

A Comunicação nos movimentos sociais do Sertão do Piauí: um estudo sobre o Grupo Cultural Adimó e suas interações cidadãs para a população sertaneja piauiense¹

Evandro Alberto de SOUSA²
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

Orlando Maurício de Carvalho BERTI³
Universidade Estadual do Piauí, Teresina, Piauí; Picos, Piauí

Paula Monize de Moura RODRIGUES⁴
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

Resumo

São refletidas as experiências comunicacionais desenvolvidas na Agência de Notícias Comunitárias e Populares do Sertão do Piauí tendo como ambiente de atuação o Grupo Cultural Adimó, situado em Picos – PI. Descreve-se como transcorreu este processo experimental, analisando as transformações que ocorreram no espaço comunicativo e social das respectivas entidades e suas interfaces cidadãs. Para tanto, recorre-se a um estudo qualitativo dos achados, enveredando pelo método da pesquisa bibliográfica e da pesquisa participante através da realização de oficinas. Conclui-se, que por meio destas experiências uma consciência crítica foi disseminada nas crianças e adolescentes, especialmente na construção do pensamento de que por meio da comunicação os mesmos podem transformar a realidade do local onde vivem e os movimentos sociais onde estão inseridos.

Palavras-chave: Comunicação Social; Comunicação Comunitária; Cidadania; Movimento Social; Grupo Cultural Adimó.

Introdução

A Comunicação Social na contemporaneidade assume formas variadas e campos de estudo que se entrelaçam em meio às relações entre os indivíduos e seus diversos espaços

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor, pesquisador e extensionista do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo – da UESPI – campus de Picos. É diretor da UESPI do campus de Picos. Faz doutorado em Serviço Social na Universidade Federal de Pernambuco. É mestre em Serviço Social pela mesma universidade. Atua em pesquisas voltadas para a cidadania e fenômenos do Sertão do Piauí. E-mail: evandroalberto@yahoo.com.br

³ Professor, pesquisador e extensionista do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo – da UESPI – campus de Teresina – e voluntário no campus de Picos. Faz Pós-Doutorado em Comunicação, Cidadania e Região na Universidade Metodista de São Paulo. É doutor e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, com estágio doutoral na Universidad de Málaga, Espanha. Atua em pesquisas voltadas para cidadania e fenômenos do Sertão do Piauí. É vice-presidente da Rede Brasileira de Mídia Cidadã. E-mail: orlandoberti@yahoo.com.br

⁴ Jornalista. Pesquisadora e extensionista. Aluna do curso de Relações Públicas da UESPI de Picos. Bolsista do Projeto de Extensão de Formação de Comunicadores Comunitários e Populares do Sertão do Piauí, veiculado à UESPI de Picos. E-mail: paulamonize.r@hotmail.com

sociais. É partindo deste cenário que o trabalho referente à aplicabilidade e características das principais metodologias utilizadas em pesquisas científicas na área do conhecimento Humano e Social se constitui como elemento importante de investigação, atendendo a uma carência de pesquisas que se propõem a discuti-las, e repensá-las de forma prática e subjetiva ao encontro das peculiaridades envoltas nestes ambientes.

Assim sendo, diante deste estudo torna-se possível demonstrar o panorama atual de uma das interfaces da Comunicação nos movimentos sociais do Sertão do Piauí, bem como as transformações comunicacionais decorridas a partir da realização de oficinas nas respectivas entidades através da Agência de Notícias Comunitária e Popular do Sertão do Piauí.

A agência faz parte do Projeto de Extensão de Formação de Comunicadores Comunitários e Populares do Sertão do Piauí, vinculado ao curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo – da Universidade Estadual do Piauí, campus da cidade de Picos (capital do Sertão piauiense).

Os objetivos visam: apresentar a experiência vivenciada na entidade Grupo Cultural Adimó através da aplicação de oficinas; destacar o caráter participativo e interativo destas ações; e pontuar as transformações que porventura ocorreram no âmbito comunicacional dentro das organizações e suas interrelações com as questões cidadãs voltadas para o Sertão piauiense.

Analisa-se neste texto, brevemente, o processo da comunicação dentro dos movimentos sociais de forma genérica, situando este ambiente nas organizações de Picos. Entendendo, pois que esta comunicação é libertadora. Baliza-se em Cicilia Peruzzo (2008) e também na representação da luta de afirmação social de grupos negligenciados trazidos por Ilse Scherer-Warren (2006) e dentre outros teóricos.

Nestes termos, o trabalho metodologicamente utiliza-se da revisão bibliográfica acerca do tema, além da observação participante e pesquisa participante, onde aplicou-se questionários de pesquisa e o desenvolvimento de ações comunicacionais no movimento social de Picos, Grupo Cultural Adimó⁵. O grupo foi justamente escolhido por seu trabalho social realizado há mais de uma década e sua representatividade para com os movimentos sociais do Sertão piauiense.

O direcionamento do respectivo trabalho científico não é descrever pura e simplesmente a experiência vivida dentro da organização social, mas sim suscitar as

⁵ Movimento social sem fins lucrativos que trabalha o resgate da cultura negra, além do desenvolvimento de ações que promovam a cidadania.

potencialidades geradas através destas experiências para que sirvam de norte para estudos futuros em outras instituições, e/ou para apontar para ações multiplicadoras, principalmente em termos de conscientização e ação cidadãs.

1 – A Comunicação articulada nos movimentos sociais

A Comunicação respondendo ao pressuposto de conferir voz aos atores sociais sempre esteve ligada às lutas destes grupos, uma luta pela afirmação de direitos humanos. Cílicia Peruzzo (2008, p. 01) reverbera que esta luta surge em meio à formação de estruturas sociais organizadas de forma política e ideológica que passam a contestar o sistema vigente, percebendo seus direitos negligenciados pela sociedade. Neste sentido, o processo da Comunicação se torna elemento-chave no confronto da afirmação social.

Partindo desta ideia, torna-se necessário compreender em que se balizam estes grupos também designados como movimentos sociais e/ou terceiro setor⁶. Uma definição entendida pela autora supracitada é que estes “são articulações da sociedade civil constituídas por segmentos da população que se reconhecem como portadores de direitos, mas que ainda não são efetivados na prática” (PERUZZO, 2008, p.01).

Indo além nesta descrição, Ilse Scherer-Warren (2006, p. 110-114) fazendo a categorização dos movimentos sociais justapondo em níveis presentes na própria sociedade civil os caracteriza como sendo o *associativismo local*, onde aqui se encaixam os movimentos sociais comunitários e sujeitos sociais que se engajam nas causas sociais. No segundo nível estão as *formas de articulação inter-organizacionais* em que as organizações mantêm relações entre si formando uma grande rede.

O terceiro nível são as *mobilizações na esfera pública*, caracterizado pela visibilidade dos movimentos ao ocuparem espaços públicos e nestes reivindicarem seus direitos atraindo assim simpatizantes.

O quarto nível responde aos movimentos de *apoio financeiro*, onde as instituições se mantêm através da arrecadação de recursos. Todos estes níveis sintetizam o conceito formulado por Ilse Scherer-Warren (2006, p. 115) de “rede de movimentos sociais”, em que estas se originam a partir do compartilhamento de interesse coletivos comuns em torno do ideal de provocar transformações no sistema que impera.

⁶ O terceiro setor é constituído por organizações sem fins lucrativos e não governamentais, que tem como objetivo gerar serviços de caráter público.

Mas vale ressaltar que a respectiva apresentação conceitual não é o cerne desta abordagem, e sim como o processo de conversação realizado por estes sujeitos reflete na luta pela igualdade de direitos e fomenta o exercício da cidadania.

A Comunicação tem, pois o papel emancipatório e libertador, onde os movimentos sociais ao possuírem esta abertura na transmissão de informações que muitas vezes não acontece na mídia tradicional, mas sim na mídia contra hegemônica tem atingido o grande público e dado seu recado.

A internet neste processo provocou uma transformação meteórica, um espaço democrático que permitiu além da livre circulação de mensagens sem filtros, também representou um ambiente para a interação com os usuários e a perpetuação de identidades. Este mecanismo pode ainda gerar um efeito que ocorre quando os usuários da rede se identificam com tais mensagens e passam a simpatizar pela “causa” tornando-se possíveis membros destas instituições.

Este entendimento é proposto por Dênis Moraes (2000) que descreve as possibilidades alcançadas pela internet para os movimentos sociais quando,

não se tem a pretensão de atingir milhões e milhões de pessoas, privilégio dos que detêm o controle dos meios de comunicação tradicionais. O que se busca é promover a disseminação de idéias e o máximo de intercâmbios. Poder interagir com quem quer apoiar, criticar, sugerir ou contestar (MORAES, 2000, p. 142).

O estudioso referenciado ainda vai além ao enunciar que embora não existindo de maneira delimitada as barreiras entre o virtual e o real, os conflitos também se transpõem para ambos os espaços, mesmo a internet sendo um campo para o afloramento das singularidades e especificidades de cada indivíduo. Assim o que caracteriza-se no âmbito individual se agrega, aglutina à outros concebendo os valores coletivos.

Nestes termos, a identidade não passa a ser encarnada por um, mas sim por outrem que também porventura se identificam com a mesma. A identidade é fator decisivo e força motriz na geração de conflitos no convívio entre os seres sociais. “Identidade significa parecer ser diferente, e por essa diferença, singular – e assim a procura da identidade não pode deixar de dividir e separar” (BAUMAN, 2003, p. 21).

Este elemento põe em cheque os valores culturais, históricos, princípios morais de cada indivíduo ocasionando divergências com o que nos é externo. Esta dualidade mundo interno – externo tem seus reflexos dentro das comunidades, aqui entendendo como a

comunidade virtual o que compromete a vida em espírito de comunhão diante de anseios que não partem do individual, mas sim de todo o grupo.

Contudo, a Comunicação se constitui enquanto um direito para os movimentos sociais, onde através desta os mesmos reivindicam suas necessidades, e exercem sua liberdade de expressão. Essa é mais uma prova da premência da vivência da cidadania e suas respectivas interrelações.

2 – E a Comunicação nos movimentos sociais de Picos?

A Comunicação articulada nos movimentos sociais do Sertão do Piauí ainda se caracteriza pelo uso de ferramentas tradicionais, como o rádio, a telefonia móvel e o mecanismo boca-a-boca com a finalidade de transmitir informações aos seus respectivos membros.

No entanto, um instrumento que de fato revolucionou este processo de conversação de forma feroz foi a Internet, onde as entidades embora não possuindo uma ampla estrutura comunicacional passam a manter um contato sistemático via tecnologias digitais. A Internet não é vista como fim, mas como meio.

Para isso fez-se um diagnóstico para entender como funciona a comunicação nos movimentos populares na capital do Sertão do Piauí, Picos, município que reverbera, inclusive academicamente, toda a produção científica nessa região do estado.

2.1 – Entender Picos para entender os movimentos populares e sociais de todo o Sertão do Piauí

Este diagnóstico sobre a comunicação feita nos movimentos sociais de Picos é ancorado numa pesquisa de campo realizada em 2013 por bolsistas do Projeto de Extensão Formação de Comunicadores Comunitários e Populares do Sertão do Piauí⁷ que durante três

⁷ Segundo relatório do Projeto de Extensão Formação de Comunicadores Comunitários e Populares do Sertão do Piauí, o projeto de extensão percorre há mais de oito meses os municípios piauienses situados na área mais pobre do Estado – o Sertão do Piauí, com a finalidade de debater sobre Comunicação, pensando novas perspectivas comunicacionais sob as distintas realidades visitadas. O projeto é coordenado pelos professores, Evandro Alberto de Sousa, mestre em Serviço Social, docente do curso de Comunicação Social – Jornalismo – da UESPI de Picos desde 2002, hoje é diretor do Campus da UESPI de Picos, docente do quadro efetivo e

semanas consecutivas visitaram 28 entidades pertencentes aos mais variados segmentos da sociedade organizada, e como forma de obter este mapeamento recorreram à observação participante e aplicação de questionários⁸. Os dados vêm sendo atualizados, semestre a semestre.

Partindo deste norte, a referida pesquisa veio a demonstrar que as organizações possuem uma consciência e a necessidade de fomentar a Comunicação, de que exista um planejamento comunicacional, mas os mesmos não racionalizam qual caminho a ser seguido.

Alguns dados deste estudo serão, pois apresentados aqui como forma de compreender este processo para que se justifiquem as ações futuras que foram desenvolvidas em algumas destas instituições analisadas, pontos a serem levantados à frente nesta discussão.

Dentre os questionamentos, a indagação inicial proposta responde se nas instituições sociais existiam de forma estruturada o setor da assessoria de imprensa. Do público investigado, 65,38% responderam não existir um profissional ligado ao setor, e apenas 34,62% afirmaram que possuem um assessor de imprensa, onde o responsável por executar o trabalho são em sua maioria pessoas contratadas. Este fator vem a demonstrar que a Comunicação fomentada no ambiente dos movimentos sociais é articulada por seus próprios membros, quando na verdade estes muitas vezes não possuem qualificação na área.

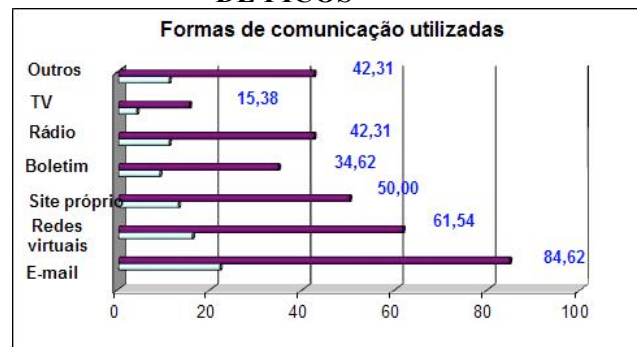
Seguindo nesta direção, parte-se para verificar quais os meios de comunicação utilizados na transmissão de conteúdos dentro das instituições. O público afirmou que o e-mail eletrônico é a ferramenta mais utilizada com 84,62, seguido das redes sociais virtuais com 61,54%, e dos sites próprios com 50%.

Este percentual vem a demonstrar que as instituições tem feito uso constante das novas tecnologias como forma de ter maior alcance e mobilização do público. Um mecanismo que eles julgam ter acelerado a circulação de informações. Os meios tradicionais, como o rádio, o boletim informativo e a TV também aparecem entre os veículos utilizados.

pesquisador na área de cidadania, políticas públicas e rádios; e Orlando Maurício de Carvalho Berti, mestre em Comunicação Social, doutorando em Comunicação Social, docente do Curso de Comunicação Social – Jornalismo – da UESPI de Teresina em 2003 que pesquisa o Sertão do Piauí. O projeto é formado por bolsistas e voluntários dos Cursos de Comunicação Social da UESPI de Picos e Teresina.

⁸ O referido questionário é composto por oito questionamentos que indagam se estas organizações possuem assessorias de imprensa; como as mesmas são organizadas; quais os pontos positivos e negativos da Comunicação articulada nos movimentos sociais.

GRÁFICO 1: MEIOS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS NOS MOVIMENTOS SOCIAIS DE PICOS



FONTE: PESQUISA DE CAMPO REALIZADO PELA ACADÊMICA PAULA MONIZE RODRIGUES

Outro questionamento revela se a organização considera eficiente o mecanismo da comunicação interna. Dos entrevistados, 84,62% responderam que consideram eficaz, e 3,85% julgaram pouco eficaz. Por outro lado, 11,54% responderam que a comunicação em nível interno não é eficaz, o que denota que apesar das limitações na visão das instituições a Comunicação tem sido satisfatória.

Olhando para o outro eixo da comunicação em nível externo, 61,54% do público analisado respondeu que enxerga a comunicação como sendo eficaz, e 23,08% como pouco eficaz. Nesta mesma indagação, 15,38% julgaram que esta comunicação não é satisfatória. Assim sendo, estes números indicam que mesmo sendo considerada eficaz, esta apresenta maiores falhas, e que necessita ser ampliada, um indicativo apontado por um dos entrevistados (S, 2014).

Ainda temos uma grande dificuldade em nos comunicar com a comunidade, divulgar nossas ações, porque nem sempre temos espaço nos meios de comunicação da cidade para propagar o que temos feito. A comunicação externa tem de ser ampliada mais e mais, só assim a instituição se torna fortalecida (S, 2014).

Seguindo pelas temáticas abordadas dentro do questionário, o público quando indagado sobre os aspectos positivos da Comunicação feita nos movimentos sociais expuseram uma pluralidade nas respostas, destacando com 38,46% a divulgação das ações como fator positivo, seguido com 23,08% dos membros bem informados, e 19% de uma informação rápida.

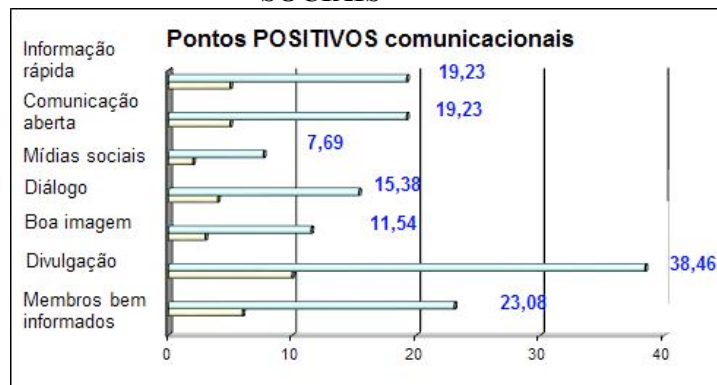
Neste sentido, mesmo diante de uma comunicação “limitada” esta ainda se mostra de forma aberta, onde prevalece o diálogo entre os membros das entidades sociais. Vale

ressaltar, que este diálogo é um dos principais canais para a difusão de informações, onde não é descartado a presença de ruídos e o feedback que por ventura nem sempre é satisfatório.

Os entrevistados ainda apontaram como fator positivo a divulgação de suas ações, pois os mesmos possuem uma boa relação com a mídia local que tem aberto espaço para dar vazão aos seus conteúdos, estes quando apresentam relevância.

Ou seja: a cidadania é reconhecida como elemento-chave para a divulgação de fatos e atos desses movimentos sociais.

GRÁFICO 2: PONTOS POSITIVOS DA COMUNICAÇÃO NOS MOVIMENTOS SOCIAIS



FONTE: PESQUISA DE CAMPO REALIZADO PELA ACADÊMICA PAULA MONIZE RODRIGUES.

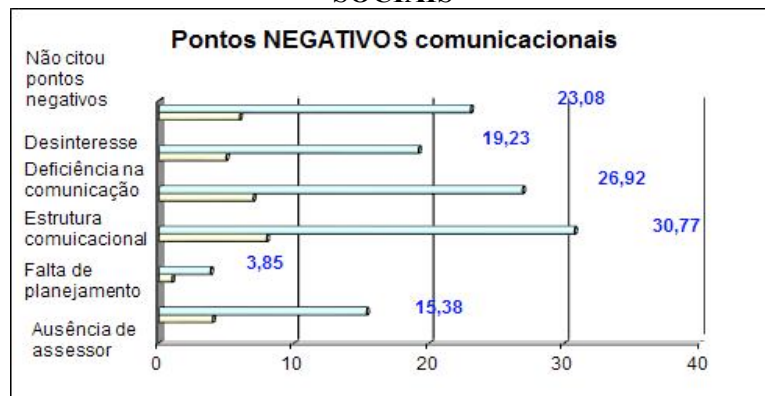
Paralelo aos pontos positivos foi-se questionado sobre o que é considerado falho na Comunicação.

Os entrevistados apontaram que a estrutura comunicacional com 30,77% é um fator negativo, pois esta ainda não tem suprido todas as necessidades que as entidades esperam estruturar através do mecanismo de conversação.

Outro ponto negativo exposto é a deficiência na comunicação com 26,92%, seguido 19,23% do desinteresse, 15,38% da ausência de um assessor de comunicação, e 3,85% da falta de planejamento. Nas respostas apontadas, grande parte dos entrevistados, 23,08% não elencaram pontos negativos, o que revela que o público considera a comunicação presente como sendo a contento.

No entanto, este dado pode dar margem para outra compreensão que corresponde ao não entendimento real sobre a Comunicação, e o que se configura como fatores que venham a dificultar sua ampliação.

GRÁFICO 3: PONTOS NEGATIVOS DA COMUNICAÇÃO NOS MOVIMENTOS SOCIAIS



FONTE: PESQUISA DE CAMPO REALIZADO PELA ACADÊMICA PAULA MONIZE RODRIGUES.

Em suma, a referida pesquisa oferece dados quantitativos sobre a Comunicação desenvolvida nos movimentos sociais picoenses a partir das impressões relatadas pelos próprios membros.

Por meio desta se obtém um panorama inicial da Comunicação diagnosticando os possíveis entraves que circundam a mesma. Este estudo vem a reverberar que a mesma necessita ser estruturada para que os movimentos possam se articular junto aos seus membros, como para com a sociedade.

3 – O grupo Cultural Adimó: a luta do movimento social negro no Sertão do Piauí

O Grupo Cultural Adimó – GCA – é uma entidade sem fins lucrativos que trabalha o resgate da cultura negra, e a promoção dos direitos sociais, muitas vezes negligenciados a este nicho da sociedade. Tem atuação em toda a região do Sertão do Piauí, mas a maioria dos trabalhos é voltado para a cidade de Picos.

O Grupo foi criado em 2006 por iniciativa de Francisco das Chagas (mais conhecido por Mano Chagas), engajado nas causas do movimento social negro, junto à Associação São Vicente de Paulo, situada no município de Picos, sendo esta inicialmente o alicerce estrutural de sua fundação.

A organização nasce a partir de uma lacuna existente na área social, onde a ausência de políticas públicas voltadas para a inclusão de crianças e adolescentes sempre deixou pessoas de diversas faixas etárias à margem do sistema social e em situações de risco. Em julho de 2007, o Grupo Cultural Adimó constituiu-se de forma efetiva como

entidade jurídica, funcionando em sedes provisórias, e que atualmente desenvolve suas atividades em um prédio cedido, localizado no Bairro Bomba, em Picos – PI.

Como linha de atuação, o GCA desenvolve atividades educativas, culturais e esportivas no combate ao racismo e a ociosidade através de atos que buscam a inclusão de seus participantes na sociedade e no mercado de trabalho, assegurando a efetivação de direitos sociais previstos na Constituição Brasileira.

As ações acontecem por meio de oficinas, seminários, palestras, cursos e capacitações que se voltam para as áreas da dança, artes cênicas, música e inclusão digital.

Além disto, são promovidos de maneira ativa e contínua eventos culturais como “*O Mês da Consciência Negra*”, onde acontece o concurso Beleza Negra como forma de fomentar a autoestima do povo negro, a “*Semana Municipal de Combate ao Racismo*” e o *Festival de Dança* que é a culminância de todas as ações desenvolvidas no Grupo ao decorrer do ano.

Segundo Francisco Chagas⁹ (2014), o Grupo Cultural Adimó desde a sua fundação até o tempo presente tem enfrentado dificuldades, especialmente para que a entidade se mantenha firme na execução de seus ideais. Um destes problemas respinga sobre a grande demanda de material humano, pois o trabalho é realizado por voluntários, e as mínimas condições não lhes são oferecidas.

O Grupo Cultural Adimó na realização diária de seus trabalhos sociais, e por não dispor de recursos financeiros enfrenta muitos problemas. As pessoas que executam as atividades e ministram oficinas são realmente ligadas ao Grupo. No entanto, há uma grande dificuldade em manter os mesmos na instituição, pois não temos o mínimo suporte para oferecer a eles. Além disto, há uma rotatividade muito grande nos membros que participam do Projeto, um problema que temos tentado sanar (MANO CHAGAS, 2014).

Trazendo à tona os aspectos funcionais, são atendidos pelo GCA crianças na faixa etária de 08 anos de idade, podendo estas permanecer na instituição até a fase adulta. Neste parâmetro, o público diário é estimado em 268 membros¹⁰, o que corresponde à 2 mil pessoas durante todo o ano.

Além disto, o Grupo possui 29 voluntários que participam na realização das atividades na condição de monitores.

⁹ Entrevista realizada no dia 14 de setembro de 2014 pela pesquisadora Paula Monize de Moura Rodrigues junto diretor-geral do Grupo Cultural Adimó, Francisco das Chagas.

¹⁰ Dados fornecidos pelo Grupo Cultural Adimó.

Em favor do trabalho social articulado em prol do combate ao racismo e na garantia e consciência de direitos o GCA tem se tornado referência para outras organizações, recebendo ainda importantes prêmios. Um dos mais expressivos foi a conquista do Selo Unicef em outubro de 2013, onde o Grupo esteve entre um dos vinte finalistas da etapa regional do Prêmio Itaú Social.

4 – As ações comunicacionais desenvolvidas no Grupo Cultural Adimó através da Agência de Notícias Comunitária e Popular do Sertão do Piauí

Em meio à realização da pesquisa sobre a Comunicação nos movimentos sociais de Picos, ficou latente a ausência de um planejamento comunicacional, onde este setor ainda se apresenta de forma limitada.

Tornava-se indispensável a partir deste diagnóstico, a promoção de intervenções e o desenvolvimento de ações comunicacionais para que este retrato pudesse ter outra conotação.

Partindo deste indicativo, e com este mesmo propósito surge a Agência de Notícias Comunitária e Popular do Sertão do Piauí vinculada ao Projeto de Extensão Formação de Comunicadores Comunitários e Populares do Sertão do Piauí, desenvolvido na Universidade Estadual do Piauí, UESPI, Campus de Picos. A Agência foi iniciada oficialmente em julho de 2014, desenvolvendo ações em cinco movimentos sociais picoenses, Grupo Cultural Adimó, Casa Aliança, Sindicato dos Trabalhadores Rurais, Movimento dos Pequenos Agricultores e Instituição Religiosa Bárbara Maix.

Vale acentuar que serão aqui apresentadas somente as ações desenvolvidas no Grupo Cultural Adimó, onde a autora deste trabalho executou durante seis meses diversas oficinas ligadas à produção de material informativo, como forma de estruturar junto aos integrantes da respectiva entidade a esfera comunicacional.

A escolha de tais atividades parte inicialmente de visitas realizadas ao Grupo Cultural Adimó, onde os membros expuseram suas necessidades e expectativas se apresentando, pois como a bússola para o desdobramento do projeto. A primeira ação a ser desenvolvida foi a produção de uma Cartilha, “*Grupo Cultural Adimó: o que somos; o que desenvolvemos; quem participa; e como participar*”, onde as informações básicas do

Grupo, desde o seu surgimento, os trabalhos feitos, e quais ações são desenvolvidas compõem o conteúdo central do informativo.

Para Francisco Chagas (2014)¹¹ o Grupo Cultural Adimó é uma instituição ainda desconhecida por grande parte da comunidade picoense, onde o trabalho fomentado em valorização da cultura negra termina por não ser essencialmente compreendido. Nestes termos, a Cartilha viria a suprir esta necessidade, trazendo informações ao público além de promover uma divulgação direta da organização, assim como mantendo uma aproximação com os mesmos.

A aproximação com a comunidade é o que trata Fernanda Ribeiro e Daniel Ortiz (2010, p. 05), reafirmando este processo como o passo inicial para a construção da Comunicação Comunitária. É preciso que cada indivíduo que componha o grupo seja conhecido por suas singularidades e particularidades. Entretanto, esta abordagem não será aprofundada, pois o sentido da “aproximação” aqui entendido visa efeitos de divulgação, e em uma acepção mais ampla de uma possível identificação de ideologias, transformando estes atores em integrantes do movimento.

A Cartilha foi pensada e produzida durante três meses pelos bolsistas do Projeto de Extensão, Paula Monize Rodrigues¹² e Luciano Barbosa¹³, além de integrantes do movimento.

As informações nela contidas partem de um banco de dados já existente na instituição que adequaram-se à realidade atual. Além disto, algumas entrevistas foram feitas com membros do Grupo para obter-se o máximo de dados, bem como registros fotográficos e gravação de imagens.

Durante este processo, algumas preocupações começaram a tomar forma. Uma delas seria demonstrar através da Cartilha a identidade do Grupo, numa ideia de que o indivíduo que a tomasse ao conhecimento conseguisse visualizar toda a instituição. Outra preocupação gerada era como arcar a impressão do material, pois o GCA é uma entidade sem fins lucrativos e que não possui recursos para financiar a publicação da mesma. Diante disto, uma campanha de mobilização foi feita pelas redes sociais virtuais, onde uma quantia considerável de dinheiro foi arrecada e será revestida em prol da Cartilha.

¹¹ Diretor-geral do Grupo Cultural Adimó.

¹² Acadêmica do IX período de Comunicação Social na Universidade Estadual do Piauí – UESPI, Campus de Picos.

¹³ Acadêmica do IX período de Comunicação Social na Universidade Estadual do Piauí – UESPI, Campus de Picos.

Em linhas gerais, o próximo passo a ser tomado será tornar realidade o que está no papel e assim distribuí-la perante à toda a comunidade, expandindo as fronteiras de alcance. Este mesmo material também estará disponível na rede para que mais pessoas possam ter acesso ao material.

Considerações Finais

Ao olhar para a realidade comunicacional dos movimentos sociais do Sertão do Piauí percebe-se que estes apresentam falhas na Comunicação, especialmente por não ter pessoas que desenvolvam de maneira ampla o respectivo setor. Essa carência de pessoas está balizada em dois pontos: pessoas em si para cuidarem da comunicação ou de perspectivas comunicacionais, ou então de pessoas qualificadas para tal, como jornalistas, comunicadores com alguma formação e até estudantes de Comunicação Social.

Mesmo a cidade de Picos tendo dois cursos de Jornalismo ainda há uma lacuna muito grande entre as universidades estarem realmente presentes e o trabalho ideal de comunicação e cidadania nesses movimentos sociais, populares e comunitários.

Por outro lado, os sujeitos que articulam esta interlocução nem sempre têm despertado uma consciência a cerca de suas potencialidades, não levando em consideração o caráter transformador gerado pela interface dos processos comunicacionais.

Neste entendimento, a oficina desenvolvida no movimento social Grupo Cultural Adimó vem a demonstrar que a estruturação e divulgação das ações destes movimentos torna-se essencial para a nutrição dos mesmos, e de afirmação perante as comunidades. E se torna um exemplo emblemático na realidade sertaneja piauiense para dar um passo à frente na cultura da comunicação, movimentos populares e cidadania.

Conclui-se, que por meio destas experiências uma consciência crítica foi disseminada nas crianças e adolescentes, especialmente na construção do pensamento de que por meio da comunicação os mesmos podem transformar a realidade do local onde vivem e os movimentos sociais onde estão inseridos.

As ideias continuam sendo executadas e o projeto entra em seu segundo ano tentando experimentar novas metodologias comunicacionais e midiáticas que possam não só interatuar e trazer novos atores sociais ao processo no Grupo Adimó, mas também em uma série de outros grupos sociais sertanejos piauienses, mais que sedentos por estarem com produção comunicacional mais cidadã.

Referências bibliográficas

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos sociais**: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. Contemporânea (UFBA. Online), v. 11, p. 161-181, 2013. Disponível em: <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneapocom/article/viewArticle/6980>.

MORAES, Dênis de. **Comunicação, Hegemonia e Contra-hegemonia**: a contribuição teórica de Gramsci. Porto Alegre: Revista Debates, v.4, n.1, p.54-77, jan.-jun, 2010. Disponível em: <file:///C:/Users/PAULA%20MONIZE/Downloads/12420-49853-1-PB.pdf>. Acesso em: 12. mai.2014.

_____, **Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na Internet**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. XXIII, nº 2, julho/dezembro de 2001.

RIBEIRO, Fernanda; ORTIZ, Daniel. **A função social do jornalismo comunitário**. Disponível em <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/6/6a/GT1-_08_A_funcao_social_Fernanda_e_Daniel.pdf>. Acesso em: 15 de novembro de 2013.

WARREN, Ilse Scherer. **Das mobilizações às redes de movimentos sociais**. Sociedade e Estado, Brasília, v. 21, n. 1, p. 109-130, jan./abr. 2006.