipanamericana Fundación Universitaria, Master en educación, Colombia jjimenezcr@unipanamericana.edu.co.

Objetivos específicos

- Caracterizar las plazas de mercado El Restrepo, Fontibón, 20 de Julio, Quirigua y Siete de Agosto, a partir de la definición de variables de publicidad como reflejo de una manifestación popular.
- Determinar la efectividad de las estrategias de Publicidad usadas por los vendedores en las plazas de mercado El Restrepo, Fontibón,
- 20 de Julio, Quirigua y Siete de Agosto, como reflejo de una manifestación popular.
- Definir estrategias de publicidad, usadas por los vendedores de las plazas de mercado El Restrepo, Fontibón, 20 de Julio, Quirigua y Siete de Agosto de la ciudad de Bogotá, como reflejo de una manifestación popular.

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta

Aproximación al concepto de cultura

Para lo concierne a esta investigación, se define cultura desde la perspectiva de la etnografía, y desde el sentido en el que intenta dar una explicación al modo de vivir de los seres humanos, sus comportamientos y sus relaciones. Calicles, en el diálogo platónico de Georgias, concibe la cultura, como la transición histórica entre lo rural y lo urbano, y se acerca a la primera definición del término. Así mismo y siguiendo a Tylor (1871) la cultura comprende las creencias, el arte, la moral y los hábitos del hombre cuando es miembro de una sociedad.

Por otro lado, la (Unesco, 1990) señala que la cultura es:

Conjunto de rasgos distintivos, espirituales materiales intelectuales y afectivos que caracterizan una ciudad o un grupo social. Ella engloba además las artes y las letras los modos de vida los derechos fundamentales del ser humano, los valores las tradiciones y las creencias (p. 24).

Es entonces como la cultura puede abarcar diferentes rasgos, en los que se incluye desde lo espiritual, lo social, lo económico, lo político, y todo aquello que sea resultado de las relaciones entre unos y otros, y que tenga como objetivo dar significado a la vida del grupo social en el que se inscriba. Si bien es cierto, todo este conjunto de elementos, pueden hacerse visibles, si además surgen de manifestaciones populares que tienen su origen en las tradiciones de una región.

Cultura popular

La cultura popular puede relacionarse con las tradiciones históricas de una ciudad o país, y hasta la misma adaptación para la preservación de la identidad popular. Es así como:

El elemento popular tradicional de la cultura constituye un agente clave en las transformaciones culturales pues acarrea procesos dinámicos y sistematizados, basados en valores, símbolos y optimización de estrategias, estructuras, procesos, que facilitan la efectividad cultural sobre la base de la participación y que por ende concluye con un cambio en diferentes ámbitos de la sociedad. (Escalona, 2012, p. 67).

De esta manera se puede destacar la importancia y el amplio ciclo por el que debe pasar una sociedad para la adaptación y la ejecución de un desarrollo cultural, y en el que los ámbitos populares juegan un papel importante a la hora de preservar la identidad. Ahora bien, a la hora de hablar de identidad, se tienen que ensamblar elementos como el folklor o la etnia y también hablar de los medios de expresión. Así mismo, una sociedad va teniendo variaciones, ya sea a la hora de preservar la identidad cultural y social y también aspectos relacionados con sus creencias y religión.

Escalona (2012) sostiene que “Los sistemas culturales en los procesos de su conformación atraviesan diversas etapas en las cuales se fomentan y sistematizan las identidades” (p. 16). Es decir que cada uno de los factores sociales, actúan de la mano del protagonismo comunitario del pueblo, pues en las fiestas populares, negocios callejeros o ventas ambulantes, se usan elementos tradicionales para demostrar ese manifiesto y exhibir o demostrar la cultura material, en una relación con lo social y espiritual.

Kitsch

Para Eco (2007) el kitsch está relacionado con lo que los turistas americanos en Múnich relacionaban con un cuadro barato y en que para comprarlo pedían un esbozo 'sketch'. De ahí entonces, procedería el término para indicar que era vulgar y de pacotilla, y también para todo lo que fuera una experiencia estética fácil. Así mismo Eco (2007) afirma que el verbo kitschen, significaba recoger barro en la calle, o modificar muebles para hacerlos parecer antiguos y vender a bajo precio.

Es así como el término kitsch se remonta a la segunda mitad del siglo XIX, en donde "los miembros de las clases altas desde siempre han considerado desagradables o ridículos los gustos de las clases bajas" (Eco, 2007, p.394). También Flores, Balderrama y Aguilera (2016), afirman que la estética de lo kitsch es una respuesta al placer cotidiano de un individuo, haciendo referencia a que no distingue de un nivel socioeconómico, género, cultura, sino que va ligado al empirismo, a la necesidad, al pensamiento, a las emociones, al gusto y a la esencia de cada persona.

No sólo escogen temas, técnicas y conceptualización de la propuesta, sino que muchas veces son esos mismos seres quienes las llevan a cabo, en muchos casos de manera inconsciente, lo que lo hace a ese placer estético más espontáneo y liberal" (Flores, Balderrama y Aguilera, 2016, p. 101). Así mismo, hace pensar que el kitsch no se está usando en el contexto que es; esto según Alavez (2013) dice: "Actualmente, el término kitsch se utiliza de manera indiscriminada más en cuestiones que versan en torno a moda, diseño y estilo de vida que en cuestiones propiamente relativas al arte" (p.75). Por lo tanto y tomando como base estas apreciaciones, en el kitsch como movimiento, el individuo se siente cómodo y a gusto en su entorno, dejando conceptos preconcebidos por la sociedad, y haciendo que al mismo tiempo, se le catalogue como el arte del mal gusto (Flores, Balderrama y Aguilera, 2016).

La publicidad popular

Para Vela (2013) la publicidad se alimenta de la vida diaria, y luego se vuelve parte de ella. En ese sentido las interpretaciones situadas, así como la descripción de determinados aspectos de la vida social y cultural se convierten en proveedores fundamentales de información y de significados asociados a costumbres, creencias, prácticas sociales y religiosas y conocimientos y comportamientos (Restrepo, 2016).

Es entonces que el presente proyecto, cuyo objetivo es reconocer las estrategias de publicidad, usadas por los vendedores de las plazas de mercado El Restrepo, Fontibón, 20 de Julio, Quirigua y Siete de Agosto de la ciudad de Bogotá, como reflejo de una manifestación popular, parte de una serie de etapas descritas de la siguiente manera:

1. Primera etapa etnográfica: definición de objetivos, alcances, grupo de estudio.
2. Segunda etapa etnográfica: definición de descriptores y categorías de análisis
3. Tercera etapa etnográfica: diseño de técnicas e instrumentos de investigación
4. Cuarta etapa etnográfica: aplicación de técnicas e instrumentos de investigación
5. Quinta etapa etnográfica: análisis de datos e información recolectada
6. Sexta etapa etnográfica: conclusiones y resultados.

Siguiendo esto para Murillo y Martínez (2010) la etnografía como método de investigación social, permite el registro del conocimiento social y cultural, detalla patrones de interacción social, según sea la intención del investigador, y siendo descriptiva permite reconocer aspectos puntuales de los grupos de estudio.

Resultados

Resultados de primera fase de diagnóstico

A continuación, se presenta uno de los patrones resultado de la primera fase de exploración en la exhibición de productos.

Gráfico 1.
Patrón de diseño popular



La retícula indica que existe una continuidad modular entre los elementos y que al posicionarse uno al lado del otro forman una retícula simétrica generada por círculos del mismo tamaño, compuesta de 12 -20 columnas.

VARIABLES

PERCEPTUALES			
ICONO	VARIABLE	AUTOR	ANÁLISIS
	Color	Donis A. Dondis	El color que predomina es el verde en un 95%, pasando por distintas gamas que van desde el verde, amarillo verdoso y el amarillo, haciendo parte de los tonos fríos. Además, tienen unas pequeñas porciones de color café. El color que poseen ambos productos, reflejan el buen estado de estos.
	Semejanza	Ley de la Gestal	La semejanza está dada por color y ubicación. En cuanto al color, se refiere a que los productos que tienen un color amarillo verdoso, están encima de los que poseen un color más oscuro que en este caso serían los productos que son totalmente verdes. La ubicación está dada, porque los 2 productos se encuentran organizados por filas unos sobre otros; de forma ascendente.
	Textura	Donis A. Dondis	Textura Visual: Ambos productos tienen una textura tridimensional, la cual está presente en forma de óvalo. Texturas Táctiles: La textura, está relacionada con el producto, que en este caso es una textura lisa, dada por la cáscara; de ambas frutas.
	Forma	Principio de la constancia o experiencia	La forma que predomina y se hace evidente en los 2 productos, es el óvalo, porque se encuentra relacionado con el producto.
	Jerarquía	Wucius Wong	No se evidencia que exista una jerarquía claramente identificada, porque ambos productos tienen el mismo tamaño y están ubicados de la misma manera.



ESTRUCTURALES			
ICONO	VARIABLE	AUTOR	DESCRIPCIÓN
	Proporción	Donis A. Dondis	Aguacates: 100% Mangos: 100% La proporción está dada por el peso visual en la composición; porque se observa en ambos casos, los productos ocupan el 100% del área donde están ubicados.
	Agrupamiento	Donis A. Dondis	Está relacionado con la forma y la posición en la cual se encuentran organizados los productos. Cuando se habla de forma, se refiere a que los dos tipos de productos, poseen la misma forma (ovalo). La posición, está dada porque todos los productos están apilados en más de 3 filas.
	Simetría	Wucius Wong	Hay una simetría en cuanto a la forma del producto y la posición en que están ubicados los mismos
	Superposición	Wucius Wong	La superposición en los 2 casos, está dada por color, porque los aguacates y mangos de color verde, están debajo de aquellos productos que tienen un color amarillo verdoso. Y por posición, porque se encuentran unos sobre otros, formando filas.
	Repetición	Wucius Wong	Hay repetición, por forma, color y posición. En cuanto a la forma, se refiere a que los 2 productos poseen la misma forma (ovalo). Por color, está dada en ambos casos, porque los productos que tienen color verde están debajo y los de color amarillo verdoso están en la parte superior. Y finalmente, está la posición, la cual se da porque los 2 productos se encuentran apilados unos sobre otros; dando así una sensación de orden y de unidad visual
	Proximidad	Ley de la Gestalt	En ambos casos, los productos se encuentran próximos, logrando que no exista distancia suficiente entre ellos; dando a la composición unidad.

Fuente propia

Patrón de diseño popular #1

Este patrón indica que existe una continuidad modular entre los elementos y que al posicionarse uno al lado del otro forman una retícula simétrica generada por círculos del mismo tamaño. La variable que predomina es el agrupamiento, pero a su vez reúne las variables de color, forma, textura, simetría y superposición.

El agrupamiento, se evidencia por la forma como se encuentran apilados los productos; el color hace referencia a que ambos productos en un 95% tienen un color verde, pasando por distintas gamas que van desde el verde, amarillo verdoso, amarillo, los cuales pertenecen a colores ácidos; y pequeñas porciones de color café. Por forma, corresponde a que las dos frutas poseen una forma ovalada, y la cual está relacionada con el producto.

Resultado relacionado con la publicidad popular

Gráfico 2



Fuente propia

En éste esquema, se aprecia la estructura sobre la que funcionan las plazas de mercado en la ciudad de Bogotá, y sobre la cual, se determinan las estrategias de publicidad popular que emergen de las dinámicas propias de cada lugar

Conclusiones

Los conceptos de diseño gráfico popular y publicidad popular, no están lo suficientemente estudiados, ni evolucionados; a partir del acercamiento al marco teórico de éste proyecto, se entienden algunas aproximaciones que permiten concretar su definición; pero es el pop art y el kitsch, dos movimientos que aportan significativamente a comprender el origen y evolución del término: el color, la forma y la estructura, se convierten en los principios fundamentales, pero es su relación con el contexto y con las manifestaciones propias de las comunidades, lo que hace que encuentre razón y sentido.

Se determinaron variables estructurales y perceptuales en las plazas analizadas; elementos como el color, la repetición la pregnancia, la forma, la textura son los puntos de partida para realizar un análisis más adelante de las variables que tienen que ver directamente con las estrategias publicitarias de las plazas de mercado que hacen parte de la muestra.

Para los vendedores de las plazas de mercado, existe un desconocimiento sobre las normas de publicidad exterior, sobre conceptos de proporción y tamaño básicos, y en la relación que se establece en la forma como un consumidor asimila la información suministrada. A esto se le añade también, la generación de letreros escritos a mano, saturación visual, perifoneo informal, entre otros.

Se concluye en esta primera etapa que para hacer un análisis de la publicidad popular se deben tener en cuenta básicamente tres variables: el primero es el uso del lenguaje popular. El segundo son los aspectos relacionados con el diseño gráfico popular dentro de la publicidad. Y el tercero su relación con la cultura popular.

Bibliografía

- Auladell, F. (2016). La nueva actividad publicitaria: entre el simulacro y la utopía. España.
- El espectador. (2016) El nuevo intento por salvar las plazas de mercado. Colombia. Bogotá.
- Murillo, F. y Martínez, C. (2010). Investigación Etnográfica. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Restrepo, E. (2016). Etnografía: alcances, técnicas y éticas. Bogotá: Envió.
- Perez, S., & Pujol, R. (2003). Desafíos de los centros de las ciudades mesoamericanas. San Jose: Flacso.
- Ruiz, R. (2004). EL ARTE "POPULAR": UN OBJETO TÍPICO O UN SUJETO ATÍPICO.
- Samara, T., & Dávila, M. (2004). Diseñar con y sin retícula. Barcelona: Gustavo Gili
- Santesmases, M. (2004). Concepto y Estrategias. 5ª edición, Madrid, Pirámide.
- San Román, T. (2009). Debates, informes y entrevistas. Revista de Antropología Social, 2009(18), 235-260.
- Triana, G. (1990). Imagen y memoria de las jornadas populares Regionales de Cultura Popular. Bogotá: Aluna.
- Unesco. (1990). Imagen y memorias de las jornadas Regionales y populares de cultura popular. Bogotá: Aluna

A comunicação libertadora em eventos da União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC)

*Cicilia M. Krohling Peruzzo*¹³⁴

*Ricardo Costa Alvarenga*¹³⁵

Resumo: Texto sobre União Brasileira de Comunicação Social (UCBC) com o objetivo fazer um breve histórico da entidade e analisar seu posicionamento político-ideológico, especialmente, sobre a proposta de “comunicação libertadora” embutida nos temários de seu principal congresso. O estudo se baseia em pesquisa bibliográfica e documental. A história da UCBC carrega em sua memória forte tendência à comunicação libertadora. Seu alinhamento à educação foi uma das formas de criar condições para o posicionamento crítico das pessoas diante dos meios de comunicação e, ao mesmo tempo, incentivar a geração de uma comunicação popular, comunitária ou alternativa próprias dos grupos populares comprometidos com o exercício da cidadania.

Palavras-chave: UCBC, Comunicação libertadora 2, Educação popular cristã 3.

Abstract: This paper is about União Brasileira de Comunicação Social (UCBC) and has the purpose of building a brief history of the entity, and analyzing its political-ideological position, especially on the idea of "liberating communication", which is embedded in the themes of its main congress. The study is based on bibliographic and documentary research. The history of UCBC carries in its memory a strong tendency towards liberating communication. The alignment of UCBC with education was one of the ways of creating conditions so that people could think critically about the media and, at the same time, to encourage the generation of a popular, community, or alternative communication specific to popular groups committed to the exercise of citizenship.

Keywords: UCBC, 1, Liberating communication 2, Education christian popular 3.

Introdução

O Brasil viveu entre as décadas de 1960 e 80, um difícil período de sua história devido a instauração do Estado de Exceção, marcado pelo autoritarismo imposto pela ditadura militar (1964-1985), mas que chegou a contar com apoio de diversas instituições, inclusive da Igreja Católica e parte da grande imprensa nacional.

Em um contexto em que os conflitos entre o momento eclesial e o social, enraizados no político, econômico e no jurídico se acirram, é criada a União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC). Ela se propunha a aglutinar religiosos, leigos, profissionais, escolas, organizações civis, professores e pesquisadores de Comunicação Social para um trabalho crítico e proativo em favor de mudanças. Inicialmente tratou-se de uma entidade de cunho católico, mas em aproximadamente um ano, quando de sua oficialização, já assumiu um caráter ecumênico. Surge assim em 1969 a UCBC, oficializada em 1970.

Este texto tem como objetivo geral fazer um breve histórico da União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC) e analisar seu posicionamento político-ideológico, especialmente, sobre a proposta de “comunicação libertadora” embutida nos temários de seu principal evento, Congresso Brasileiro de Comunicação Social, que teve 18 edições. Os objetivos específicos são: a) Analisar a presença da comunicação popular, alternativa, educativa e comunitária – enquanto proposta de comunicação libertadora - nos eventos da UCBC, a partir do tema central dos mesmos; b) Identificar o posicionamento político- ideológico da entidade sobre o tema principal gerador do temário

¹³⁴ Docente aposentada da Universidade Federal do Espírito Santo. Presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã (ABPCOM). Doutora em Comunicação pela Universidade de São Paulo. Brasil. E-mail: kperuzzo@uol.com.br.

¹³⁵ Doutorando e mestre em Comunicação Social pelo Programa de Pós- Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Brasil. E-mail: ricardocalvarenga@gmail.com.

dos eventos quando explicitamente relacionado à comunicação libertadora (1970-1993); c) Analisar as principais alterações nas características do seu principal evento anual (Congresso Brasileiro de Comunicação Social) ao ser substituído pelo Mutirão Brasileiro de Comunicação.

O estudo se baseia em pesquisa bibliográfica e documental. O interesse pelo tema se justifica, pelo intrigante fator de a UCBC ter se esvaído do cenário brasileiro, apesar de seu importante papel na discussão de temas da Comunicação na sociedade e no interior das igrejas. O que teria motivado o fim da UCBC, dificuldades operacionais ou conflitos de ordem ideológica no interior da Igreja Católica? Afinal a UCBC viveu o apogeu do período renovador da Igreja e a transição de orientação papal no Vaticano, ou seja, do pontificado do Papa Paulo VI (1963-1978), considerado progressista e aberto a mudanças no interior da instituição, e do conservador Papa João Paulo II (1978-2005).

Breve histórico

A União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC) foi criada no dia 18 de julho de 1969, pelos brasileiros que participaram do IV Congresso da União Católica Latino Americana de Imprensa Católica (UCLAP), realizado em São Paulo. Instalou-se oficialmente em 02 de agosto de 1970 quando da realização da primeira Assembleia Geral dos Sócios fundadores. Se em 1969 ela foi concebida como entidade de orientação católica, em 1970 ela se declara ecumênica e passa a adotar a palavracristã em sua denominação. Conforme Soares (1983), ela teve a participação ativa de sócios - e organizações - anglicanos, luteranos, presbiterianos, metodistas e batistas, além de católicos.

A primeira diretoria (1970-1974) foi presidida por Marcello Casado d’Azevedo, então professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, e tinha entre os demais membros da diretoria e do conselho diretor nomes emblemáticos na história da UCBC como o Frei Romeu Dale, então redator da revista “Sedoc”, da Editora Vozes (Petrópolis-RJ), e Luiz Beltrão¹³⁶, presidente do ICINFORM¹³⁷ e professor do CEUB de Brasília (DF) (Marques de Melo, 1976: 199-200).

Segundo seus estatutos a UCBC tem por finalidade principal estimular a presença cristã sempre mais efetiva em todos os Meios de Comunicação Social e promover o estudo, o debate, a difusão de grandes linhas doutrinárias que coloquem a comunidade social a serviço da comunhão, do progresso e da liberdade humana (Estatutos, 1976: 202).

O congresso da UCLAP, em cujo bojo a UCBC surge, foi realizado de 15 a 20 de julho de 1969 e teve como tema a “Missão do Jornalista no Processo de Transformação da América Latina” e como subtemas “A Imprensa e as estruturas na América Latina” e “A Imprensa a Serviço do Desenvolvimento”, cujo cenário era conflituoso e a própria preparação do evento foi descrita como não sendo pacífica (Gomes, 1995: 35).

Nas palavras de Joana Puntel (2012: 2), baseada em obra de Gomes, acima citada, a preparação e a execução do IV Congresso da UCLAP foram tensas porque eram momentos dramáticos da vida nacional, quando a decisão do AI-5 (1968) fazia-se pesar fortemente, sobretudo, na imprensa. Segundo José Marques de Melo¹³⁸, este fato influiu para que se realizasse em São Paulo o Congresso Latino Americano. O momento era de grande repressão e a Igreja já estava sendo visada pelo regime militar, pois crescia a sua posição de instituição que abrigava as vozes discordantes do regime militar. Entretanto, já na organização daquele Congresso, as dificuldades se fizeram sentir: um grupo da comissão se posicionava por um tipo de Congresso que pudesse ser um veículo para denunciar as arbitrariedades cometidas pelo regime militar em relação à imprensa. Mas um dos membros da comissão advogava um tipo de congresso que tivesse um marco oficialista. [...],

¹³⁶ uma das preocupações centrais tem sido a comunicação fora dos grandes centros urbanos, nas pequenas comunidades do interior, nas áreas marginalizadas das regiões metropolitanas, na zona rural, isolada e esquecida dos núcleos de decisão nacional. [...] É claro que uma visão dessa natureza compreenderia não somente os fenômenos reais das comunicação (interação entre comunicadores e receptores), mas principalmente os fenômenos da incomunicação, sejam pelas barreiras de ordem cognitiva, política, psicológica, econômica e social que a dificultam [...] (Marques de Melo, 1976: 10).

¹³⁷ No bojo de sua práxis nota-se o intento de incentivar a criticidade em relação à situação social e o papel dos meios de comunicação sob os governos militares e depois deles, denunciar a falta de liberdade de expressão e discutir as políticas de comunicação, por intermédio de cursos, debates, livros, eventos, assessorias etc., mas ela demonstrou também a intenção de contribuir com proposições ao emitir pronunciamentos públicos (documentos, moções, cartas etc.).

¹³⁸ No quadro abaixo estão relacionados os congressos da UCBC, com os respectivos temas centrais e demais informações. É interessante atentar para o fato de que os congressos enfatizam questões prementes

Como se pode observar, a UCBC surge em um contexto nacional de tensões, grave cerceamento das liberdades constitucionais e violenta repressão das forças que resistiam à ditadura, mas que não esmoreceram na luta pelo restabelecimento da liberdade de expressão e da democracia política no conjunto da sociedade. Inclusive, a própria Igreja Católica – entre outras – que chegou a apoiar o golpe militar de 1964, com o passar do tempo passou a rejeitar a ditadura militar, ou pelo menos, uma parte dela. Nesse contexto, a criação da UCBC em 12 de julho de 1969 e sua oficialização em 02 de agosto de 1970 foram atos corajosos, como também o foram as suas atividades desenvolvidas e a posição política que defendeu, principalmente, na primeira década do seu percurso.

Vejamos aspectos dessa posição em alguns documentos e na parte introdutória (apresentações /prefácios) de seus livros. Os livros a que nos referimos são os que contém os textos de conferências e palestras proferidas durante seu evento principal, o Congresso Brasileiro de Comunicação Social que teve dezoito edições, de 1970 a 1993. O primeiro destes livros recebe o título “Comunicação / Incomunicação no Brasil”, organizado por José Marques de Melo, e publicado pela Editora Loyola em 1976. O livro reúne as principais conferências proferidas em No segundo livro “Comunicação e consciência crítica”, relativo aos VI (1977) e VII (1978) congressos, realizados em São Leopoldo-RS e em Bragança Paulista-SP, seu organizador e presidente da UCBC na época, Frei Clarêncio Neotti, O.F.M, declarou ter dito ao abrir o evento:

Lembrei que toda linha pedagógica das Igrejas Cristãs, nos últimos anos, insiste na necessidade de o povo assumir comportamentos conscientes diante dos meios de comunicação social. Lembrei que as Igrejas vinham adotando um novo comportamento: não mais impingir, não mais dogmatizar apenas, mas despertar a comunidade e levá-la a assumir, com responsabilidade, seu hoje e seu amanhã, e esta nova pedagogia – chamada libertadora, na América Latina. [...] (Neotti, 1979: 6).

Em outra parte da introdução do livro o Frei Neotti divulga o texto de uma moção de solidariedade aos bispos e comunidades de base perseguidos, divulgada em nome de um grupo de 31 congressistas do VI Congresso e não de todo o evento, na qual se lê: [...] Somos solidários com os que – enfrentando dificuldades de toda ordem e ameaçados pelo regime autoritário que governa e oprime o povo brasileiro – continuam lutando para levar a este povo a comunicação libertadora [...] (apud Neotti, 1979: 7 – grifo nosso)

No VIII Congresso de Comunicação de Social, realizado em 1989, em Natal-RN, um dos colaboradores do temário, cujo texto traz resultados das discussões realizadas em grupos de participantes, e está publicado no livro “Comunicação e ideologia”, que discutiram os conceitos de comunidade e de comunicação comunitária. Um dos grupos assim fala da comunicação comunitária:

a) na perspectiva extensionista, ela

Seria caracterizada pela perspectiva mecânica de comunicação, quando se tem uma supervalorização do polo emissor em detrimento do polo receptor e possui características autoritárias dentro de uma filosofia segundo a qual quem sabe deve transmitir aquilo que sabe para aqueles que não sabem, ou seja, um polo tem a capacidade de pensar, enquanto o outro polo é feita a ‘dádiva’ de receber aquilo que foi pensado para ele (o polo transmissor) (Azevedo, 1980: 154).

b) na perspectiva libertadora: o grupo identificou a comunicação comunitária:

quando um grupo de pessoas com interesses não antagônicos constrói em comum seus discursos e os transmite através de seus próprios meios, não podendo haver comunicação comunitária entre dominadores e dominados. [...] Esta seria a forma de comunicação onde se pensa o homem [o ser humano] como totalidade, como sujeito de sua transformação. [...] É uma perspectiva do vir-a-ser, ou seja, de futuro. Se pensarmos em futuro, significa que pensamos em transformações estruturais que possibilitem às comunidades serem sujeito de seu processo (Azevedo, 1980: 155).

Por fim, Dermi Azevedo (1980: 155), membro do conselho diretivo da UCBC na época, afirma: “em suma, a perspectiva libertadora é a que se aproxima dos objetivos da UCBC, da maioria da população e daqueles que se consideram engajados num processo de transformação social”.

Segundo Pedro Gilberto Gomes (1995), em sua pesquisa sobre a memória da UCBC e ao dividir em cinco os momentos o percurso da entidade, aponta três deles como diretamente ligados à comunicação libertadora ou em outros termos de uma comunicação vinculada às classes subalternas, ou seja, a popular, comunitária e alternativa:

a) *De 1980 a 1983 teria sido o período da “opção por uma comunicação libertadora”. Depois de quase vinte anos de ditadura, o Governo Figueiredo dava continuidade ao projeto de abertura política iniciado pelo Governo Geisel. Portanto, começava um tempo de construção, um tempo de libertação. Por isso a UCBC trata, em seus congressos, de assuntos que envolvem, diretamente, a organização dos movimentos da sociedade civil (Gomes, 1995: 200).*

Durante o XI Congresso que teve como tema Comunicação e Direitos Humanos, ocorrido em 1982, o então presidente da UCBC, Ismar Soares (1983: 11), mostra o tom do evento na introdução: “[...] a escolha do tema do congresso prendia-se à constatação de que havia um direito que não estava sendo respeitado: o direito que o povo oprimido tem de comunicar-se, de informar e de receber informações de interesse para o seu desenvolvimento”. Neste evento realizou-se também um seminário sobre questão da Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação (NOMIC) com suas críticas sobre os media e propostas de democratização da comunicação.

De 1984 a 1986 foi “a vez dos comunicadores populares”:

No período de 1984 - 1986, a grande preocupação foi o estudo de caminhos que conduzissem a entidade para uma prática coerente com sua missão de congregar comunicadores cristãos e suas entidades, numa ação pautada com base em reflexões promovidas nos últimos anos. [...] O congresso realizado em Piracicaba colocou-se à disposição de quantos desejaram usar o seu espaço para articular-se, principalmente os movimentos populares. Foi a vez dos comunicadores populares” (Gomes, 1995: 212).

No entremeio, realizou-se, em 1984, o que pode ser visto como um exemplo dessa vinculação social, o XIII Congresso Brasileiro de Comunicação Social debatendo o tema "Comunicação, Igreja Estado na América Latina". Ismar de O. Soares (1984), que presidia a entidade na época, comentou sobre a realização de painéis abertos, coordenados por entidades de cada setor, sobre: "Comunicação Questão Indígena", "Comunicação Questão Agrária", "Comunicação Questão da Infância" e "Comunicação Questão Operária". Registra também (1984, p.4), que foram debatidos, ainda, temas como "Leitura Crítica da Comunicação", "Comunicação Educação Popular", "O Teatro Popular na Pastoral", "Arte Musica na Igreja" e a "A Luta do Movimento Negro".

b) *De 1987 a 1990 a UCBC enfatizou “a luta por políticas democráticas de comunicação. Segundo Gomes (1995: 212), a preocupação teórica que norteou suas ações nesse período foi o aprofundamento da relação com outros organismos e aumentar a compreensão de sua identidade cristã, prestando um serviço às diversas comunidades. Consoante isso, participou da luta pelo estabelecimento de mecanismos que possibilitassem o pleno acesso aos meios de comunicação, dentro de um contexto de Assembleia Nacional Constituinte, a UCBC é membro fundador do Movimento Nacional pela Democratização da Comunicação.*

Um dos eventos realizados nesse período foi o XV Congresso, em 1987, cujo tema central foi “Políticas de Comunicação: participação popular”. Além de discutir a questão das políticas de comunicação nacional e no interior da Igreja Católica, também esteve em relevo a comunicação e identidade nas Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), jornalismo alternativo, jornalismo sindical, formação acadêmica, comunicação como instrumento de educação etc.

Sobre a comunicação nas CEBs, foi dito no referido evento: as Comunidades Eclesiais de Base

Têm patrocinado uma prática de comunicação duplamente significativa para as classes subalternas no Brasil contemporâneo: De um lado, propicia um espaço privilegiado para o desenvolvimento de formas de expressão e manifestação pública e, de outro, desencadeia um processo de produção de sentido plenamente identificado com as lutas pela transformação da sociedade (Aguiar, 1988: 119).

Os dois primeiros momentos da UCBC apontados por Gomes (1995), sob o olhar das problemáticas tratadas em seus congressos, remetem aos seguintes direcionamentos: “a comunicação e sua relação com as subculturas” (1970 – 1976) – incluiu a “mobilização de setores da sociedade civil, amordaçados por uma ditadura asfíxica” – e , “a comunicação e a recepção crítica” (1977 – 1979) – quando a preocupação da entidade deixou de “ser intra sistêmica, para relacionar, necessariamente, a comunicação com problemas diretamente percebidos na realidade social, [...] que muito embora experimentasse uma abertura política ‘lenta e gradual, ainda cerceava a participação mais plena da população” (Gomes, 1995: 91, 92, 144).

Enfim, cabe frisar que boa parte desse processo de atuação da UCBC – seus primeiros 16 anos - ocorre no contexto do Estado de Exceção no Brasil (1964-1985). A entidade chegou a reunir cerca de 1.200 participantes em alguns dos seus congressos, outros receberam 200 ou 400 pessoas. A UCBC possuía também núcleos regionais ativos formados a partir de seus sócios residentes em diferentes cidades do país.

Ao que se pode acrescentar: editava o boletim mensal UCBC

Informa, promovia o Encontro Anual dos Sócios (Assembleia), seminários, projeto Leitura Crítica da Comunicação (LCC), conferências e cursos de educação para a comunicação, além de mais de uma dezena de livros e cadernos específicos para apoiar o programa de educação para a comunicação, por exemplo, “Para uma leitura crítica da televisão”. Também atuou em outros tipos de assessoria, como à Campanha da Fraternidade de 1989, cujo lema foi Comunicação para a

Verdade e a Paz.

Como um dos programas principais, o LCC esteve revestido de cuidados. Passou por autocrítica e reformulações, o que não dá para ser aprofundado neste texto por questão de limites de espaço. Desse modo, a história da UCBC carrega em sua memória forte tendência à comunicação libertadora. Seu alinhamento à educação foi uma das formas de criar condições para o posicionamento crítico das pessoas diante dos meios de comunicação e, ao mesmo tempo, incentivar a geração de uma comunicação popular, comunitária ou alternativa próprias dos grupos populares comprometidos com o exercício da cidadania.

Passagem de Congresso Brasileiro de Comunicação Social a Mutirão Brasileiro de Comunicação

Enfim, apesar de todo o sucesso da UCBC, na segunda metade da década de 1990 este bastante inativa, e deixou de existir em 2010. É o que relata Helena Corazza (2015, p.68): “a ata de dissolução da UCBC foi realizada em assembleia, em São Paulo, no dia 27 de novembro de 2010”. Teria sido primeiramente assumida, em parte, por outras organizações da Igreja Católica, como a União de Radiodifusão Católica (UNDA-Brasil). Mas, com a criação da Signis Brasil9, em 2001, houve a “convergência das associações católicas anteriores, relativas à imprensa, cinema e vídeo, rádio, televisão e profissionais da comunicação” (Caminhos..., s/d, p. 5). As associações católicas anteriores são desativadas 139.

Diante de tanta desenvoltura, que neste texto, apresentamos apenas uma amostra, ficam perguntas sobre a descontinuidade da UCBC: seria por que muitos dos sócios ativos passaram a se dedicar com mais afinco a outros projetos institucionais e pessoais? Seriam os conflitos ideológicos no interior da Igreja e o crescimento da proposta carismática, até como consequência da nova orientação do Papa João Paulo II (1978-2005) ao impingir uma linha mais conservadora? Enfim, são questões a serem respondidas em outro momento. O vazio deixado pela UCBC, em parte, foi preenchido pelo Mutirão da Comunicação e por muitas outras iniciativas de Comunicação e Educação de ONGs e universidades, como por exemplo, a do Núcleo de Comunicação e Educação 140 (NCE) – Educom - da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, fundado em 1996, e dirigido por Ismar de Oliveira Soares.

Em relação ao Congresso Brasileiro de Comunicação Social, da UCBC, que teve sua última edição em 1993, parece que houve em 1998 uma espécie de resgate de sentido, pois, dele germinou o Mutirão Brasileiro de Comunicação, porém sob os auspícios da Conferência Nacional dos Bispos no Brasil (CNBB), portanto sem o caráter ecumênico da UCBC. O primeiro Mutirão aconteceu de 14 a 24 de julho de 1998, na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, em Belo Horizonte (MG), com o tema Solidariedade-Ética-Cidadania. Desde então, a CNBB assumiu a realização do evento, por intermédio da Comissão Episcopal Pastoral da Comunicação, mas promovido e realizado pelas (Arqui)Dioceses Regionais. O Mutirão da Comunicação mantém a discussão de temáticas sociais contemporâneas, porém passou a ter cada vez mais um caráter católico e religioso (Alvarenga, 2016: 172).

¹³⁹ Ver <http://signis.org.br/conteudo/quem-somos>. Processo semelhante ocorre com as associações católicas em nível de América Latina. A União Católica Latino Americana de Imprensa Católica (UCLAP), assim como outras instituições católicas como a Associação Católica Internacional para a Rádio e Televisão América Latina (UNDA-AL) e a Organização Católica Internacional para Cinema e Audiovisuais América Latina (OCIC-AL), foram unificadas em uma só instituição denominada Associação Católica Mundial de Comunicação (SIGNIS), em agosto de 2013, em Quito, Equador

¹⁴⁰ Ver <https://www.usp.br/nce/onucleo/>

Passou a ser destinado a arcebispos, bispos, padres, religiosos/as, agentes de pastoral e profissionais da área da Comunicação. Chama a atenção a permanência de temáticas críticas em relação aos meios de comunicação, cultura, participação cidadã e educação para comunicação

Considerações finais

A UCBC configura-se como uma importante instituição brasileira no âmbito da Comunicação. Sua história e memória merecem ser resgatadas, não apenas para que sua importante trajetória não caia do esquecimento, mas para alertar as novas gerações cristãs – eclesiais e leigas – de que são possíveis investidas mais ousadas de práxis de uma comunicação libertadora no processo de educação política.

Se foi possível romper barreiras e criar pontes em plena ditadura militar, o que essas experiências deixam de inspiração para a práxis de uma comunicação liberadora em época de normalização democrática? Com o Papa Francisco na liderança do Vaticano, as esperanças se renovam e, talvez, seja uma das razões da intencionalidade deste texto em pensar a comunicação libertadora que foi possível germinar até em meio as trevas de um período político de Estado de Exceção.

REFERÊNCIAS

Aguiar, C. (1988). CEBs: comunic(ação) e identidade social. In Gomes, P.G.; Piva, M. C. (Orgs.) Políticas de comunicação. São Paulo, UCBC/ Paulinas. p.119-127.

Alvarenga, R. C. (2016). A comunicação da Igreja Católica no Brasil: tendências comunicacionais da CNBB. 232 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

Azevedo, D. (1980). Comunicação comunitária e ideologia. In Neotti, C. (Coord.). Comunicação e ideologia. São Paulo, Loyola. p. 147-158.

Caminhos e Perspectivas. Signis Brasil – 2010-2016. São Paulo: Signis Brasil (Associação Católica de Comunicação), s/d.

Corazza, h. (2015). Educomunicação: caminhos e perspectivas na formação pastoral. A experiência do Serviço de Pastoral da Comunicação (SEPAC). 267 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo.

Estatutos. (1976). Histórico da UCBC. In Marques de Melo, J. (Coord.) Comunicação / incomunicação no Brasil. São Paulo, Loyola. p.109-207.

Gomes, P. G. (1995). A comunicação cristã em tempo de repressão. São Leopoldo, Unisinos.

PIVA, M. C. (Orgs.) (1988). Políticas de comunicação. São Paulo, UCBC/Paulinas.

Marques de Melo, J. (Coord.) (1976). Comunicação / incomunicação no Brasil. São Paulo, Loyola.

Moção ao CFE sobre o novo currículo mínimo e a melhoria do ensino nas escolas de Comunicação. (1979). In NEOTTI, C. (Coord.) Comunicação e consciência crítica. São Paulo, Loyola. p.224.

Neotti, C. (Coord.). (1979). Comunicação e consciência crítica. São Paulo, Loyola

_____. (1979). Algumas sugestões e observações para a Reunião do Setor de dos MCS da CNBB para estudar o tema 'Comunicação e Evangelização'. In NEOTTI, C. (Org.) Comunicação e consciência crítica. São Paulo, Loyola. p. 225-228.

_____. (1980). Comunicação e ideologia. São Paulo, Loyola.

Soares, I.O. (1984). XIII Congresso. Boletim UCBC Informa. São Paulo: UCBC, n.122, p.2-10, set./dez.. Disponível em: <http://www.cpvsp.org.br/upload/periodicos/pdf/PUCBCRJ091984122.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2018.

_____ ; Puntel, J. (Orgs.) (1984). Segurança do povo: desafio à comunicação. São Paulo, Paulinas.

Puntel, J.T. União Cristã Brasileira de Comunicação Social. Uma memória que não se extingue. Palestra proferida na 7ª. Conferência Bras. sobre Comunicação Eclesial (ECLESIOCOM), Cátedra Unesco / UESP. 23 agosto 2012, UESP, São B. do Campo. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/243977648/Uniao-Crista-Brasileira-de-Comunicacao-Social-joana-puntel-pdf..> Acesso em: 13 fev.2018.



Uso de Redes Sociais pelos Sites de Jornalismo Alternativo Brasileiros

The use of social Networks by Brazilian websites of Alternative Journalism

*Nivea Canalli Bona*¹⁴¹

*Guilherme Gonçalves de Carvalho*¹⁴²

Resumo: O trabalho apresenta análise parcial da terceira fase da pesquisa que estuda o modus operandi de sites de jornalismo alternativo brasileiros. A partir da observação sistemática em semana construída, reflete-se sobre os usos das redes sociais digitais por esses sites. Uma das percepções iniciais foi a de que essas redes servem, muito largamente, como propagadoras dos conteúdos produzidos nos sites.

Palabras Clave: Jornalismo Alternativo, Ambiente Digital, Redes Sociais.

Abstract: The paper presents a partial analysis of the third phase of research that studies the modus operandi of Brazilian alternative journalism websites. Using systematic observation in a Constructed Week Sampling, the work reflects about the uses of digital social networks by these sites. One of the initial perceptions was that these networks serve, very broadly, as advertising for the content produced by the sites.

Key words: Alternative Journalism, Digital Ambience, Social Networks

O grupo de pesquisa Jornalismo Alternativo Digital, desde 2015, tem investigado o fenômeno do aparecimento de diversas propostas informacionais no ambiente digital. O objetivo norteador era identificar sites informativos contemporâneos e estabelecer seu modus operandi a fim de se entender o que se configura como Jornalismo Alternativo no Ambiente Digital hoje.

Aqui são trazidos os resultados parciais da terceira fase dessa investigação que colocou como problema de pesquisa específico para essa análise: de que forma os sites de jornalismo alternativo brasileiros utilizam as redes sociais digitais?

A primeira fase do trabalho foi definida pela investigação e determinação dos conceitos-chave balizadores (jornalismo, alternativo e digital) e o mapeamento dos Sites Aparentemente de Jornalismo com Potencial para Alternativo (SAJPA), que reuniu 74 produções no primeiro ano e mantém-se como ato contínuo durante a investigação.

A partir de Alsina (2009, p.14), considerou-se jornalismo, a atividade que segue um determinado processo de produção de notícias: seleção de fatos, planejamento da pauta, apuração, checagem, preparação, redação, edição e a publicação.

Estudou-se Peruzzo (2008), Atton (2002), Rodriguez (2006), Downing (2002), Grinberg (1987), Kucinski (2001), entre outros, para se chegar a um conceito que frente à mídia e comunicação comunitária, popular e alternativa, proporia o que seria Jornalismo Alternativo. Denis de Oliveira (2009, p.6) o fez apontando que o que seria Jornalismo Alternativo hoje “tem como perspectiva a reconstrução da esfera pública a partir dos valores da igualdade de oportunidades, da equidade, da democracia radical e da subordinação dos interesses econômico-privados aos interesses coletivos”. Segundo o autor, esse jornalismo produz conteúdo para um “sujeito-cidadão” e não para um “sujeito-consumidor”.

¹⁴¹ Nivea Canalli Bona, independente, doutora, Brasil, bonanivea@gmail.com.

¹⁴² Guilherme Gonçalves Carvalho, Uninter, doutor, Brasil, guilhermedegcarvalho.gmail.com.

Em 2016 aconteceu a segunda etapa, e foi realizada a análise de conteúdo de 8 websites restantes da seleção do mapeamento. A análise de conteúdo foi realizada diariamente, durante um mês (junho/julho 2016) em 8 sites pré-selecionados.

Cada um dos pesquisadores acessou o site pelo qual ficou responsável por 30 dias consecutivos. Para cada dia foi analisada uma produção, disposta em destaque na home, observando 42 aspectos, reunidos em grupos denominados “propriedades informativas”, “recursos textuais”, “recursos visuais” e “recursos em áudio”.

O escopo da terceira fase de investigação - tecnologias

As produções e reflexões realizadas até o momento dentro do grupo apontaram a necessidade de identificar o vies digital e as interrelações que essa plataforma/ambiente oferece aos “veículos alternativos” e como estes os usam. Assim, a partir da pergunta direcionadora da investigação: Quais são as ferramentas e de que maneira são utilizados os recursos tecnológicos dos sites de jornalismo alternativo no Brasil?, foram definidos os objetivos dessa etapa: 1. Identificar as diferentes plataformas digitais que os sites estão utilizando para publicar seus conteúdos; 2. Listar as convergências entre áudio, imagem em movimento, imagem e texto e os aplicativos utilizados para suporte; 3. Identificar as redes sociais utilizadas por cada site e seu uso; 4. Verificar as interações entre os conteúdos postados no site e nas redes sociais; 5. Perceber “parcerias” que acontecem com outros veículos sejam eles da mídia convencional ou alternativos e como isso se mostra em cada site e 6. Analisar a disposição e destaque das informações, como são feitas e como são estampadas as temáticas em destaque.

A metodologia refletida e acordada para essa busca foi a observação sistemática com semana construída.

A observação sistemática é frequentemente utilizada em pesquisas que têm com o objetivo a descrição precisa dos fenômenos ou o teste de hipóteses. Nas pesquisas desse tipo, o pesquisador sabe quais os aspectos da comunidade ou grupo que são significativos para alcançar os objetivos pretendidos. Por essa razão, elabora previamente um plano de observação. (GIL, 2006, P.114)

Gil refere-se, em sua publicação original, à observação de pessoas. A proposta dessa etapa foi utilizar a observação sistemática dos sites e não a análise documental per se, porque foram produzidos protocolos de categorias para essa observação. Gil aconselha o uso de estudos exploratórios para a construção adequada das categorias o que, em nosso grupo, seriam exatamente as investigações prévias realizadas, como o mapeamento, a análise de conteúdo, observações in loco e entrevistas.

Dessa forma, o protocolo de pesquisa determinou cinco blocos de observação sistemática: “Aparência do site”, “Recursos do site”, “Temáticas/conteúdos tratados”, “Redes sociais”, “Outras plataformas”. Cada um desses blocos exibiu um conjunto de aproximadamente 15 a 20 perguntas que “provocavam” a observação do pesquisador. Entre elas estavam, por exemplo, as perguntas referentes a conta do twitter do veículo: Há Twitter? Se há, seu símbolo é estampado no site? Onde? Quantos seguidores e quantas outras instituições segue? Descreva a aparência. Há link identitário com o site? Como isso se dá? Descreva cores, imagens, capa da página. Quantos tweets foram feitos no dia de hoje, da observação (por favor, diga que horas você fez a observação)? Como são essas postagens? Levam para o site ou replicam outros tweets? De quem são os outros? Qual a temática abordada? Como é a interação com as postagens? Fale das curtidas e dos comentários. Quantos são, do que falam em geral?3

Para estabelecer um trajeto da observação sistemática em relação ao tempo, usou-se a técnica da semana construída ou artificial. Utilizada desde 1953 (Jaques Kayser), a semana construída, ou semana artificial (Bauer, Gaskell, 2002), foi adaptada para essa coleta. A técnica geralmente dá suporte à análise de conteúdo de produtos midiáticos (Riffe, Lacy, Fico, 2005) que necessitam do estabelecimento de categorias para a coleta de dados. A adaptação feita com relação à observação sistemática, satisfaz a problemática estabelecida, para a qual a AC seria insuficiente.

Levou-se em conta também a constatação de que é um procedimento metodológico que exige do pesquisador interpretação das questões e foco nas respostas que tratam especificamente do problema de pesquisa. Dessa forma, pesquisadores mais inexperientes, como graduandos, tiveram a parceria de um pesquisador mais experiente auxiliando nas observações e construções dos relatórios.

A semana artificial foi constituída pelos dias 14/08/2017 (segunda- feira); 22/08/2017 (terça-feira); 30/08/2017 (quarta-feira); 07/09/2017, quinta-feira e 15/09/2017 (sexta-feira). Antes da coleta efetivamente, uma observação “piloto” foi realizada no dia 04/08/2017 que determinou os procedimentos de observação e de produção dos relatórios

de cada um dos sites de Jornalismo Alternativo escolhidos para essa etapa: Rede Brasil Atual, Brasil de Fato, Agência Pública, Nexo e Global Voices. Para esse trabalho especificamente trazemos o recorte dos relatórios da observação-piloto com uma análise sobre o uso de plataformas (redes sociais).

As redes sociais

O ciberespaço assumiu um importante papel na esfera social ao possibilitar a ampliação da participação dos atores sociais e o surgimento de novas formas de atuação, sobretudo em áreas específicas como o jornalismo. A cibercultura, constituída como uma cibernsoidalidade, colocou "a tecnologia digital contemporânea como um instrumento de novas formas de sociabilidade e de vínculos associativos comunitários" (LEMOS, 2008, p. 80). Desta forma, o ambiente digital permitiu que novos discursos, até então reprimidos pelo controle de informações, encontrassem espaço de divulgação na internet. Pensamentos, observações e mobilizações até então concentradas e filtradas pelos meios de comunicação de massa passaram a ser difundidas e comunicadas de maneira direta e horizontal, tendo como uma importante ferramenta as plataformas horizontais como é o caso das redes sociais. Para Raquel Recuero (2009, p. 24) a transformação mais significativa proporcionada pela internet

É a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC). Essas ferramentas proporcionaram, assim, que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros. [...] É, neste âmbito, que a rede como metáfora estrutural para a compreensão dos grupos expressos na Internet é utilizada através da perspectiva de rede social.

Uma rede é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. Esta perspectiva tem seu foco na estrutura social sem isolar-se dos atores sociais e suas conexões. Sem suprimir a interação direta entre pessoas fisicamente presentes, a constituição da ciberesfera possibilitou o surgimento de uma nova forma de construir coalizões, comunicar e agregar pessoas. A constituição de redes policêntricas, socialmente distribuídas, resultou na construção de organizações coletivas baseadas na horizontalidade, flexibilidade e em modelos não hierárquicos.

No Brasil os conceitos de redes sociais e mídias sociais geralmente são utilizados como sinônimo. Mas, em geral, entende-se como mídias digitais as plataformas digitais como sites de blogs; sites de microblogs (Twitter e Tumblr); Facebook e Instagram. Estas plataformas representam uma nova fase da comunicação midiática, com impactos sobre os meios de massa (mass media) convencionais, não apenas pela aparente horizontalidade do processo de comunicação, mas também pelas possibilidades de convergência multimidiática (JENKINGS, 2014). Já as redes sociais aparecem mais associadas à compreensão de sites de relacionamento como os chamados "social networking sites". O surgimento das mídias sociais demarca a passagem da web 2.0 para a web 3.0. Tornam-se mais complexas e mais dinâmicas as relações de participação, compartilhamento colaboração, troca, propagação de conteúdos.

Apesar disso, em geral, são ainda tímidas as iniciativas que usam as plataformas de redes sociais como ferramentas com características próprias, de modo que seu potencial possa ser explorado de maneira mais eficiente. Os sites de jornalismo brasileiros tendem a utilizar as plataformas como meras reproduzoras de conteúdos já publicados em seus portais, oferecendo poucas possibilidades de complementação de conteúdo ou mesmo de aprofundar um processo de interatividade. Assim, a replicação de links, associando chamadas com textos que procuram chamar a atenção dos internautas, se configura muito mais como uma "isca" para atrair o leitor/ouvinte/telespectador de modo a fazê-lo migrar para o portal do que necessariamente em constituir-se como um espaço transmidiático.

Algumas iniciativas mais recentes como é o caso, principalmente, de grandes empresas de rádio, como é o caso da Bandnews e da CBN, atuam com conteúdo complementares, oferecendo ao internauta a possibilidade de assistirem a transmissão dos programas produzidos dentro dos estúdios, ou oferecem possibilidades de interação com jornalistas, por meio de "streamings" ou "lives".

Outro exemplo de uso no qual transparece uma visão estratégica sobre as redes sociais, são as produções específicas para estas plataformas como conteúdos promocionais, enquetes, formação de comunidades e grupos, campanhas específicas, ações de crowdsourcing, publicação de imagens, entre outras iniciativas.

Brasil de Fato¹⁴³

O site Brasil de Fato possui perfis nas redes sociais do Facebook e do Twitter¹⁴⁴. De acordo com o relatório de observação, ambas as redes sociais servem para impulsionar as próprias publicações ou replicar conteúdo de outros sites ideologicamente alinhados. O perfil do Twitter contava com 91,7 mil seguidores e teve em um só dia de observação mais de 42 postagens. Esse mesmo perfil segue outros que denotam ideologia de esquerda. O perfil do Facebook contava com 598.667 mil seguidores no momento da observação. A página segue identidade visual padronizada com o site. Propõem imagens personalizadas, hashtags e textos introdutórios nas apresentações das publicações. Em um dia de observação houve em torno de 15 publicações, inclusive nos finais de semana, o que pode denotar programação de postagem futura ou o acompanhamento profissionalizado do perfil.

O site possui ainda uma Radioagência que produz notícias para rádios. Cada matéria é acompanhada pela descrição literal da notícia e de uma imagem. Os áudios são hospedados na plataforma de áudio “soundcloud” e são disponibilizados para serem baixados e reproduzidos por qualquer outro veículo.

O Brasil de Fato ainda possui um perfil no Flickr onde é possível baixar suas fotos para uso em outros veículos, e no Youtube, que veicula vídeos produzidos pelo Brasil de Fato.

Nexo Jornal¹⁴⁵

O site possui perfil no Facebook, no Twitter e no Instagram¹⁴⁶. O Facebook possuía na data da observação-piloto 336.057 seguidores e 334.612 curtidores. Em geral as postagens são ganchos para as matérias publicadas no site, junto com um texto introdutório. Toda vez que se digita o nome do jornal para entrar no perfil aparece o estatuto de como lidam com os comentários. O Twitter do Nexo Jornal tem 353 mil seguidores e segue 127 outros perfis jornalísticos e de órgãos públicos. As postagens diárias variam de 12 a 15. No geral os tweets também são links pra os materiais do site. Há alguns que trazem o link para os vídeos produzidos por eles (alguns na redação outros em estúdio) e publicados no Youtube. A média de tweets é de 6 a 7 por dia.

Seu Instagram conta com 5.451 seguidores e 65 publicações com foto, ou vídeo, trazendo um texto chamando para o site. O texto é mais comprido que o das outras redes sociais e não são todas as postagens que vão para o Instagram, diferente do que acontece com o Twitter e Facebook. A três redes possuem correlação na identidade estética.

O Nexo ainda possui um canal do Youtube com vídeos produzidos em estúdio – entrevistas; outros produzidos na redação resumindo a semana; e vídeos explicativos sobre conceitos trazendo gráficos sobre temáticas específicas. O canal possuía 213 vídeos e estes alimentam o site e as mídias sociais.

Há uma seção inteira do site com podcasts. Alguns deles trazem autores lendo suas próprias criações, outras entrevistas. O site provê o aplicativo para ouvir e há apresentadora e vinheta própria.

Agência Pública¹⁴⁷

Há Facebook, Twitter e Instagram¹⁴⁸, identificados por ícones no site. No Facebook eles possuíam 170.922 curtidas e 169.227 seguidores. A fanpage tem como foto de perfil o logo da Pública e replica, principalmente, reportagens feitas e já postadas no site da Agência. O Twitter possuía 97 mil seguidores. Mostra identidade visual correlata e replica reportagens feitas e já postadas no site da Agência além de tweets de reportagens postadas por outros veículos de informação.

O perfil do Youtube possui 5.682 inscritos. Vídeos postados são os das reportagens do site reunindo mais de 200 vídeos. As postagens são feitas, pelo menos, semanalmente.

¹⁴³ <https://www.brasildefato.com.br/>

¹⁴⁴ <https://www.facebook.com/brasildefato/>; https://twitter.com/Brasil_de_Fato

¹⁴⁵ www.nexojornal.com.br

¹⁴⁶ <https://www.facebook.com/nexojornal/>; <https://twitter.com/NexoJornal>.

¹⁴⁷ <https://apublica.org/>

¹⁴⁸ <https://www.facebook.com/agenciapublica/>; <https://twitter.com/agenciapublica>.

O Instagram possui 2.861 seguidores. As postagens são bem esparsas, às vezes com quase dois meses de diferença. As imagens são do tipo fotolegenda e são usadas para chamar para reportagens. Todas são creditadas.

Rede Brasil Atual

Tem Facebook (121.477 mil curtidas) e Twitter (51 mil seguidores)¹⁴⁹. Os ícones são similares aos usados nas próprias redes sociais e estão em destaque tanto no cabeçalho da página principal quanto no rodapé. Apesar de usar o logo do site, a página no face tem um cabeçalho em tom de cinza diferenciado do destaque do site. Em geral ambos são usados para replicar conteúdos do site com postagens variando entre 2 a 3 por dia.

O canal de Youtube possui 75 vídeos, em sua maioria cobrindo manifestos, entrevistas com personalidades da esquerda ou de sindicatos e grupos ativistas. São poucos vídeos para o tempo de existência do canal, o que indica que a produção de vídeos para este espaço específico não é prioridade para o portal.

Global Voices¹⁵⁰

O site tem versões em 45 línguas, por isso as redes sociais possuem o complemento “Lusofonia” para as que estão em português. Os símbolos do Facebook e do Twitter estão no menu superior à direita e nas páginas interiores. Na fanpage do Facebook em português havia 6.655 curtidas e 6.573 seguidores. O perfil possui a identidade visual do site na foto e é usado para replicar o conteúdo do site com uma chamada.

O Twitter segue identidade visual com 1.798 seguidores e seguia 448 outros perfis no dia da observação-piloto. Publica tweets especificamente para encaminhar para produções do site.

O Instagram tem a conta do Global Voices em inglês mas a em português está aberta sem postagem alguma. O canal do Youtube em português possui um vídeo com um debate e 4 inscritos.

Considerações finais

Não há dúvidas de que o advento da Internet no Brasil favoreceu que mídias de caráter alternativo às convencionais pudessem se desenvolver e apostar em um jornalismo que apresente “o outro lado”. O mapeamento que começou em 2015, e ainda continua, mostra que as iniciativas que pretendem trazer informação se multiplicaram nos últimos anos.

Uma das percepções desse estudo seria a convergência de formatos de conteúdo acontecendo dentro do ambiente digital, algo que Castells (2001) já apontava explicando que esse “novo espaço” (Echeverria, 2012) seria o ambiente que propiciaria essa confluência do áudio, do texto, do vídeo, da imagem. Importa apontar que essa convergência não é feita entre o que está fora desse espaço e fora dele (como aconteceria com a mídia convencional) já que o alternativo teve esparsas produções fora do ambiente digital. Assim, as produções são realizadas já pensando a veiculação nesse ambiente digital.

A constatação da observação sistemática piloto dessa terceira fase do estudo foi de que dos 5 sites observados, os cinco possuem perfil no Facebook e no Twitter, plataformas consideradas redes sociais, além de dois deles terem Instagram e cinco terem Canal no Youtube. O uso predominante de Facebook e Twitter é limitado à repercussão das produções dos sites, isto é, com o intuito de trazer sua audiência para o site por meio de outros meios. Isso se comprova pela pouca ou inexistente interação de um “moderador” nos debates nessas mídias sociais, mas também pela ausência de conteúdos produzidos especificamente para estimular o debate ou as relações dentro dessas redes. Denota-se, então, que especificamente para esses sites há, ainda, um caminho a se percorrer até que essas redes sociais digitais sejam a “metáfora” das redes sociais e dos grupos que se organizam fora do digital.

¹⁴⁹ No dia da observação piloto. <https://www.facebook.com/redebrasilatual/>; <https://twitter.com/redebrasilatual>

¹⁵⁰ <https://pt.globalvoices.org/>

Referências

- ALSINA, M.(2009) **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes. ATTON, C. (2006) **Alternative Media**. London: Sage
- BAUER, M.; GASKELL, G. (2002) **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático**.Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis, RJ : Vozes.
- CASTELLS, M. (2001) **A galáxia da Internet**. Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro. Zahar, 2001.
- ECHEVERRÍ, J. (2012) ¿Democracia en Internet? In: CHAMPEAU, Serge; INNERARITY, Daniel. (Comps.) Internet y el future de la democracia. (pp.179-200) Barcelona : Paidós.
- DOWNING, J.(2002) **Mídia radical**:rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac.
- GRINBERG, M. (1987) Comunicação alternativa: dimensões, limites, possibilidades. In: GRINBERG, Máximo (org.). **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis : Vozes.
- JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. (2014) **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo : Aleph.
- KAYSER, J. (1953) **Une semaine dans le monde. Étude compare de 17 grands quotidiens pendant 7 jours**. Paris : UNESCO.
- KUCINSKI, B. (1991) **Jornalistas e revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo : Página Aberta.
- LEMOS, A. (2008) **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura**.Porto Alegre : Sulina.
- OLIVEIRA, D. (2009)**Jornalismo alternativo, outopismo iconoclasta**.In: SBPJor. Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo: USP.
- PERUZZO, C. (2008) Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. In: **Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom.
- RECUERO, Raquel.(2009) **Redes sociais na internet**. Porto Alegre : Sulina.
- RIFFE, D.; LACY, S., FICO, F. G. (2005) **Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research**. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/245374421_Analyzing_Media_Messages_Using_Quantitative_Content_Analysis_in_Research
- RODRIGUEZ, C. (2006) From alternative media to a citizen media. In. GUMUCIO-DRAGON, Alfonso; TUFTE, Thomas. **Communication for Social Change**. Anthology: historical and contemporary readings. New Jersey. Communication for Social Change

Enquadramento, estigma, postagens: Uma etnografia virtual do estigma, do enquadramento na militância off/on

Framing, stigma, posts: A virtual ethnography of stigma, of framing militancy off / on

*Jesus Marmanillo Pereira*¹⁵¹
*Pedro Jorge Chaves Mourão*¹⁵²

Resumo: O presente artigo parti de uma observação cotidiana on/ of sobre um movimento social definido, que denominaremos de a “Onda”, para e refletir sobre os processos sociais que possibilitam que uma causa coletiva definida por seus membros como “nobre” se converta em movimentos baseados na hostilidade ao “outro”, através do estigma e do sistema de enquadramento. Buscamos analisar as relações cotidianas diádicas e elencar processos que podem ocorrer em qualquer forma de mobilização, independentemente de seu espectro ideológico. Para tanto, nos baseamos nas contribuições de autores como Erving Gofman, Norbert Elias entre outros que problematizam os mecanismos sociais de construção identitária nas relações “nós” - “eles”, e entre o “eu” e o “outro”. Nesse viés, nos valem da pesquisa com postagens na comunidade virtual do referido grupo, e da análise dos e-mails trocados entre os membros e da observação direta sobre as lideranças.

Palavras Chave: Etnografia virtual, Estigma, Identidade, macro enquadramentos.

Abstract: This article left an everyday observation on / of on a social movement set, which shall call the "Wave" to and reflect on the social processes that enable a collective cause defined by its members as "noble" becomes in movements based on hostility to the "other," through stigma and the framing system. We seek to analyze the dyadic everyday relations and list processes that can occur in any form of mobilization, independently of its ideological spectrum. For this, we rely on the contributions of authors like Erving Gofman, Norbert Elias and others that question the social mechanisms of identity construction in relations "we" - "they", and between "self" and "other." In this bias, we use the research with postings in the virtual community of the referred group, and the analysis of the e-mails exchanged between the members and the direct observation about the leaderships.

Keywords: Virtual ethnography, Stigma, Identity, macro frameworks

O Cenário, as dificuldades e desafios da inserção na Onda

Para o indivíduo que observasse o movimento político “A Onda”, entre maio de 2015 e maio de 2016, a perceberia como um conjunto de ações e manifestações que ganharam expressão por meio do grupo público criado em uma “rede social” facebook, e também em uma programação de atividades lúdicas, palestras, oficinas que ocorreram cotidianamente em um pequeno campus universitário localizado na cidade de Empress153, localizada na Bruzundanga.

Tratava-se de um ajuntamento de atores cujas ações pareciam reivindicar uma liderança local nas causas coletivas referentes à defesa da educação pública, que para eles eram propositalmente desmantelada pelo governo daquele país. Além disso, é importante dizer que o conjunto de ações e comunicações do grupo existia em relação a um sindicato mais tradicional, professores e alunos que passaram a ser classificados como “engajados” ou “pelegos” a

¹⁵¹ Professor da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Doutor em Sociologia, Brasil, jesusmarmanillo@hotmail.com

¹⁵² Doutorando em Sociologia pela Universidade Estadual do Ceará, Brasil, pjmourao_cs@hotmail.com

¹⁵³ Dados como nomes das localidades, pessoas, e instituições foram alterados para preservar os pesquisados e os pesquisadores fachadas, estigmas e reivindicar determinadas posições, ligadas diretamente as disposições dos grupos ou indivíduos (GOFFMAN, 1974; 1985; 1988; 2010; 2011)

depender dos enquadramentos e categorizações feitos pelos membros da Onda. Quando pensadas por meio de uma perspectiva relacional, a ação de classificar possibilitava aos atores sociais construir determinadas

Para compreender melhor isso, nos deteremos, primeiramente, em algumas características mais gerais da comunidade “A Onda” e sua relação binária entre a militância offline e online, destacando determinados atores e aspectos discursivos. Diante disso, traçaremos paralelos com dados oriundos das observações diretas para posteriormente analisar tensões internas.

No facebook, o grupo foi criado em 9 de maio de 2015, pelo estudante calouro Danny Vinyard. Segundo o próprio estudante (imagem1) a sugestão da criação do grupo no ambiente virtual foi feita pelo professor Rainer W, afim de propiciar o compartilhamento de informações sobre a conjuntura da educação pública. Essa primeira aparição, como é possível visualizar na imagem1, já deixa claro um elo, fundamental, do ajuntamento - a relação entre docentes e discentes.

Imagem 1 – Criação da comunidade online



Fonte: facebook, 2017

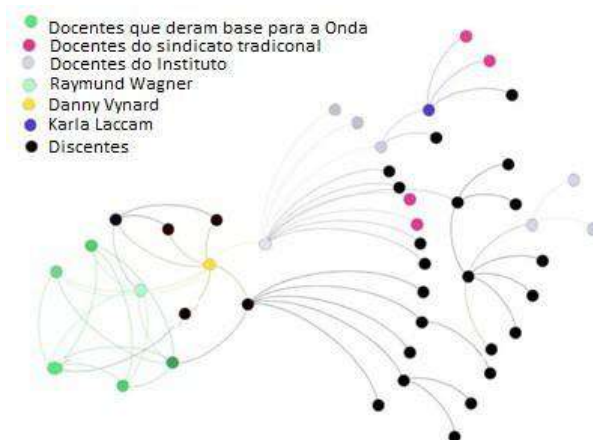
Era uma iniciativa endossada por alguém que precisa ser mencionado no processo de formação da comunidade. É importante destacar que o jovem Danny Vinyard possuía 20 anos e era calouro naquele instituto de ensino superior, no qual o professor Rainer W., com cerca de 40 anos, lecionava há 4 anos na faculdade. O papel diferenciado dentro da estrutura social fortemente hierarquizada, a idade e o visual despojado criaram um contexto adequado para o alinhamento entre o conhecimento das ferramentas digitais pelo jovem, e conhecimento das ferramentas políticas pelo velho. Além do professor Rainer W, o jovem Danny aliou-se também com o aluno Bloomer e aluna Mary Goeswith Theothers que eram envolvidos diretamente na concorrência pelo Centro Acadêmico Estudantil local, e com Klaus Stoltefuss que além de ser engajado na “Onda” já havia se lançado inúmeras vezes na concorrência da prefeitura da pequena cidade de Empress. Para compreender melhor os atores que compunham o núcleo do ajuntamento, é importante dizer, também, que Danny Vinyard foi aluno de Magda Goring e amigo de classe de Suzy Hollow, que além de docente era esposa do professor Cameron Alexander.

Não se trata assim de sujeitos que eram ligados apenas pelas idéias da Onda, mas que para o desenvolvimento de tal ideia havia um conjunto de (inter) relações sociais que forneciam coesão, força e status. Apesar de todos serem docentes e discentes, as aproximações e distanciamentos podiam ser pensados, primeiramente, em relação aos laços de amizade, laços de coleguismo e amorosos. O compartilhamento das idéias do grupo entre alunos mais antigos e professores, pôde significar status para os calouros em relação a outros calouros. Nessa combinação entre novos e antigos, experiência e inexperiência foram componentes importantes na formação do ajuntamento. No dizeres de Durkheim (2013), constituem elementos fundamentais no processo educacional e na integração do indivíduo em algo maior. Nesse sentido, o engajamento de novos membros pode ser pensado na combinação de professores experientes com a mediação discente para atrair outros discentes. Na comunidade do facebook, isso pode ser observado por meio do aumento do número de novos membros nos meses letivos, e diminuição de adicionados nos meses de férias.

O papel dos discentes (mais conectados na internet) é fundamental. Fato que dos 42 membros adicionados nos meses de criação da comunidade, 40 foram inseridos pelo próprio aluno Danny. Bloomer adicionou mais 35 ao longo dos meses seguintes e Klaus Stoltefuss adicionou uma aluna em agosto, que foi responsável pelo acréscimo de mais 45 pessoas nos dois meses seguintes.

Para cada adicionado existem mais outros adicionados, sinalizando um modelo de rede conhecido como bola de neve, ou snowball. Segundo Vinuto (2014) trata-se de um modelo adequado para análises exploratórias de grupos de difícil acesso¹⁵⁴. Um ano após a criação a comunidade virtual pulou de 42 para 349 membros.

Gráfico 1 - Rede inicial da Onda



Fonte: os autores, 2017

No gráfico 1 o ponto amarelo e o ponto verde claro sinalizam a primeira relação entre Danny e o professor Rainer W.. Apesar de esse ser um nó central no primeiro grupo de professores (pontos verdes) é importante verificar que esses já possuem relações entre si, independentemente do laço comum com Rainer W.. Isso ocorre porque embora seja o principal articulador entre os docentes, sendo um dos mais recentes no instituto, ele chegou e se instalou em um ajuntamento já formado. Indo da esquerda para a direita os primeiros pontos negros são os alunos veteranos com que Danny Vinyard teve contato.

Os pontos rosados são os docentes de outros institutos e do sindicato mais antigo, que mantinham relação com a Onda e com alguns membros da Faculdade. Já o ponto azul sinaliza a docente Karla Laccam¹⁵⁵. Após o primeiro grupo de professores se relacionarem com os discentes ocorre um aumento gradativo da rede social dentro da comunidade virtual. Essa maior ou menor aproximação com as tecnologias ficou evidente por meio da observação do número de postagens, já que verificamos que Magda Goring realizou 128 postagens, Klaus Stoltefuss fez 84, Bloomer postou 37 e Rainer W. fez 30, ou seja, esses quatro membros concentraram sozinhos 87% das 318 postagens, representando assim, o núcleo que alimentou a comunidade com informações a respeito da dinâmica da Onda. Já Danny (com 7 postagens) e Cameron Alexander apesar de serem pouco ativos na comunidade Onda online, possuíam importante papel nas decisões práticas (offline) do ajuntamento, principalmente o último pela capacidade de ditar quem era ou não apto a pertencer ao grupo.

Os enquadramentos, ou Frames (GOFFMAN, 1974) produzidos pelos ajuntamentos são formas discursivas oriundas das experiências dos atores e das situações de interação. Totalmente associado aos processos identitários, os enquadramentos são importantes na definição do “nos” em relação ao “eles”, e também no processo que atribui sentido a “luta”, portanto, aquele que inspira e legitima as campanhas do grupo social. Tais ações incorporam crenças e símbolos preexistentes e definem modalidades de ações coletivas (Snow e Benford, 2000, p. 89).

Dessa forma, os macroenquadramentos ocorrem quando há o alinhamento de um ou mais enquadramentos. Como exemplo do grupo, podemos citar Magda Goring que, com 43 anos era oriunda dos países do norte e expert em jornalismo. Ela fez a graduação durante a década de 1990, e o mestrado e o doutorado entre os anos de 2005 e 2016 - em universidades privadas. Ela chegou na pequena cidade de Empress em 2008 e logo se filiou na Associação dos Professores da Universidade Federal da Bruzundanga, instituição onde obteve o posto de diretora de interiorização.

¹⁵⁴ A partir do contato com o informante Doc no centro comunitário do local estudado, Foote Whyte (2005) foi alcançando o entendimento da produção de outros contextos e encontros, ampliando cada vez mais a rede de contatos.

¹⁵⁵ Ela é a atriz social com a qual tivemos maior interlocução, e sua perspectiva sobre o espaço social analisado foi tomada como ponto de partida para a análise das tensões e conflitos internos do movimento

Dessa forma, era a professora mais antiga da “Onda” e a que possuía algum acúmulo de capital político como militante. Toda essa expertise pode ser observada ao longo das 128 postagens que foram subdivididas (por nós) nas categorias de:

1. Status (3 postagens), espaço mais destinado a escrita de textos;
2. Links (17 postagens) de sites, blogs e outras fontes de informação ligadas à militância;
3. Vídeo (1 postagem);
4. Foto (107 postagens) onde foi possível acompanhar todas as atividades do núcleo base da Onda.

Em junho de 2012, mês em que “a Onda” deflagrou um movimento de greve dos professores, Magda realizou 33 postagens, dos quais 16 eram panfletos que convidavam a comunidade acadêmica e sociedade civil para debates, reuniões organizativas, palestras e eventos culturais relacionados a mobilização do ajuntamento; 7 eram informativos para a divulgação da programação das atividades; 8 eram coberturas fotográficas das atividades dos grevistas, 1 era a transmissão de alguns minutos de uma assembléia realizada pelos grevistas e outra um link com uma entrevista do líder Cameron Alexander, realizada em uma rádio da cidade.

Ao mesmo tempo em que as coberturas fotográficas dessa liderança transmitiam a idéia de coesão e mobilização entre docentes e discentes, essa militante que também era vinculada ao sindicato mais tradicional daquele país, ocupando o posto de diretora de interiorização. Assim como o conjunto de (inter) relações e espaços de trânsito, o número de temas das postagens não são unicamente dedicados ao enquadramento da greve local promovida pela Onda, mas consideram também pautas do movimento negro, o debate em torno da maioridade penal, movimento em defesa do transporte público, divulgação de candidatos que concorriam a diretoria do centro e críticas ao senador federal daquele país. São temas que apontam outros engajamentos e sinalizam uma fachada de apoio as minorias e movimentos de esquerda.

Pelegos, militantes e o estigma

Para quem observasse de fora, ela teria as mesmas características dos outros, postagens militantes: fazia fotografias do evento e possuía uma postura de esquerda, no entanto, o exame mais profundo das micro-relações aponta que apesar disso, esse novo membro (pontinho azul do gráfico 1) só entrou na comunidade virtual no mês de outubro, após uma certa fraqueza do movimento da “Onda”. Ela era uma personagem de características sociais oscilavam entre o pertencimento e a construção de um tipo diferente de mobilização, pois partia de uma valorização do local.

Podemos citar uma que situação inicial onde se percebeu que tais diferenças puderam ser canalizadas em um conflito, foi em uma reunião de colegiado onde os membros da “Onda” colocaram em pauta a questão de adesão a greve das camisas brancas. Naquele momento a não adesão de Karla Laccam foi a semente de um conflito no interior do grupo.

A partir de então houve uma amplificação desse enquadramento, fazendo com que a professora fosse estigmatizada como pelega- um tipo de classificação que apagava todas as características sociais dela. Sobre essa questão do estigma. Elias (2000) ao analisar as inter (relações) entre estabelecidos e outsiders, nota que “Em Winston Paiva, como em outros lugares, viam-se membros de um grupo estigmatizando os de outro, não por suas qualidades individuais como pessoas, mas por eles pertencerem a um grupo coletivamente considerado diferente e inferior ao próprio grupo” (ELIAS, 2009, p.23). Trata-se quase sempre de um processo unilateral de exclusão que necessita de certa coesão dos estigmatizadores e da falta de coesão dos grupos estigmatizados. Elias (2009) percebe que a “fofoca” ao transmitir os incidentes, tende a combinar os fatos com a imagem feita dos outsiders, nesse sentido, todo o processo ocorre porque, sendo coesos os estabelecidos podem se “aparelhar” melhor das oportunidades, “empurrando” os outsiders para as posições mais precárias, obtendo com isso uma materialidade de diferenciação que é combinada com uma imagem depreciativa.

Nesse viés, a interpretação construída de que a “Laccam” era contra a greve surge em sintonia com o desejo de apagar as características individuais dela, e colocá-la em uma posição de diferenciação em relação ao grupo da “Onda”, ou seja, ao mesmo tempo em que estigmatiza, reafirma a identidade do grupo. No âmbito do Instituto os professores que não concordavam com os métodos da “Onda” foram os primeiros a serem enquadrados como “fura greve”, “pelegos” “reacionários” e a terem os seus papéis gradativamente desconstruídos pelos militantes. Assim, a primeira relação hierárquica entre docentes e discentes foi um primeiro alvo dos membros da Onda

Mas enfim, como lembra Elias (2009), Gofman (1988 e 2010) são necessárias barreiras físicas, sociais e emocionais para que haja a manutenção da identidade deteriorada. É importante ofuscar as características sociais e

personais em detrimento da valorização dos termos depreciativos. Isolar sujeitos dos contextos, classifica-los e reorganiza-los em determinadas ideias foi uma estratégia que impedia a “plateia” entender a complexidade dos atores e situação. A única possibilidade de ruptura com o estigma, nessas situações, é quando saltamos o “muro” e nos apresentamos sem mediação. A apresentação face a face é ainda o melhor processo de (auto re) conhecimento entre o “eu” e o “outro”, só por meio dela e que são quebradas as mediações, os muros e as estratégias de poder.

A partir desse raciocínio, fica fácil compreender o motivo de isolamento da militante Karla Laccam, que tentou aproximação por um aplicativo de celular, mas logo foi excluída a mando de Cameron Alexander 156, que assim que a viu incentivando a mobilização no grupo, prontamente enviou uma mensagem Bloomer e Klaus Stoltefuss para darem um jeito nela. Outra ação de isolamento ser observada em um conjunto de e-mails¹⁵⁷ trocados entre 15 e 18 de junho. Eles versavam sobre a exclusão da professora da lista de e-mails dos professores como é possível verificar abaixo:

Subject: Reinclusão de e.mail no grupo da Onda¹⁵⁸

Date: Mon, 15 Jun 2015 23:52:13 +0000

Prezados, peço gentilmente que reincluam meu e.mail no grupo. Não sei por qual motivo não está mais presente...
[...] **Karla Laccam**

De: "Cameron Alexander"

Enviadas: Terça-feira, 16 de junho de 2015 15:58:21

Assunto: Posicionamento ao email de Karla Laccam

Caros Colegas[...]O assunto é que a professora **foi excluída da lista por ser o unica que votou contra a greve na reunião de colegiado do curso da Onda**, com 9 votos a favor 1 em contra. Considerando que este espaço de informação via email é exclusivo para membros da Onda que estão organizando a greve não vemos sentido envolver ao referido professor em informações chaves sobre as atividades de paralização em andamento. **A solicitação da professora é no mínimo contraditória**

Em 16 de junho de 2015 15:54, Diferent opinion

1 <> escreveu:

Caros Colegas,

Não vejo problemas em atender a solicitação de Karla Laccam. Apesar de haver pontuado sua opinião em reunião de colegiado contrária ao da maioria, não significa que não possa acatar o que foi decidido, ou mesmo que se mantenha fora do movimento, faz parte da categoria

Att., D. Reflexivo1

Em 16 de junho de 2015 17:01, Diferent opinion 2

> escreveu:

Colegas,

Eu sou da opinião de que as mensagens desta lista devem circular entre todos os professores que desejam obter informações sobre a greve. Se restringirmos o diálogo aos professores que concordam com a gente, estaremos falando apenas para os que já pensam como nós. O importante, creio, é convencer os demais.

¹⁵⁶ Cameron Alexander, apesar de possuir 41 anos, trazia consigo vários sinais da juventude e quebra de padrões (para a sociedade de Empress): tatuagens, cabelo grande, frases de efeito e roupas de surfista eram os elementos com os quais compunham a própria fachada e desenvolvia o controle de impressões sobre os jovens do instituto. Sua influência sobre os jovens era aparelhada por sua esposa Mary Goeswith Theothers que era discente e amiga de turma de muitos membros da Onda.

¹⁵⁷ Sendo um grupo extremamente fechado, o acesso aos e.mail foi obtido graças a alguns informantes pertencentes ao grupo de 52 membros que recebiam os informes da “Onda”

¹⁵⁸ O E.mail foi enviado para o núcleo da onda, com cópia para 52 contatos de outros membros que também recebiam as notícias do grupo.

Abs, Reflexivo 2

Em 17 de junho de 2015 22:37, Rainer W. <Rainer.W.Wagnerr@gmail.com> escreveu:

Caros colegas e estudantes.

Concordo com a posição de Alexander, e retomo a colocação de Stoltefuss . [...] A comissão foi criada para organizar debate e articulação política em tono da Universidade Publica. [...] A comissão não foi criada para ser um meio de difusão publica foi criada para ser um instrumento orgânico- politico de professores e estudantes que apoiam a universidade publica e como tal a greve. [.] A meu entender a comissão não surge com o intuito de ser veiculo informativo e sim instrumento organizativo para debater os temas acima citados em especial a paralisação e como tal são debatidos temas internos e delicados. Dito este esclarecimento, não vejo sentido que o Karla Laccam participe da lista da comissão especialmente porque ele não organiza debate em torno da universidade publica, não participa efetivamente da comissão e mais ainda vota contra greve, coisa que a comissão denuncia e condena[]

Abrs e saudações Prf. Rainer W. Wagner

Na busca de produzir coerência, Cameron Alexander e Rainer W. (nos E-mails) se valem de uma estratégia de alinhamento (frame alignment) que busca sempre polarizar os que são contra e a favor da greve. O alinhamento é produzido socialmente quando a inclusão ou exclusão da professora é associada com a própria luta pelos institutos de ensino, podendo significar um passo atrás na luta.

Nas mensagens dos lideres, notamos que após a reafirmação do estigma de “fura greve”¹⁵⁹, o passo seguinte foi desconstruir a característica informativa e socializadora da lista de contatos incluídos no debate. Para isso, os mesmos professores explicam que se trata de um meio de comunicação restrito aos membros da Comissão, e um “um instrumento orgânico-político de professores e estudantes que apoiam a greve”, ou seja, mais uma vez se reforça o estigma do não apoio do “fura greve”, colocando-o como ameaça para a mobilização (função diagnostica do frame) cuja solução é a exclusão dele (função prognosticado frame).

Enquanto as falas dos professores reflexivos e de opinião diferente optam pela estratégia de inclusão e difusão do debate, enfatizando o fato de ser possível opinar contra e de acatar a decisão da maioria, as lideranças focalizam o “voto contra” e se colocam na posição de condenadores e denunciadores da militante Karla Laccam, que segundo eles não a organiza o debate em torno da universidade pública. Após isso, reforçam o aspecto exclusivo daquele canal de comunicação.

A fragilidade desse argumento pode ser observada no próprio número de remetentes do grupo para os esses e-mails eram direcionados. Um número que gira em torno de 50 membros, ou seja, era cinco vezes maior que o número de membros do comando de greve¹⁶⁰. A impressão que esses números passam, é que os critérios de participação eram pautados em aspectos pessoais e subjetivos, não tendo o caráter agregador e democrático necessário a qualquer movimento social que se pretenda coletivo. Para reforçar esse argumento vale a pena visualizar a imagem 5 que traz um print de um e-mail da militante enviado para a própria comissão.

Imagem 5 - A “fura greve” oferecendo apoio na programação de greve



Fonte: Os autores, 2017.

¹⁵⁹ Sem a presença virtual do julgador, já que o primeiro e-mail foi escrito após a exclusão do grupo.

¹⁶⁰ Os e-mails da comissão eram assinados por nove professores e quatro alunos

Sobre a resposta desse e.mail, podemos dizer que ela surgiu no dia seguinte (no último trecho das citações anteriores), mas para os cinquenta e poucos membros que recebiam as notificações do comando de greve. De forma clara, outras pessoas recebiam a seguinte opinião do professor Rainer W. Wagner “não vejo sentido que o Karla Laccam participe da lista da comissão especialmente porque ele não organiza debate em torno da universidade pública, não participa efetivamente da comissão [...]”.

Conclusão

Muito mais que um adjetivo que possa ser utilizado contra o movimento A ou B, a experiência (n) etnográfica nos possibilita perceber que as raízes de um movimento protofacista podem surgir nos terrenos onde menos se espera: das relações cotidianas de vizinhança, de trabalho, dentro dos ambientes domésticos, públicos e no movimento estudantil, das relações de amizade. Não surgem, a símbolos que dominam nações, mas com base nas micro-relações, nas produções de estigmas que impendem uma comunicação clara entre o “eu” e o “outro”.

Com uma grande metáfora, podemos dizer que por mais gigantesca que seja a base ideológica da onda, é necessário observar a base submersa de onde provem a força que impulsiona milhões de mililitros a se impulsionarem fortemente em um só movimento. Longe de nos atermos no que a “Onda” possuía de mais geral, buscamos nos deter nas condições sociais de produção da mobilização e nas interdependências que garantem a manutenção do estigma.

A idéia da identidade construída com base na polarização e estigma, ao focar o olhar no “outros” obscurece toda a engenharia social mobilizada em torno dos “nós”: as redes de (inter) relações sociais, das divisões do trabalho social e os métodos educativos pautados na construção de hierarquias, linguagens comuns e sentidos compartilhados. Enfim, às características sociais dos membros ainda constitui-se como um importante dado a ser considerado, mesmo em uma mobilização que se valha do recurso virtual.

Referências bibliográfias

BARRETO, Lima. (1990) **Os bruzundangas**. Rio de Janeiro: Ediouro: DURKHEIM, Émile. (2013). **Educação e sociologia**. Rio de Janeiro: Editora Vozes,

ELIAS, Norbert; SCOTSON, John L.(2000) **Os estabelecidos e os outsiders**: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

SNOW, David; BENFORD, Robert.(2000) **Framing processes and social movements**: an over view and assessment. Annual Rev. Sociology, Palo Alto, v. 26: 611-39.

GOFFMAN. Erving.(1974) **Frame analysis**: an essay on the organization of experience. New York: Harper and Row.

_____.(1985) **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Ed vozes.

_____.(1988) **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro. Editora LTC. 2015. 4ª.ed. Vozes.

_____.(2010) **Comportamentos em Lugares Públicos** – Notas sobre a organização social dos ajuntamentos. Petrópolis: Vozes.

_____.(2011) **Ritual de interação**: ensaios sobre o comportamento face a face. Tradução Fábio Rodrigues Ribeiro da Silva. Petrópolis: Vozes.

VINUTO, J.(2014). **A amostragem em Bola de Neve na pesquisa qualitativa**: um debate em aberto. Temáticas (UNICAMP), v. 44, p. 201- 218.

WHYTE, William Foote(2005). **Sociedade de esquina**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

Ponencia presentada al GT 8: Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía

Metarepresentação: demandas por representatividade do movimento social dos surdos brasileiros

Metarepresentation: representative claim of Brazilian Deaf social movement

Regiane Lucas de Oliveira Garcêz¹⁶¹

Resumo: O trabalho pretende discutir a noção de metarepresentação – questionamento da legitimidade da representação política discursiva (Saward, 2010; Dryzek, 2008) – a partir de um estudo sobre o movimento social das pessoas surdas brasileiras. Investigamos como a metarepresentação se conforma em três arenas: a) um grupo fechado de lideranças surdas organizado no Facebook, b) uma audiência pública do judiciário e c) no GT de Educação da Conferência Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência. Realizou-se um mapeamento dos representative claims (demandas por representação) e uma análise sistêmica. Conclui-se que a metarepresentação pode ser acionado para a) celebrar o protagonismo dos próprios surdos e pessoas com deficiência, b) questionar a representatividade nas instâncias formais de participação e c) reivindicar o lema da Convenção Internacional das Pessoas com Deficiência: nada sobre nós sem nós.

Palavras Chave: Representação discursiva. Metarepresentação. Educação de surdos brasileira.

Abstract: This work discusses the notion of metarepresentation – questioning the legitimacy of the political discursive representation (Saward, 2010; Dryzek, 2008) – from a research on the Brazilian deaf people social movement. Our unit of analysis is the representative claims. Adopting a systemic approach, we analyzed the representative claims addressed in: a) a closed group including leaders of deaf people organizations of a social movement in Facebook, b) a public court hearing and c) a Working Group on Education within the National Conference of Disabled People's rights. We did a map with the representative claims and a systemic analyse. The conclusion is that the metarepresentation can be activated to a) celebrate the deaf and disabled people's protagonism, b) to question the representativity in the formal domains of participation and c) to claim the motto of the Convention on the Rights of Persons with Disabilities Convention: "nothing about us without us".

Keyword: Discursive representation. Metarepresentation. Brazilian Deaf People Education.

São questões contemporâneas a discussão sobre representatividade, legitimidade da representação política e lugar de fala. No nosso estudo buscamos compreender a dinâmica da representação política de um ponto de vista comunicacional, discursivo e não eleitoral (Saward, 2010; Dryzek, 2008). Consideramos também que os movimentos sociais são agentes centrais na dinâmica da representação, promovendo conexões entre várias arenas políticas formais e informais (Maia, 2012).

Interessa-nos compreender como a comunicação conforma o ato de falar em nome de alguém ou de alguma causa; como esses movimentos e organizações são representados; como suas demandas são traduzidas para um vocabulário público na esfera de visibilidade e quais as fontes de autoridade as lideranças utilizam para buscar legitimidade para os seus posicionamentos. Particularmente, no estudo em questão, interessa-nos compreender as reivindicações de legitimidade feitas pelos próprios movimentos sociais e integrantes da sociedade civil.

No caso do movimento social das pessoas surdas, a questão da representação se revela central visto que historicamente pais, professores e autoridades negaram o protagonismo dos surdos por acreditarem na sua incapacidade (LANNA JÚNIOR, 2010). As associações de surdos permaneceram no anonimato por muitos anos por causa da proibição do uso da língua de sinais (LANE, PILLARD e HEDBERG, 2011); o movimento social sofre constantemente a

¹⁶¹ Regiane Lucas de Oliveira Garcêz. Professora na Universidade Federal de Minas Gerais. Doutora em Comunicação Social. Brasil. regianelucasgarcez@gmail.com.

deslegitimação por parte de autoridades (CAMPELLO e REZENDE, 2014) e a representação nos espaços institucionais é frequentemente questionada.

No caso analisado, o Movimento Surdo passou por uma retomada em 2011 motivada pela ameaça de fechamento de uma escola federal centenária, o Instituto Nacional de Educação dos Surdos (INES), localizado no Rio de Janeiro (FARIA-NASCIMENTO e COSTA, 2014). O fechamento foi determinado a partir da Política Nacional de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva (2008), do Ministério da Educação, que proibia matrículas em escolas exclusivamente de surdos ou de outras deficiências. Assim, haveria o progressivo fechamento dessas instituições e os alunos seriam encaminhados para as escolas comuns. A principal luta do movimento era a defesa da escola bilíngue, onde a língua de instrução seria a Língua Brasileira de Sinais (Libras) e onde o Português seria ensinado como segunda língua. O Movimento Surdo atuou em várias frentes que envolveram o legislativo, executivo, judiciário e esferas de participação. Desenvolveram também estratégias de comunicação, mobilização e lobbies dos mais variados tipos. Para este artigo, escolhemos analisar a representação do movimento nos âmbitos do judiciário, conferência de direitos e um grupo de lideranças no Facebook. O nosso estudo está estruturado da seguinte maneira. Na primeira seção discutimos a noção de representação política discursiva e metarepresentação. Na segunda parte apresentamos a metodologia e o *corpus* de pes.

Representação discursiva e metarepresentação

Os estudos sobre representação não eleitoral (URBINATTI, 2006; URBINATI e WARREN, 2008), DRYZEK e NIEMAYER, 2008) discutem que o entendimento da representação conforme os critérios numéricos do voto e de territorialidade já não dão conta de explicar fenômenos contemporâneos.

Esses autores têm conferido centralidade aos processos de representação ao invés de focar apenas nos resultados ou nas eleições. Iris Young (2000) aponta para uma representação de perspectivas ou pontos de vista, ao invés de representação por território ou por eleitores. Dryzek e Niemeyer (2008) destacam a discursividade dos processos de falar e/ou agir em nome de. Leonardo Avritzer denomina de representação por afinidade as articulações que ONGs e sujeitos estabelecem (AVRITZER, 2008). Saward (2009; 2010) nomeia de demandas de representação (representative claim) como “um contínuo processo de fazer e receber, de aceitar e rejeitar demandas – entre e fora dos períodos eleitorais” (SAWARD, 2010, p. 36). O que há de comum nessas abordagens é o fato de a representação se dar fora dos momentos eleitorais, de englobar tanto a política formal quanto os processos discursivos cotidianos; de referir-se não apenas a pessoas, mas a perspectivas ou valores; e de frisar a ausência de procedimentos formais de eleição e de prestação de contas.

A representação como atividade (PITKIN, 1967) é um processodifuso, criativo, incompleto e aberto a revisões. Ao evidenciarmos o processo, conferimos centralidade a uma dimensão constitutiva da representação (MANSBRIDGE, 2003) na qual os processos comunicacionais são centrais. Ao compreender a atividade de falar em nome de, lançamos um olhar capaz de revelar a complexidade da representação.

O que chamamos aqui de metarepresentação é a tematização da representação e daquilo que a constitui – legitimidade, autoridade, representatividade, prestação de contas, dentre outros elementos – enquanto conteúdo mesmo das pretensões de representação. Em outras palavras, no ato de representar, a demanda de representação questiona, legítima ou tematiza o próprio ato de representação. Dessa maneira, ao identificar a metarepresentação na nossa pesquisa estamos identificando as reivindicações de lugar de fala, a representatividade das pessoas surdas, o questionamento da legitimidade da representação

Metodologia

Analisamos os proferimentos a partir das unidades de análise, o que Saward (2010) chama de claim: “uma demanda de representar, ou uma demanda de quem sabe que representa o interesse de alguém ou de alguma coisa” (Saward, 2010, p. 42). Coletamos 128 demandas de representação em três arenas de atuação do movimento, sendo 47 delas expressas por surdos e 26 por pessoas com outra deficiência.¹⁶²

¹⁶² A audiência durou sete horas e gerou uma transcrição de 124 páginas. A conferência usou a tecnologia da estenotipia (legendas em tempo real, projetadas em um telão) que gerou arquivos digitais de texto, cedido pelo CONADE. A seleção do corpus foi realizada a partir da leitura das transcrições num total de 631 páginas. Já no Facebook foram encontradas 2052 postagens em 2011, desconsiderando comentários, sendo elas em Libras e/ou em Língua Portuguesa. Mantivemos apenas os conteúdos que expressavam o posicionamento político do movimento. Optou-se por assistir os vídeos na própria língua de sinais, sem transcrição.

Audiência pública promovida pela Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão: foi realizada no dia 01 de dezembro de 2011, na Procuradoria-Geral da República, em Brasília, com o tema “Educação Inclusiva: Plano Nacional de Educação e Escolas Especiais”. A audiência contou com cerca de 100 pessoas, entre promotores e procuradores de várias estados e ativistas do movimento surdo e do movimento inclusivista. Teve como objetivo a obtenção de conhecimentos multidisciplinares dados sobre a educação das pessoas com deficiência para aprimorar a atuação do Ministério Público Federal. Foi desencadeada por uma carta- denúncia do movimento surdo sobre o desrespeito linguístico promovido pelas políticas de inclusão do governo. Foram extraídos 36 proferimentos, a maior parte de 20 a 30 minutos.

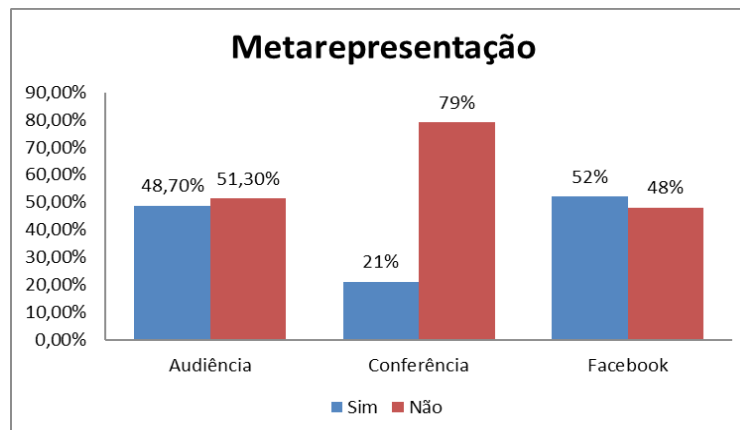
Conferência Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência: Realizada entre os dias 3 e 6 de dezembro de 2012 em Brasília, a conferência teve o objetivo de produzir propostas que pudessem embasar as políticas públicas para pessoas com deficiência nos níveis, municipal, estadual e nacional¹⁶³. O evento foi organizado pelo Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência (CONADE)¹⁶⁴. Participaram cerca de duas mil pessoas, entre as quais 886 eram delegados, 49 deles surdos. O corpus consistiu em nos proferimentos que tratavam exclusivamente da educação de surdos. Foram extraídos 62 proferimentos com tempo de um a seis minutos.

Facebook: O grupo foi criado em abril de 2011 com o objetivo de organizar a manifestação que ocorreu em Brasília em maio daquele ano. É composto pelas lideranças do Movimento Surdo e conta com 184 membros¹⁶⁵. Depois da manifestação continuou funcionando como fórum de articulação em ações de mobilização. Analisamos 28 vídeos exclusivamente em Libras publicados em 2011, com tempo de um a quatro minutos.

Após a identificação dos claims nas arenas, realizamos a codificação no software NVivo com finalidade exclusiva de comparação entre arenas e entre códigos, com foco nas expressões de metarepresentação. Analisamos a representação política discursiva numa perspectiva processual e móvel, a partir de uma abordagem sistêmica, que leva em conta o fluxo das demandas de representação em diferentes arenas¹⁶⁶.

Resultados

Na pesquisa em questão não raro a representação era, ela mesma, o próprio tema do proferimento. Nos espaços destinados à discussão de propostas e apresentação de posicionamentos acerca da educação de surdos e das pessoas com deficiência, boa parte do tempo era destinada à discussão sobre a representação. Do total de 126 proferimentos, o tema apareceu em 45 deles, conforme nos é apresentado no gráfico abaixo:



Na audiência e no Facebook quase metade dos proferimentos abarcava a temática da metarepresentação, sendo que na primeira arena foram 18 dos 37 proferimentos e na segunda 14 dos 27 proferimentos. Apenas na conferência esse número foi bem menor: 13 dos 62 proferimentos discutiam a metarepresentação.

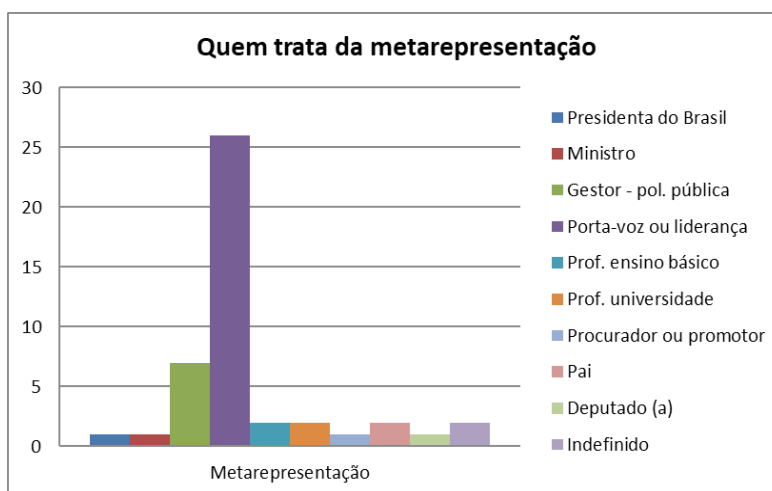
¹⁶³ As propostas aprovadas foram encaminhadas para vários ministérios.

¹⁶⁴ Órgão vinculado à Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República.

¹⁶⁵ Acesso em 21/09/2014.

¹⁶⁶ A abordagem sistêmica foi inspirada nos autores deliberacionistas que, numa terceira fase, optaram por considerar diversos momentos, arenas e temporalidades da deliberação (MANSBRIDGE et al; MAIA, 2012)

O questionamento sobre a legitimidade da representação – a metarepresentação – é motivado pela tutela histórica a que foram submetidas as pessoas surdas e com deficiência. Falar em nome delas foi algo naturalizado durante um longo período. Por isso, há um esforço direto das organizações representativas do segmento de garantir a fala dos próprios afetados nas questões concernentes a eles, a partir do lema “Nada sobre nós sem nós”, lema da Convenção Internacional da Pessoa com Deficiência. No preâmbulo do mesmo documento, organizado pela ONU com intensa participação das pessoas surdas e com deficiência, destaca-se “que as pessoas com deficiência devem ter a oportunidade de participar ativamente das decisões relativas a programas e políticas, inclusive aos que lhe dizem respeito diretamente”. Além do histórico de ausência de protagonismo, a própria legislação aponta para a participação ativa das pessoas com deficiência na elaboração de políticas públicas. Dentre as pessoas que realizaram proferimentos de metarepresentação, observamos que a maioria eram lideranças e porta-vozes da sociedade civil.



Das 45 demandas de representação que tratavam da metarepresentação, 26 eram proferidas por porta-vozes ou lideranças da sociedade civil. Na maior parte deles, havia um questionamento da representatividade do segmento e da legitimidade das políticas públicas e das decisões que eram tomadas sem a participação deles.

Observou-se que o tema ganhou contornos distintos em cada uma das arenas discursivas. Na audiência pública, a temática era, em geral, acionada de forma a questionar a representatividade do segmento das pessoas surdas e com deficiência na elaboração de políticas públicas educacionais. No grupo do Facebook havia uma motivação do protagonismo dos surdos enquanto representantes das pautas da escola bilíngue, além do questionamento da representatividade nas instâncias participativas. Já na conferência, locus por excelência da representação das pessoas com deficiência, a questão era acionada em um tom mais amistoso ao celebrar a presença dos outros representantes e a importância das pessoas com deficiência falarem sobre elas mesmas. Apenas no momento do painel interno ao GT de Educação é que a temática gerou controvérsias.

Podemos dividir a questão da metarepresentação em três temas: a) celebração e ênfase no protagonismo das pessoas surdas e com deficiência, b) a representatividade do segmento nas instâncias formais de representação e c) questionamento sobre o Nada sobre nós sem nós.

a) *Celebração e ênfase no protagonismo das pessoas surdas e com deficiência*

A ênfase positiva no “falar por si mesmo” e o tom positivo da representação exercida pelos surdos e pessoas com deficiência foi encontrada de forma recorrente na conferência, especialmente na fala de ministros e autoridades que compuseram a mesa de abertura.

Nada sobre nós sem nós. São vocês que nos dizem. Nós escutamos, nós respeitamos e nós levaremos essa ideia, este conceito como conceito principal dessa conferência, para que vocês exerçam a liderança, para que vocês exerçam a transformação e para que nós possamos dizer ao povo brasileiro: Nós estamos cumprindo os ideais da Convenção sobre os Direitos da Pessoa com Deficiência, os ideais da democracia, da cidadania e da dignidade humana, de todos os brasileiros e brasileiras. (Ministra Maria do Rosário, durante a abertura da conferência)

O presidente do Conselho Nacional das Pessoas com Deficiência (Conade), Moisés Bauer, que é cego, também trouxe uma perspectiva positiva sobre a representatividade do segmento na abertura, fazendo, novamente, menção ao Nada sobre nós sem nós expresso na convenção:

Queremos construir uma sociedade, falar de políticas públicas, lutar por direitos, com o objetivo de que tudo isso seja feito com nossa participação, com o nosso protagonismo. O nada sobre nós, sem nós tem que ser predominante a cada dia. (Moisés Bauer, abertura da conferência).

No encerramento da conferência, a Ministra Maria do Rosário destacou o protagonismo do segmento não só na representatividade, mas na própria condução de suas vidas, na libertação das tutelas impostas historicamente:

Vocês, pessoas com deficiência do Brasil, delegados e delegadas, são soberanos como esta própria conferência para, com base na convenção das Nações Unidas, e na própria Constituição Federal brasileira tomarem os rumos, tomarem os destinos, os seus destinos, os destinos das crianças, dos adolescentes, dos adultos, das mulheres, dos idosos, de todas as pessoas com deficiência do Brasil está nas mãos, está em vocês aqui nesta plenária. (Ministra Maria do Rosário, plenária final da conferência)

b) *Questionamento sobre a representatividade do segmento nas instâncias formais de representação*

O tema da metarepresentação foi bastante mencionado no que tange aos procedimentos da participação e da representação nas várias instâncias formais. O presidente do Conade questionou o porquê de o Ministério da Educação não submeter suas ações a esse conselho e a falta de realização de um debate prévio sobre o Plano Nacional de Educação, que previa o fechamento das escolas dos surdos. O questionamento foi rebatido pela gestora do MEC Martinha Claret, que explicou os procedimentos de elaboração do PNE.

O Plano Nacional de Educação é um plano elaborado a partir de uma longa discussão. Foram feitas conferências municipais, estaduais e regionais por todo o Brasil, e depois a Conferência Nacional [...] Então nós também não podemos ignorar todo esse processo de construção, de debates feitos por meio das conferências. (Martinha Claret, Audiência PFDC)

Moisés questionou também a legitimidade da representação na composição dos representantes do Conselho Nacional de Educação.

Para mim não são nada claros os critérios de definição de quem são os conselheiros nacionais de educação e porque as pessoas com deficiências, os indígenas, e outros tantos segmentos na sociedade não estão de alguma forma representados dentro desse conselho (Moisés Bauer, Audiência PFDC)

Na conferência, o único momento de tensão acerca de questões sobre a própria legitimidade da representação aconteceu durante a realização do painel interno ao GT de Educação. Nesse caso, o questionamento da representatividade era relacionado à igualdade de representação por posicionamento:

Eu gostaria de saber a quem interessa, o Conade fazer uma mesa tendenciosa e incluir uma mãe que tem um posicionamento e não incluir uma outra mãe que tem uma outra realidade, um outro posicionamento? (Autor do proferimento não identificado)

A gente queria garantir paridade na mesa organizadora, porque nós sabemos claramente que existem dois movimentos declarados nessa plenária contrários, e não foi garantida paridade. (Autor do proferimento não identificado)

Eu gostaria de enfatizar que a mesa poderia de forma mais harmoniosa ter convidado vários pontos e vertentes da educação especial brasileira. Infelizmente, eu sou pesquisadora da área, professora, a gente não pode evidenciar na mesa, fica aqui mostrado, claramente, a tendência que a mesa desejou seguir. É lastimável. (Autor do proferimento não identificado)

Entretanto, essa demanda não é isenta de fragmentações. A própria representatividade da Federação dos surdos é questionada:

Todas as pessoas que aqui estão defendem, pelo menos as que se manifestaram, a escola especial. E nós temos no Brasil, inúmeras pessoas surdas, usuárias de Libras, oralizadas, que defendem as escolas inclusivas. Então nós não podemos dizer que quem aqui se manifesta, representa todas as pessoas surdas do país, não é real. Se é pra gente fazer um debate plural, nós também vamos convidar as pessoas com e sem deficiência, professores, especialistas, etc., linguistas e tal, pra ampliar o debate. (Martinha Claret – gestora do MEC)

Por fim, no grupo do Facebook a questão da metarepresentação estava mais relacionada à explicação sobre a representatividade do movimento surdo nas instâncias de participação. Havia explicação sobre emendas parlamentares, funcionamento do abaixo-assinado, da nota oficial dos surdos com o apoio de organizações da sociedade civil e da carta-denúncia sobre o fechamento das escolas de surdos.

c) *Questionamento sobre o Nada sobre nós sem nós.*

A terceira forma com que a metarepresentação foi tratada no material em questão, diz respeito ao cumprimento da Convenção Internacional das Pessoas com Deficiência e outras legislações em relação ao protagonismo dos surdos e pessoas com deficiência, concretizando efetivamente o Nada sobre nós sem nós. Durante a Audiência do judiciário esse foi um tema recorrente e um dos principais focos de tensão. Ao mencionarem esse protagonismo e a representatividade.

A promotora Bianca Motta mencionou a legitimidade da representação: “Fiquei questionando, até que ponto nós ouvintes, se estamos ouvindo os surdos”. Durante a sua fala, ela mencionou algumas leis que mencionam a participação de pessoas com deficiência na elaboração de políticas públicas. A promotora questionou também qual o lugar que o governo concede à essa representação das pessoas com deficiência:

Que tipo de educação eu quero? Nós todos temos esse direito [de questionar]; Todos nós. É a questão da autonomia, do envolvimento das pessoas com deficiência na definição das políticas e na execução das políticas.

Outros marcos legais foram mencionados no sentido de garantir a representatividade”. A convenção da ONU foi o documento mais citado – não apenas na audiência, mas nas outras arenas –que embasava o protagonismo da representação dos surdos e pessoas com deficiência. Durante a sua elaboração, o documento contou com várias instâncias de representação da pessoa com deficiência.

Nessa discussão, as várias deficiências, elas opinaram em pé de igualdade a respeito das suas próprias demandas e reivindicações. As pessoas cegas com seu conjunto de reivindicações, as pessoas surdas, enfim, as várias deficiências, e nenhuma das opiniões se sobrepõe à outra. Infelizmente no Brasil, não é isso o que percebemos. Muitas vezes as opiniões dos próprios interessados não têm sido levadas em conta, têm sido subjugadas. Por exemplo, a Organização Nacional dos cegos do Brasil tem uma grande luta e deve ser reivindicada como legítima como representante desse grupo, assim como a Federação Nacional dos surdos, assim como as outras entidades que são compostas pelas próprias pessoas surdas ou com deficiência. Nenhum de nós pode dizer e falar em nome do outro, Isso é algo que a Convenção preconiza: que nenhum grupo se sobreponha sobre o outro, que cada grupo seja responsável, seja respeitado pelo seu protagonismo de discurso e de ação. (Patrícia Rezende, diretora da Feneis – Audiência PFDC)

A minha pergunta é: o Ministério da Educação vai doravante, respeitar a opinião das comunidades surdas? O MEC obedece a Convenção quando diz respeito à vontade dos cegos e surdos? Ou o MEC aceita a vontade dos cegos e surdos em manterem as escolas do IBC e do INES? (Emiliano Aquino, pai de surdo)

O princípio fundamental da Convenção é que as pessoas com deficiência deixaram de ser objetos de tutela, ou seja, a igualdade na lei.[...] Isso quer dizer [...] que não é possível estabelecer política para as pessoas com deficiência tratando-as como objeto. Ou seja, não dá para tratar as pessoas com deficiência como os bandeirantes tratavam os Índios. Olha eu vou libertar vocês dessa língua que parece língua de porco, e vou ensinar uma língua culta derivada do latim. Não dá para libertar os surdos sem a vontade dos surdos, não dá para libertar os cegos sem a vontade dos cegos. Isso é contra o princípio do reconhecimento de que as pessoas com deficiência, como qualquer outra pessoa é um sujeito de direito que a partir da concepção de justiça distributiva participa da elaboração de políticas que atenta de modo diferente aos seus interesses e direitos, também diferentes. (Emiliano Aquino, pai de surdo)

A luta pela garantia de falar por si mesmo coletiviza a questão, que se torna comum a surdos e pessoas com deficiência. Passa a ser uma semântica comum aos grupos, que ganham força ao lutarem lado a lado, coletivizando questões na cena pública.

Considerações finais

Este estudo mostrou como a questão da legitimidade da representação discursiva pode ser questionada a partir da participação dos movimentos sociais em arenas de discussão formal. As próprias pessoas surdas e com deficiência questionaram a representatividade e convocaram o lema “nada sobre nós sem nós”, evidenciando que a legitimidade da representação apenas pode ser conferida a partir de uma dinâmica comunicacional e discursiva em diferentes arenas de discussão formais e informais.

Referências

AVRITZER, Leonardo. **Sociedade civil, instituições participativas e representação: da autorização à legitimidade da ação**. Dados, 2008, p. 443-76.

CAMPELLO, Ana Regina S. ; REZENDE, Patrícia L. F. . **Em defesa da escola bilíngue para surdos: a história de lutas do movimento surdo brasileiro**. Educar em Revista (Impresso), 2014, v. 02/2014, p. 71-92.

DRYZEK, John S. & NIEMEYER, Simon. **Discursive representation**. American Political Science Review, 2008, p. 481-493. em Revista (Impresso), 2014, v. 1, p. 159-18.

FARIA-NASCIMENTO, Sandra Patrícia ; COSTA, Messias Ramos . **Movimentos surdos e os fundamentos e metas da escola bilíngue de surdos: contribuições ao debate institucional**. Educar

LANNA JÚNIOR, Mário Cléber Martins (Comp.). **História do Movimento Político das Pessoas com Deficiência no Brasil**. - Brasília: Secretaria de Direitos Humanos. Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência, 2010.

LANE , H. , PILLARD , R. , & HEDBERG , U. **The people of the eye: Deaf ethnicity and ancestry**. New York, NY : Oxford University Press, 2011.

MAIA, Rousiley C. M. . **Non-electoral political representation: expanding discursive domains**. *Representation*, 2012, v. 48, p. 429-443.

MANSBRIDGE, Jane et al.. **A systemic approach to deliberative democracy**. In: Parkinson, J.; Mansbridge, J. J. **Deliberative systems: deliberative democracy at the large scale**. Cambridge, 2012, p.1- 26.

PITKIN, Hanna. **The concept of representation**. Berkeley, University of California Press, 1967.

SAWARD, Michael. **The representative claim**. Nova York, Oxford University Press, 2010.

URBINATI, Nadia. **Representative Democracy**. Chicago, The University of Chicago Press, 2006.

URBINATI, Nadia & WARREN, Mark E., **The concept representation in contemporary democratic theory**. The Annual Review Political Science, 11, 2008, p. 387-412.

YOUNG, Iris Marion. **Inclusion and Democracy**. Oxford: Oxford University Press, 2000.

Ponencia presentada al: GT 8 Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía

Uma proposta tipológica brasileira para a Publicidade Social: uma abordagem epistemológica e metodológica.

Una propuesta tipológica brasileña para la Publicidad Social: un abordaje epistemológico y metodológico.

A Brazilian typological proposal for Social Advertising: an epistemological and methodological approach.

*Patrícia Gonçalves Saldanha*¹⁶⁷

Resumo: O tema central do presente trabalho é a proposição de uma tipologia referente à Publicidade Social em uma perspectiva brasileira. O objetivo é apresentar o resultado parcial da investigação que se dedicou ao levantamento de cinco derivações desta publicidade contra-hegemônica: comunitária, social, causa, utilidade pública, transversal. Para desenvolver a base epistemológica do mapeamento apresentado, a abordagem metodológica foi construída a partir da pesquisa bibliográfica e da pesquisa de campo, com ênfase na pesquisa-ação.

Palavras-Chave: Publicidade Social, Publicidade Contra-hegemônica, Pesquisa-ação.

Abstract: The central theme of the present work is the proposition of a typological construction referring to Social Advertising in the Brazilian perspective. This article aims to present the partial results of the investigation that was dedicated to the survey of five derivations of this counter-hegemonic advertising: community, social, cause, public utility, transversal. In order to develop the epistemological basis of the mapping presented, the methodological approach was build from bibliographical research and field research, with emphasis on action research.

Keywords: Social Advertising, Counter-hegemonic Advertising, Action Research.

Introdução -Tema Central

Percebe-se que as práticas ligadas à Publicidade contra-hegemônica observadas na última década têm impactado, com evidência, nas novas formas de participação cidadã cotidianas no que se refere aos processos de inclusão e de reintegração social, à remodelagem dos comportamentos ligados ao consumo e mesmo na reorganização da sociedade midiaticizada da atualidade. Nota-se que a emergência dos recentes formatos técnicos de comunicação publicitária estão, cada vez mais, visíveis tanto nos movimentos populares como nas comunidades de baixa renda, incluindo os grupos de estudos das Universidades e, principalmente, na vida ordinária do cidadão comum.

Sendo assim, o objetivo principal do presente trabalho é sugerir uma definição para o conceito de Publicidade Social, bem como compreender as suas derivações. Outro ponto importante é entender como se desenvolveu o processo de reconfiguração das formas alternativas de fazer publicidade, principalmente após a popularização e o alastramento das Novas Tecnologias. Partiremos da perspectiva que os pesquisadores do Laccops168 vêm trabalhando nos últimos anos e apresentaremos, portanto, um mapeamento com a tipificação que atua e afeta as seguintes esferas da Sociedade Civil: Comunidades (grupos que compartilham física ou virtualmente um mesmo “comum”), Movimentos Sociais, Estado, Organizações (públicas ou privadas) e o impacto na reconfiguração das cidades .

Com o avanço e a popularização das Novas Tecnologias, a Publicidade tem sido investigada em diversas áreas de conhecimento tais como a Ciência da Informação, a Informática, a Administração e o Marketing.

¹⁶⁷Profª Drª Patrícia Gonçalves Saldanha. Professora Associada 1 da Universidade Federal Fluminense, Brasil. patsaldanha@gmail.com

¹⁶⁸Laboratório de Investigação em Comunicação Comunitária – desde 2014. É importante frisar que os pesquisadores já trabalham com este tema desde 2002 com a publicidade comunitária.

No presente trabalho, a ênfase é na Comunicação Social. Mais especificamente na Comunicação Comunitária que, com seu viés contra-hegemônico, torna-se a base para pensar a Publicidade Social.

Da Comunicação Comunitária à Publicidade Social, uma aborgagem teórica.

Atualmente, a naturalização do argumento tecnológico vem reduzindo a Comunicação Social ao paradigma tecnicista. Entretanto, no mesmo cenário em que a pressão do processo discursivo enfatiza a instrumentalização, percebe-se a entrada de uma narrativa de resistência na arena de disputa. Tal narrativa tem significativa força social e não questiona propriamente a técnica, mas a forma como a distribuição desequilibrada dos equipamentos afeta diretamente o *modus operandi* e o *modus faciendi* que acabam por obedecer regras estabelecidas e impostas pela cultura dominante.

É nesse cenário que as novas vertentes da Publicidade se desenvolvem e é claro que estão em franca conexão com a Comunicação Comunitária. Ou seja, para compreendermos de fato o arranjo da Comunicação Social na atualidade, não podemos nos limitar a explorar as características maquinicas da produção e da veiculação atuantes na mídia hegemônica, mas é preciso entender como a Comunicação contra-hegemônica passa a ser estratégica na estruturação do campo comunicacional e, conseqüentemente, como o conceito de comunidade torna-se peça chave no debate. Após este embate torna-se premente localizarmos a Publicidade Social no campo comunicacional.

Nesse sentido, é importante que se considerem as referências da escola sociológica clássica ou do paradigma informacional, assim como é crucial que se incluam, com a devida relevância, as formas inovadoras de enxergar o peculiar, o particular, o diferente, o próprio, como parte importante do processo da construção epistemológica. Segundo Boaventura de Souza Santos “não é simplesmente de um conhecimento novo que necessitamos; o que necessitamos é de um novo modo de produção de conhecimento. Não necessitamos alternativas, necessitamos é um pensamento alternativo às alternativas” (apud PERUZZO, 2016,p.6). Ou seja, se grande parte das pesquisas em Comunicação se realizada sob o prisma dos efeitos, característicos da produção midiática hegemônica propagadora do Comum a ser consumido, é urgente que se pense em novas formas de produção de conhecimento, neste caso voltadas para a Comunicação Comunitária e, mais especificamente, direcionadas para a Publicidade. É primordial que os novos modos de produção sejam capazes de suprir o as lacunas deixadas tanto pelos paradigmas da sociologia, da antropologia e da semiologia, como pela corrente técnica norte-americana do “Mass Communication Research”, bem como pela Ciência da Informação.

Para apreender o cerne da Comunicação Comunitária, partimos do princípio de que a essência de uma comunidade não deve ser reducionista compreendendo-a apenas em oposição à Sociedade, mas se constitui na partilha de uma propriedade. Para Roberto Esposito, a preservação da alteridade dos membros que mantém a estrutura do grupo é propriedade do comum. O autor busca compreender o conceito de Comunidade pelo argumento etimológico: o *communitas*.

Quer dizer, o que substancia a ambiência comunitária “com” é a partilha de uma propriedade “munus” desde que as singularidades sejam mantidas, pois é a heterogeneidade que sustenta o grupo e, conseqüentemente, o pertencimento ao grupo. É também na direção da diversidade que se edifica uma ciência da comunicação humana, “desde o vínculo coesivo do comum até as relações organizadas pelas tecnologias em voga que, por sua vez, dão margem a formas crescentes de ativismo coletivo com vistas à recomposição do laço simbólico que subjaz à formação social”(SODRÉ 2015, p.187) de um grupo que convive num espaço organizado pelo comum. Não o comum midiaticizado, mas o comum característico do lugar, daquela propriedade compartilhada por seus componentes.

É na brecha do não controle absoluto e do não domínio hegemônico que a Publicidade Social, na vertente brasileira, se posiciona. Como não há uma produção científica suficiente com esse grau de especificidade, ainda não é possível falar de uma conjuntura Latino Americana, ainda que algumas iniciativas já comecem a despontar, como é o caso da Publicidade Popular colombiana¹⁶⁹. No Brasil, exatamente no início dos anos 2000 começou-se a observar uma diferença nítida entre a Publicidade implementada em comunidades (ou apenas direcionada para elas) e a Publicidade comunitária. Ao longo dos anos o próprio sentido de Comunidade foi sendo repensado pois, ainda que num primeiro momento a ideia de comunidade fosse percebida como o ato de pôr uma incumbência em comum, algumas linhas insistiam

¹⁶⁹ Alguns pesquisadores da Unipanamericana Fundação Universitária já identificam iniciativas alternativas para a publicidade (popular) na cidade de Bogotá como fundamentais para compreensão das diferentes formas de interpretação da mensagem publicitária.

na concepção do ser-em-comum da comunidade como a partilha de uma realização, e não a comunidade de uma substância. Em outras palavras, comunidade não como o mero convivalismo num território, mas como o compartilhamento (ou uma troca), relativo a uma tarefa, implícito na obrigação simbólica que se tem para com o Outro. (PAIVA et al. 2014).

Ou seja, além de ser correlacionada ao território físico, o conceito de comunidade se expande em função das recentes relações que estabelece com o espaço virtual. É neste ponto que as discussões sobre a Publicidade Social se instauram. Partimos do pressuposto que a Publicidade Social se constitui a partir da dilatação das Publicidades desenvolvidas por Comunidades independentemente da conformação ser física ou virtual. A Publicidade Social retoma o sentido inaugural da publicidade que é “tornar público”, entretanto não se equipara à Propaganda tradicional¹⁷⁰. Enquanto a Propaganda emite um comunicado para uma massa receptora passiva, ou seja, vai de um ponto a um coletivo; a Publicidade Social faz o contrário: chama a Sociedade Civil para participação efetiva em uma ação que pode ser de causa, transversal, comunitária, social ou de utilidade pública.

Nesse sentido, a dilatação não tem o caráter de expansão para uma área maior (no caso a Sociedade Civil) ou mesmo uma ampliação da exposição de algum feito ou de uma demanda intrínseca à determinada comunidade para o seu exterior. Não se trata de uma lente de ampliação para o aumento da visibilização de questões internas para um largo espectro. A proposição efetiva do Laccops demonstra, captura e inclusão dos membros da Sociedade Civil na causa que, num primeiro momento não é necessariamente sua, mas passa a ser quando seus integrantes se envolvem nela. Trata-se de um tipo de divulgação que estimula o pensamento coletivo voltado para a resolução de problemas pontuais através de táticas publicitárias desenvolvidas, primordialmente, de forma participativa e colaborativa. Independentemente da conceitualização acadêmica, a Publicidade Comunitária já acontecia na prática, de diversas maneiras, no dia a dia das comunidades. O caso da Publicidade Social é mais recente e tem outras posições, a começar pelas derivações.

Abordagem metodológica

Trata-se de um trabalho de abordagem teórica, cuja metodologia se constitui da somatória da pesquisa bibliográfica com a pesquisa-ação. Uma vez que não há uma literatura específica sobre Publicidade Social, para nos embasar, priorizamos a revisão dos textos matriciais de áreas afins estabeleçam algum grau de interface com o tema tanto na perspectiva da Publicidade como na perspectiva da Comunicação Comunitária.

No campo da Comunicação, a pesquisa-ação tem sido mais desenvolvida para conhecer a realidade comunicacional e as dinâmicas de “comunidades”, grupos populares, ONGs, além de estudos de recepção midiática.[...]Nesse sentido, a observação direta do pesquisador vem sendo bastante empregada não apenas observando as situações reais investigadas, mas atuando[...] simultaneamente nelas. (PERUZZO,2016:03)

Também acrescentamos materiais obtidos na pesquisa empírica norteada pela pesquisa-ação e acompanhada pelo diário de campo, que foi crucial durante toda a trajetória. Convertido em “diário de rascunho” para registros de textos e imagens captados de imediato no ato da pesquisa e em “diário elaborado”, onde as informações coletadas foram direcionadas para os interesses analíticos da pesquisa. Todos os materiais organizados foram apresentados para os membros dos lugares pesquisados, para que houvesse interlocução dos membros das comunidades estudadas. Estão documentados por e-mails e conversas de grupos de whatsapp, registros fotográficos e em relatórios. (Barbier apud Peruzzo 2016).

Concomitante ao desenvolvimento metodológico, algumas técnicas de coleta de dados foram essenciais tais como entrevistas, grupos de discussão e desenvolvimento de oficinas promovidas pelo Laccops e discutidas no Geccops¹⁷¹, além do estudo do “conteúdo de materiais difundidos pela grande imprensa e pelos meios comunitários de comunicação” (PERUZZO, 2016,p.19), sempre respeitando as deliberações específicas de cada projeto apurado.

¹⁷⁰ J. B. Pinho mapeia a propaganda com base numa concepção ideológica e completa sua tipologia da seguinte maneira: “política (difusão de ideologias políticas); eleitoral (para conquista de votos a um cargo eletivo); governamental (voltada à fortificação da imagem do governo com a opinião pública); corporativa (quando divulga ao público as políticas, funções e normas da companhia); legal (relativa à publicação de balanços); religiosa (correspondente à disseminação dos ideais religiosos) e, por fim, a propaganda social (campanhas voltadas a causas sociais).” (SALDANHA,2017,p.8).

¹⁷¹ Geccops – Grupo de Estudos sobre comunicação comunitária e publicidade social que ocorre semanalmente no LACCOPS e conta com a presença de pesquisadores, alunos de graduação e de pós-graduação (que pertencem ao Grupo de pesquisa) e alunos externos ao Grupo de Pesquisa.

Uma observação relevante é que para realização das últimas ações investigadas¹⁷² (principalmente para a realização das oficinas nos locais pesquisadas como aparecerá no breve relato a seguir), o celular foi estrategicamente decisivo. Agilizou a logística, uma vez que as combinações foram feitas por *whatsapp*, além de baratear os registros de imagens (fotografias e produção de vídeos espontâneos e mais elaborados).

Tipologia a partir dos resultados parciais iniciais.

Segue o resultado parcial inicial dos 5 anos da pesquisa que é propositiva. Não há intenção de esgotar as possibilidades de apreender os sentidos da Publicidade Social reduzindo-a ao inverso da Publicidade Comercial. Inclusive porque, apesar de sua finalidade, ela pode também ter aspectos comerciais. A ideia é ampliar as novas possibilidades de classificação que estão por vir ou que já existam, mas ainda não foram mapeadas ou sequer identificadas. Trata-se de estimular uma discussão que reposicione da Publicidade Social, bem como a ampliação de seus fins no contexto do novo século.

Tipificação estruturada na fase intermediária da pesquisa¹⁷³:

a) Social → conceito guarda-chuva que sedia e engloba as derivações da publicidade contra-hegemônica, integrando organicamente suas várias formas de funcionamento.

Aplicação prática: A organização humanitária internacional do MSF (Médicos Sem Fronteiras) realiza campanhas com uma finalidade bem definida: participação financeira da Sociedade Civil para financiar projetos que salvam vidas. Um dos filmes publicitários amplamente analisado no Laccops foi “Hold On174”. O anúncio é uma produção audiovisual norueguesa veiculada na Internet, em TV aberta e por assinatura em âmbito global. A mudança de angulação (aos 2'47”) e a escolha da linguagem adequada foram cruciais para que o telespectador aceitasse o convite e se incluisse na ação, saindo da passividade e entrando na atividade com pleno entendimento da sua importância para a transformação social. Trata-se de uma publicidade social real que se efetiva em dois momentos: o da doação e o da verificação dos resultados.

b) Comunitária → desenvolvida em comunidades, por seus membros, muitas vezes com a participação de “agentes externos”, e tem por objetivo divulgar interna e externamente as produções endógenas, incrementar a economia local e converter os resultados em benefícios tangíveis para a própria comunidade.

Aplicação prática: Favela Cineclubes do Morro da Providência que, com a participação efetiva do Laccops, para reelaboração e implementação de toda estrutura de comunicação publicitária, em menos de 1 ano já está com mais de 1.000 participantes. Atualmente, já começam a explicar sua experiência em outras favelas. Pode ser conferido no canal do Laccops: https://www.youtube.com/watch?v=ED7pyKgLg_U

c) Causa → publicidade como ferramenta de visibilidade às causas advindas das pressões coletivas em prol dos direitos humanos, do acesso à cidadania e a reconfiguração da cidade. Está diretamente ligada à luta política dos Movimentos Sociais independentemente do período histórico em que se encontram, uma vez que estão em contínua ressignificação. Sua operação se dá, substancialmente, nas ações de resistência às formas de exclusão.

Aplicação prática: algumas causas contemporâneas que estão em ebulição são as ações de ligadas às campanhas voltadas ao consumo consciente, ações publicitárias de combate ao racismo, direito da Criança e do Adolescente, e as últimas ações de Reintegração Social que inclui novos atores na paisagem urbana, a exemplo dos imigrantes e dos refugiados. Um exemplo marcante é da campanha contra o racismo produzido pela ONG Criola. Desenvolvida com técnicas de comunicação publicitária, utilizaram a internet e o outdoor como mídia principal. O resultado pode ser conferido no vídeo produzido pela própria ONG para dar visibilidade à causa: <https://www.youtube.com/watch?v=PJIhNZ2kG58>

d) Utilidade Pública → tem a ver com o interesse da Sociedade Civil, que envolve a mobilização do cidadão de forma dialógica no contexto político e social de causas reais e concretas que afetam diretamente a vida ou o grupo do indivíduo a exemplo das causas de gênero, saúde pública e questões ligadas aos Direitos Humanos.

¹⁷² Dentre tantas ações, um dos exemplos marcantes foi a que ocorreu no Morro da Providência.

¹⁷³ A pesquisa já se encontra em elaboração do relatório final.

¹⁷⁴ Trabalho de Gabriel Faza, premiado pela Intercom em 2016.

Vale ressaltar que se difere da Publicidade de “Interesse Público” que tem sua perspectiva filosófica e jurídica imposta pelo Estado através da Secom¹⁷⁵, cujas instruções normativas disciplinam as ações de publicidade sem qualquer tipo de interlocução com a Sociedade Civil.

Aplicação prática: um exemplo recente, se refere a um projeto de lei que determina a aplicação de multas rigorosas às empresas veicularem mensagens sexistas, misóginas ou que estimulem a agressão e a violência sexual em seus comerciais,

O projeto assinado por quase 40 deputados foi sancionado pelo governador Luiz Fernando Pezão (PMDB). As multas às empresas sediadas no Rio que façam esse tipo de propaganda variam de R\$ 33 mil a R\$ 658 mil. Empresas reincidentes pagam o dobro: cerca de R\$ 1,3 milhão. O texto cita como proibição a "exposição, divulgação ou estímulo ao estupro e à violência contra as mulheres", além de "fomento à misoginia (ou seja, que represente aversão à mulher) e ao sexismo". A restrição é válida para outdoor, folheto, cartaz, rádio, televisão ou rede social. [...] na justificativa apresentada aos deputados, os autores dizem que a figura feminina é usada de forma submissa na publicidade. (BARREIRAS, 2018).

e) **Transversal** → é um tipo de ação publicitária que envolve três pilares da Sociedade Civil¹⁷⁶ e atende aos seus interesses de forma orgânica, pois é a interdependências que garante a transversalidade. Trata-se de uma publicidade que trabalha de ponta a ponta e tem essa nomenclatura definida pela BKM Comunicação. Liderada no Rio de Janeiro por uma ativista social, Bruna Kassis, publicitária de formação que já agenciou aproximadamente 200 projetos nos últimos 4 anos. Para o poder público e para as organizações públicas ou privadas (o interesse é na reputação e na imagem institucional positiva para que haja boa aceitação por parte da opinião pública). Já para os Movimentos Sociais (são beneficiados pelo patrocínio que viabiliza projetos de cunho cultural, esportivo ou ligados ao comércio local) os esforços são em prol de um engajamento social fortalecido no local e no diálogo com a parte externa.

Aplicação prática: Um dos exemplos recentes foi o edital “Territórios Culturais/Favela Criativa” elaborado pelo Setor de Incentivo à Cultura da Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro em parceria com a Light que beneficiou 78 projetos culturais realizados durante o ano de 2017 ligados ao território fluminense, mas que já efetua essas realizações há 4 anos.

Considerações finais

Considerando que a Publicidade Social brasileira extrapola sua finalidade inicial (da divulgação, do “tornar público”), pode-se afirmar que além da prática da publicização, envolve atores externos na sua elaboração em prol de uma construção coletiva que vai desde o planejamento, passando pela produção até a veiculação. Tal processo inclui a Sociedade Civil na idealização, na produção e na implantação de ações próprias desta categoria de Publicidade que caminha na contramão da lógica hegemônica. Se a hegemonia acontece quando o subalterno toma pra si a causa do dominador como se fosse dele, a Publicidade Social proposta pelo Laccops faz o caminho inverso. Trabalhamos para fortificar uma alternativa publicitária que estimule a Sociedade a tomar para si, causas sociais, políticas e econômicas de minorias com pouca representação, que, de fato, são suas, mas que não eram percebidas como tal.

A intenção desta perspectiva da Publicidade Social é se estabelecer através das produções alternativas e criativas elaboradas e finalizadas com o equipamento disponível, a exemplo dos dispositivos móveis popularizados. Atualmente, as tecnologias de comunicação, principalmente os smartphones, tablets, etc, têm sido grandes aliados nesse sentido, principalmente após a popularização do celular¹⁷⁷. Futuramente, não se sabe como tais equipamentos serão utilizados, até porque as inovações e os lançamentos dos últimos modelos acontecem de forma veloz e contínua. No entanto, a questão não está no instrumento em si, mas em sair da lógica da razão instrumental. Tratamos aqui da percepção que o usuário passa a ter sobre sua própria autonomia para redefinir seu uso rotineiro e para criar de novos modos de produção, como afirmou Boaventura de Souza Santos.

¹⁷⁵Secretaria Especial de Comunicação Social

¹⁷⁶ Poder Público, Organizações Privadas e Movimentos Sociais.

¹⁷⁷Segundo a ANATEL existem mais de 258 milhões de linhas ativas de telefonia móvel no Brasil. De acordo com o site do IBGE, a população brasileira é composta por pouco mais de 205 milhões de pessoas. Ou seja, a quantidade de aparelhos celulares é maior que o número de habitantes do país. (SALDANHA, LIMA, PINTO, 2016,p.9 – no prelo).

BIBLIOGRAFÍA

Barreiras, G.(2018). *RJ cria lei que proíbe propaganda sexista e multa pode chegar a R\$ 1,3 milhão*. Portal G1: 10/01/2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/rj-cria-lei-que-proibe-propaganda-machista-e-multa-pode-chegar-a-r-13-milhao.ghml>. Acesso: 12/02/2018. .

Gorz,A.(2005) *O imaterial:conhecimento, valor e capital*. Tradução de Celso Azzan Júnior. / André Gorz. – São Paulo: Annablume.

Gramsci,A. (1991) *Maquiavel, a política e o estado moderno*. 8.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Paiva, R.(2003). *O Espírito Comum: Comunidade, Mídia e Globalismo*. Rio de Janeiro: MAUAD.

_____. PAIVA, LACERDA, SALDANHA (2014). *INPECC investiga perfil dos estudos sobre comunidade na área da comunicação*. Disponível em: www.inpecc.pro.br/download/b206ce50b3d0483ba7a317b053e3df2b/. Acesso em: 09/01/2018

Peruzzo, C.(2016). *Epistemologia e método da pesquisa-ação. Uma aproximação aos movimentos sociais e à comunicação*. Disponível em: http://www.compos.org.br/anais_texto_por_gt.phpidEncontro=MjU Acesso em: 12/01/2018.

Pinho, J.B. (1990), *Propaganda Institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas*./ José Benedito Pinho – São Paulo: Summus.

Sant'anna, A., Júnior, I.R., Garcia, L. F. D. (2015). *Propaganda: teoria, técnica e prática*. 9ª edição - São Paulo: Cengage Learning .

Saldanha P., Lima, G., Pinto, T. (2016), *LACCOPS: espaço reflexivo de compreensão da prática audiovisual como tática para publicidade social*.In: Propesq, 2016. Disponível em: <http://www.abp2.org/mesas>.

_____. Saldanha,P., Nery,G (2016). A “centralidade” do consumidor e as novas interações com marcas globalizadas. In: Revista Espaço Acadêmico, n.187, p. 48 – 59, 2016.

Sodré, M. (2009)*Antropológica do espelho – uma teoria da comunicação linear e em Rede*. Petrópolis: Vozes.

_____.(2015). *A Ciência do Comum: Notas para o Método comunicacional*. Petrópolis: Vozes.



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

CICOM

Centro de Investigación en Comunicación

ALAIC

ALAIC2018

30 JUL-01 AGO | COSTA RICA



PATROCINADORES



CONSEJO NACIONAL DE RECTORES



ES... MUUUCHA GALLETAS!



Te acompaña siempre.



PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN
COLEGIO DE PERIODISTAS DE COSTA RICA

