
Comunicação comunitária e mudança ambiental no Intercom Júnior Nacional: um mapeamento de trabalhos publicados de 2010 a 2014¹

Julian Andrey Muniz DE MEDEIROS²

Guilherme Oliveira CURI³

Veneza Mayora RONSINI⁴

Marco Aurélio Marão Viana Pereira FILHO⁵

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

O artigo tem como objetivo apresentar um mapeamento quantitativo dos trabalhos que abordam a temática da comunicação comunitária, registrados de 2010 a 2014 na etapa nacional da Jornada de Iniciação Científica Intercom Júnior. Também foi realizado um levantamento dos trabalhos sobre comunicação comunitária para a mudança na área ambiental. A metodologia utilizada foi a pesquisa documental e bibliográfica, a partir das autoras Cicilia Peruzzo e Raquel Paiva. Conclui-se que existe uma quantidade considerável de trabalhos que abordam o conceito de comunicação comunitária dentro das categorias Jornalismo e Comunicação, Educação e Cidadania. Nas demais categorias, que representam outros cursos de graduação, existe uma lacuna. Quando analisamos o recorte: comunicação comunitária para a mudança na área ambiental, percebe-se que existem poucos trabalhos registrados sobre a temática.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação comunitária; Comunicação popular; Área ambiental; Intercom.

INTRODUÇÃO

Este artigo faz parte do projeto "Usos e não-usos das tecnologias da comunicação e o sentido da vida em comum", do grupo de pesquisa Usos Sociais da Mídia, vinculado à UFSM (Universidade Federal de Santa Maria) e apoiado pelo CNPq

¹ Trabalho apresentado no IJ07 – Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 5º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FACOS-UFSM, participante em nível de iniciação científica do grupo de pesquisa Usos Sociais da Mídia (CNPq) e bolsista voluntário do projeto de pesquisa "Usos e não-usos das tecnologias da comunicação e o sentido da vida em comum", e-mail: julian12andrey@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Pós-doutorando Capes/Print e professor colaborador do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM), e-mail: curi.guilherme@gmail.com.

⁴ Coorientadora do trabalho. Professora Titular do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Pesquisadora PQ2 do CNPq. Coordena o grupo de pesquisa Usos Sociais da Mídia (CNPq), e-mail: venezar@gmail.com.

⁵ Coorientador do trabalho. Doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: marcomarao@gmail.com.

(Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico). Segundo o sítio do POSCOM (Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Campus Santa Maria)⁶:

O projeto tem como objetivo estudar teórica e empiricamente a sociedade saturada pelos fluxos de informação e as possibilidades de cooperação pelos usos e não-usos das tecnologias da comunicação em comunidades intencionais ecologicamente sustentáveis.

Sendo assim, este artigo tem por objetivo realizar um mapeamento de pesquisas sobre o tema “comunicação comunitária”, contribuindo para o projeto mencionado ao observar, por um lado, quais áreas do conhecimento dentro da comunicação, em nível de graduação, se voltam para a comunicação comunitária; por outro, se a comunicação comunitária está voltada para a solução de problemas ambientais. Além disso, é possível levantar algumas hipóteses quanto ao uso da comunicação nas comunidades como ferramenta para a construção da cidadania e transformação social (REIMBERG, 2009), especialmente no que tange a uma maior conscientização sobre sustentabilidade.

Para isso, no que diz respeito à metodologia utilizada, foi feita uma pesquisa documental nos anais do Intercom Júnior, etapa Nacional, de cunho quantitativo, e uma pesquisa bibliográfica sobre o conceito de comunicação comunitária, seu histórico e seus respectivos objetivos.

Cabe, nesse momento, ressaltarmos o significado de comunicação comunitária. O sentido do termo comunicação comunitária não deve ser entendido como algo único. Seu significado é construído dependendo dos processos comunicacionais em que ele está envolvido, o que atribui ao termo um significado ambíguo (REIMBERG, 2009). De modo geral, ele pode ser atribuído a várias ações ligadas a uma comunicação feita pelo povo e para o povo (PERUZZO, 2009). Para Cicilia Peruzzo (2009, p. 2) o significado do termo está diretamente ligado ao seu sentido político:

A comunicação popular foi também denominada alternativa, participativa, participatória, horizontal, comunitária, dialógica e radical, dependendo do lugar social, do tipo de prática em questão e da percepção dos estudiosos. Porém, o sentido político é o mesmo: uma forma de expressão de segmentos empobrecidos da população, mas em processo de mobilização visando suprir suas necessidades de sobrevivência e de participação política com vistas a estabelecer a justiça social.

⁶ Sítio do POSCOM (Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Campus Santa Maria). Disponível em: <<https://www.ufsm.br/cursos/pos-graduacao/santa-maria/poscom/projetos-de-pesquisa/>> Acesso em: 5 Out 2020.

Ainda para Cicilia Peruzzo (2009, p. 49), uma das maiores referências na área, a comunicação comunitária pode ser entendida da seguinte forma:

Em síntese, a comunicação popular, alternativa e comunitária se caracteriza como expressão das lutas populares por melhores condições de vida, que ocorrem a partir dos movimentos populares e representam um espaço para participação democrática do “povo”.

Também, Raquel Paiva (2018) ressalta que a comunicação comunitária tem como característica ser uma força contra-hegemônica, atuando como ferramenta de produção de novas formas de linguagem. Ela parte de um propósito educacional e permite um novo olhar para pensarmos a comunicação, sobretudo a comunicação dentro dos movimentos populares.

A comunicação popular, alternativa e comunitária dentro dos movimentos sociais têm um papel mais amplo do que publicizar ideais e princípios. Ela também é um meio que, mesmo informalmente, permite que as pessoas envolvidas nos projetos tenham um maior contato com a educação, fomentando o seu desenvolvimento pessoal e pensamento crítico de forma a instigar uma maior participação na sociedade, exercendo seus direitos e deveres como cidadão (PERUZZO, 2017).

Um pensamento mais reflexivo sobre as questões que nos cercam pode ser um fator determinante para reivindicar direitos e tornar público dores que afetam a camada da população mais vulnerável. O papel como cidadão, com pensamento crítico, além de ser um ponto importante para uma transformação social em relação aos direitos humanos básicos (alimentação, casa, saneamento, entre outros) para todos e todas, também é importante para que sejam realizadas ações referentes a problemas que podem nos afetar futuramente, como é o caso da questão ambiental. Djalma Nery (2018) comenta que políticas públicas precisam ser aprovadas para que se tenha uma mudança na área ambiental. A comunicação comunitária na área ambiental pode ajudar a levantar essa temática nos meios de mídia hegemônicos para que essas políticas públicas sejam aprovadas.

Para apresentar os conteúdos do trabalho, o artigo foi dividido em quatro partes. Em um primeiro momento abordamos a evolução da comunicação comunitária, assim como seu histórico e seus objetivos. Na segunda parte comentamos sobre a importância

dos trabalhos apresentados no Intercom Júnior para estimular a produção científica entre os estudantes. Em seguida, apresentamos a metodologia de pesquisa. Na última parte do artigo, apresentamos os dados do mapeamento realizado e as conclusões ou hipóteses que podemos formular a partir da interpretação destes dados.

COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA: HISTÓRICO E OBJETIVOS

A comunicação comunitária veio se transformando nas últimas décadas. Seu modo de organização, assim como seus objetivos, tiveram novos desafios a serem enfrentados. Antes de comentarmos como ela é definida atualmente, precisamos entender o seu percurso.

Para Festa (1986, p. 10 apud REIMBERG, 2009, p. 2) “a comunicação popular no Brasil nasce no movimento operário através da imprensa sindical e que chega ao campo através da Comissão Pastoral da Terra, de centros de educação popular e de sindicatos”. Assim, podemos notar que a comunicação popular tem suas raízes nos movimentos sociais, especialmente no movimento operário, e vai se expandindo ao longo das décadas de 60, 70 e 80 com a ajuda da igreja. É uma forma de comunicação que, durante as décadas, utilizou dos mais variados meios: cartazes, panfletos, programas de rádio, entre outros.

Ademais, Peruzzo (1998, p. 119 apud REIMBERG 2009, p. 2) comenta que, a partir dos anos 1980, a comunicação popular foi também classificada como “popular-alternativa” e ganhando espaço como ferramenta de importante reivindicação de direitos. Ela ajuda as classes mais vulneráveis a se organizarem e terem voz nos meios midiáticos hegemônicos, ainda que de forma embrionária. É uma comunicação popular com característica libertadora e crítica com potencial de transformação social (REIMBERG, 2009).

Ela se desenvolve e, já nos anos 90, adquire outras concepções, conforme descreve Reimberg (2009, p. 2):

Tem uma posição mais dialética e flexível, já que acredita que a comunicação popular pode contribuir para a democratização dos meios de comunicação e da sociedade. Ela percebe que não consegue levar a uma transformação imediata devido às limitações, contradições e sua inserção na grande diversidade cultural. Além disso, não se contrapõe à comunicação de massa.

Com uma maior democratização da comunicação a partir dos anos 2000, a comunicação comunitária se torna uma ferramenta cada vez mais importante para as classes populares, no sentido de torná-las protagonistas dentro do contexto social em que estão inseridas.

São rádios comunitárias, canais do YouTube, jornais eletrônicos alternativos e diversas outras mídias que possibilitam a produção e veiculação de conteúdo dentro da comunidade e para a comunidade. As novas tecnologias não quebram os paradigmas teóricos, mas nos apontam novas transformações importantes (PERUZZO, 2006).

INTERCOM JÚNIOR

Anualmente ocorre o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Nele existem três categorias: Expocom, Grupos de Pesquisa e Intercom Júnior. O Expocom seria um espaço destinado aos trabalhos de caráter técnico desenvolvidos durante determinada disciplina ou em projeto experimental, concluídos no ano anterior ao evento. Portanto, cartazes, podcasts, campanhas publicitárias, produções audiovisuais, roteiros, vinhetas, protótipos de jornais alternativos, entre outros produtos, são submetidos ao evento. Os grupos de pesquisa, conhecidos como GPs, são espaços para, como o próprio nome já diz, os pesquisadores apresentarem seus estudos sobre os temas do ambiente comunicacional. Por fim, o Intercom Júnior é realizado com o objetivo de ser um ambiente para pesquisadores e pesquisadoras que estão ainda em fase de iniciação científica ou recém-graduados apresentarem seus trabalhos e dialogarem com a comunidade acadêmica sobre suas pesquisas. Segundo o sítio Portal Intercom⁷, o Intercom Júnior é definido assim:

O Intercom Júnior é um espaço acadêmico criado para acolher trabalhos de estudantes de graduação em Comunicação e também de recém-graduados (até um ano após a conclusão do curso). A atividade se dá em dois momentos distintos ao longo de cada ano: no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) e nos congressos regionais da entidade.

⁷ Sítio do Portal Intercom - Intercom Júnior. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/eventos1/intercom-junior/apresentacao4>> Acesso em: 5 Out 2020.

Normalmente ocorre um encontro inter-regiões dividido por centro-oeste, sul, sudeste, norte e nordeste. Nestes eventos locais os estudantes podem submeter seus trabalhos nas mesmas modalidades Expocom e Intercom Júnior. Após a realização do Intercom Regional, ocorre a etapa nacional do congresso.

A etapa nacional do Intercom é caracterizada por reunir estudantes de todo o Brasil visando um ambiente plural e diversificado para trocas de experiências. Segundo o sítio do Portal Intercom, o Congresso Intercom Nacional⁸ é descrito conforme segue:

O Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação acontece desde 1977 e reúne, tradicionalmente, cerca de 3,5 mil pessoas, entre alunos de graduação e pós-graduação, pesquisadores e profissionais da área. No evento, são debatidos tópicos de jornalismo, relações públicas, publicidade, rádio, televisão, cinema, produção editorial e de conteúdo para mídias digitais e políticas públicas de Comunicação, entre outros. A cidade-sede muda a cada ano e é escolhida pelos sócios da Intercom, em votação realizada no ano anterior.

Portanto, o evento se caracteriza como o principal encontro para estudantes e pesquisadores de comunicação do país. Estes espaços de discussão acadêmica são muito importantes para pesquisadores veteranos da área de comunicação, mas sobretudo para alunos e alunas que ainda estão em fase de iniciação científica, pois o debate sobre o tema dos trabalhos e a troca de referências do campo da comunicação e de suas interdisciplinaridades colaboram para que seja fomentada uma trajetória de pesquisa científica nos estudantes que ainda estão explorando o universo das teorias da comunicação, seus paradigmas, e se descobrindo como pesquisadores e pesquisadoras que poderão se tornar ao longo da jornada da vida.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia na pesquisa são as etapas percorridas pelo pesquisador durante a pesquisa científica, buscando resolver um problema de pesquisa. Vale lembrar que o processo de evolução das etapas não ocorre de uma forma inflexível. A pesquisa pede que esses procedimentos sejam realizados de forma flexível e cíclica, da teoria à prática e da prática à teoria (LOPES, 2003).

⁸ Sítio do Portal Intercom - Congresso Intercom Nacional. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/apresentacao5>> Acesso em: 5 Out 2020.

Sendo assim, no presente artigo, conforme ressalta (Lopes, 2003), a escolha da pesquisa bibliográfica já fala um pouco do caráter do objetivo de pesquisa, que tem como foco entender quantos trabalhos existem sobre comunicação comunitária, com recorte para a área ambiental, no evento Intercom Júnior, etapa Nacional. Para fundamentar nossa pesquisa, optou-se pela utilização das autoras Cicilia Peruzzo e Raquel Paiva, buscando entender a questão da significação da comunicação comunitária. A pesquisa de cunho bibliográfico se caracteriza pelo levantamento teórico por meio de resenhas, fichamentos e consultas (Lopes, 2003). O trabalho de levantamento bibliográfico apoia toda a pesquisa (Lopes, 2003).

Após o entendimento do termo “comunicação comunitária”, veio a parte da coleta de dados. Foi realizada uma pesquisa documental básica nos anais do sítio do Portal do Intercom Nacional, categoria Intercom Júnior, modalidade pertencente ao Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. O período escolhido para análise foi o de 2010 a 2014. Vale ressaltar que a intenção inicial seria fazer uma pesquisa de toda a última década, de 2010 a 2020, porém por questões pragmáticas, em termos de tempo de trabalho e de condições de pesquisa, reduziu-se o recorte temporal. Como estava sendo feito em ordem cronológica, decidiu-se abranger até o ano de 2014.

Filtrando pelas palavras chave: comunicação comunitária, alternativa, popular, radical, mudança social, contra-comunicação, participativa, dialógica, horizontal e ONG (Organização Não Governamental) foram analisados 1940 trabalhos registrados nas categorias:

- Jornalismo;
- Publicidade e Propaganda;
- Relações Públicas e Comunicação Organizacional;
- Comunicação e Audiovisual;
- Comunicação Multímídia;
- Interfaces Comunicacionais;
- Comunicação, Espaço e Cidadania; e
- Estudos Interdisciplinares da Comunicação;

Salienta-se que, dependendo da edição do evento, as categorias podem estar com nomes diferentes, mas que não fogem do seu objetivo. Um exemplo é a categoria Comunicação Multímídia que, em algumas edições, possui a nomenclatura de Rádio, TV e Internet. Conforme a tabela 1, é possível ver a quantidade de trabalhos em cada categoria, de 2010 a 2014.

Tabela 1 - Quantidade de trabalhos registrados no Intercom Júnior Nacional de 2010 a 2014

Categoria	Quantidade de trabalhos registrados
Jornalismo	514
Publicidade e Propaganda	253
Relações Públicas e Comunicação Organizacional	121
Comunicação Audiovisual	250
Comunicação Multímídia	214
Interfaces Comunicacionais	189
Comunicação, Espaço e Cidadania	169
Estudos Interdisciplinares de Comunicação	230
Total	1940

Fonte: Desenvolvido pelo autor

A tabela 1 foi ramificada no tópico Resultados da Pesquisa para que houvesse uma melhor compreensão dos dados e da análise. Por fim, foram apresentados os resultados com as análises interpretativas e suas respectivas conclusões.

RESULTADOS DA PESQUISA

Em um primeiro momento, apresentaremos a totalidade dos trabalhos registrados de 2010 a 2014 com a temática “comunicação comunitária” e posteriormente estes dados serão detalhados, visando uma compreensão mais apurada da evolução dessa temática dentro do evento. Conforme podemos notar na tabela 2, encontramos 75 trabalhos sobre comunicação comunitária.

Tabela 2 - Quantidade de trabalhos registrados com a temática comunicação comunitária de 2010 a 2014

Categoria	Quantidade de trabalhos registrados	Recorte para comunicação comunitária
Jornalismo	514	25
Publicidade e Propaganda	253	1
Relações Públicas e Comunicação Organizacional	121	3
Comunicação Audiovisual	250	3
Comunicação Multímídia	214	7
Interfaces Comunicacionais	189	1
Comunicação, Espaço e Cidadania	169	32
Estudos Interdisciplinares de Comunicação	230	3
Total	1940	75

Fonte: Desenvolvido pelo autor

Desse modo, conforme apresentado na tabela 2, ao pesquisar no Portal Intercom Nacional, de 2010 a 2014, com as palavras-chave: comunicação comunitária; alternativa, popular, radical, mudança social, contra-comunicação, participativa, dialógica, horizontal e ONG, foram encontrados apenas 75 trabalhos com a temática, o que representa, em porcentagem, 3,87 %, dos quais se destacam as categorias de Jornalismo e Comunicação, Espaço e Cidadania, que, como pode-se notar na tabela, concentraram boa parte dos trabalhos.

Poderíamos concluir que o baixo número de trabalhos sobre comunicação comunitária nas outras categorias em comparação com a categoria “Comunicação, Espaço e Cidadania” se deve ao fato desta última ser dedicada a trabalhos com essa temática. Entretanto, percebendo que a categoria “Jornalismo” concentra um número relativamente mais alto que a média de trabalhos com o termo, foi possível levantar algumas questões sobre a falta do debate da comunicação popular nas outras categorias. Antes de adentrarmos nessas questões, ressaltamos que a amostra dos dados é restrita, portanto, algumas questões levantadas são apenas indícios. A análise se limita ao seu escopo e período, não tendo a pretensão de ser determinista, mas sim servir como um elemento que nos instiga a pensar mais a fundo uma comunicação cada vez mais plural.

Sendo assim, analisando os dados, nota-se que eles nos indicam uma possível lacuna na discussão acadêmica sobre o tema comunicação comunitária fora dos eixos “Espaço, Comunicação e Cidadania” e “Jornalismo”. Um exemplo é a categoria voltada ao curso de Publicidade e Propaganda, que possui apenas um trabalho registrado sobre comunicação comunitária no período levantado. Isso nos faz questionar a razão pela qual esse número é relativamente pequeno.

Embora o curso tenha muitos aspectos mercadológicos, algumas disciplinas (fotografia, produção sonora, direção de arte, entre outras) da grade curricular poderiam colaborar para que houvesse um fomento a projetos de extensão voltados para a comunidade. Essa relação entre universidade e comunidade poderia resultar na produção de audiovisuais, podcasts, identidades gráficas, entre outros produtos comunicacionais que lançariam um horizonte da utilização da comunicação em prol da comunidade. Os projetos, além de fixar os conhecimentos, também ajudariam os alunos a exercerem um novo olhar para a comunicação, pois a comunicação popular é uma ferramenta para isso (PAIVA, 2018).

Continuando a análise, nos aprofundamos buscando entender como se deu a produção desses trabalhos anualmente, conforme Tabela 3 e Figura 3. Nota-se que houve uma queda de produção entre os anos de 2011 e 2014, mas que, ainda assim, as categorias “Jornalismo” e “Comunicação, Espaço e Cidadania” continuam se destacando. O ano de 2011 foi o que teve mais trabalhos registrados, chegando a um total de 23 artigos, demonstrando um aumento em relação ao ano anterior. Porém, nos anos posteriores, os números caíram para cerca de metade do anterior.

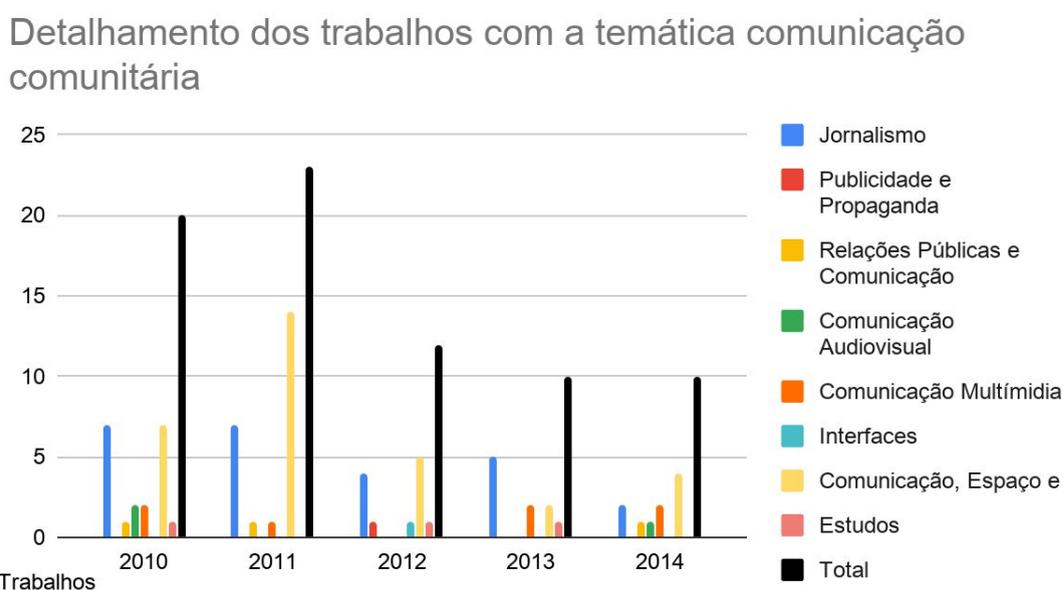
Tabela 3 - Detalhamento dos trabalhos com a temática comunicação comunitária

Categoria	Quantidade de trabalhos registrados com o recorte comunicacao comunitaria				
	2010	2011	2012	2013	2014
Jornalismo	7	7	4	5	2
Publicidade e Propaganda	0	0	1	0	0
Relações Públicas e Comunicação Organizacional	1	1	0	0	1
Comunicação Audiovisual	2	0	0	0	1

Comunicação Multímídia	2	1	0	2	2
Interfaces Comunicacionais	0	0	1	0	0
Comunicação, Espaço e Cidadania	7	14	5	2	4
Estudos Interdisciplinares de Comunicação	1	0	1	1	0
Total	20	23	12	10	10

Fonte: Desenvolvido pelo autor

Figura 3 - Detalhamento dos trabalhos com a temática comunicação comunitária



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Quanto aos trabalhos registrados na temática comunicação comunitária voltada para a mudança na área ambiental, constatou-se que existem apenas 3 trabalhos registrados. As hipóteses para que se tenham poucos trabalhos inscritos diante de um tema tão importante são variadas. Uma hipótese seria que as populações vulneráveis, em um primeiro momento, teriam necessidades mais urgentes. Conforme comenta Djalma Nery (2018, p. 61):

É patente que o ethos clássico da preservação do meio ambiente, assim como a adoção individual de práticas ecológicas estão majoritariamente inseridos entre as populações de classe média e alta. Isso porque a estrutura política e econômica na qual se funda a civilização faz com que outras demandas aparentemente muito mais

imediatas como moradia, saneamento básico e alimentação, por exemplo, sejam as primeiras preocupações de setores vulneráveis da sociedade, muito anteriores à preocupação ecológica.

Contudo, essa é apenas uma hipótese que precisa ser analisada em estudos futuros. Apesar de haver poucos trabalhos científicos (em nível de iniciação científica) com a temática da comunicação comunitária para a mudança na área ambiental nos portais do Intercom Júnior Nacional, existem exemplos empíricos que nos mostram que a comunidade popular está preocupada com o meio ambiente, como é o caso da conta do Instagram chamada Perifa Vegana⁹, que tem como objetivo levar o veganismo para as periferias do Brasil, aliando uma discussão sobre uma necessidade básica, que é a alimentação, a reflexões sobre a sustentabilidade.

Além disso, outro exemplo seriam as ações realizadas pelo MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra). No site¹⁰ do movimento existem diversas matérias falando sobre o movimento ecológico e a produção de alimentos saudáveis por parte dos assentamentos. Não iremos nos aprofundar nestes dados de produção de alimentos orgânicos do MST, pois entendemos que foge um pouco do objetivo que se propõe o artigo. Porém, a análise dessas informações, em trabalhos futuros, pode colaborar para entender mais a fundo a hipótese levantada por Djalma Nery (2018) sobre a movimentação das classes populares em torno de temas ecológicos.

CONCLUSÃO

Partindo do objetivo da pesquisa, que consistia na realização de um mapeamento dos trabalhos registrados no Intercom de 2010 a 2014, que abordam a temática comunicação comunitária e também da comunicação comunitária para a mudança na área ambiental, foi realizada uma busca nos anais do Intercom Júnior, etapa Nacional, na qual verificou-se que, no período recortado, existem 75 trabalhos que levam como palavra-chave: comunicação comunitária; alternativa, popular, radical, mudança social, contra-comunicação, participativa, dialógica, horizontal e ONG. As categorias “Jornalismo” e “Comunicação, Educação e Cidadania” foram as que apresentaram mais

⁹ Disponível em <<https://www.instagram.com/perifavegana/?hl=pt-br>> Acesso em 31 out 2020

¹⁰ Disponível em <<https://mst.org.br/>> Acesso em 31 out 2020

trabalhos com o tema, em proporção pelo menos três vezes maior que as demais categorias. Isso é um indício de uma possível lacuna dessa discussão nas outras categorias, razão pela qual se faz necessário um estudo que abranja os anos posteriores, a fim de se identificar se este é um padrão persistente no âmbito das publicações do Intercom Júnior Nacional dedicadas a esta temática. Além disso, foram encontrados apenas três trabalhos com a temática comunicação comunitária para a mudança na área ambiental. Partindo da hipótese de que esse baixo número de publicações com o recorte da mudança ambiental se deve ao fato de que as populações vulneráveis, em um primeiro momento, teriam necessidades mais urgentes, como a garantia de sua subsistência, ressaltamos a necessidade de mais estudos dedicados a pensar sobre a mobilização das comunidades periféricas acerca da questão ambiental.

REFERÊNCIAS

- INSTAGRAM. **Perifa Vegana**, 2020. Disponível em: <<https://www.instagram.com/perifavegana/?hl=pt-br>> Acesso em: 12 de setembro de 2020.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.
- MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA, 2020. **Temas, agroecologia**. Disponível em: <<https://mst.org.br/tema/agroecologia/>> Acesso em: 05 de out de 2020.
- NETO, Djalma Nery Ferreira. **Uma alternativa para a sociedade: caminhos e perspectivas da permacultura no Brasil**. São Carlos: Editora, 2018.
- PAIVA, R. **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro. Mauad X, 2018.
- PERUZZO, C. M. K. **Ideias de Paulo Freire aplicadas à Comunicação popular e comunitária**. Revista FAMECOS, v. 24, n. 1, p. ID24207, 2 jan. 2017.
- _____. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor**. Eco Pós, v. 12, n. 2, ago. 2009.
- _____. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor**. Palavra Clave, [S.l.], v. 11, n. 2, July 2009. ISSN 2027-534X. Disponible en: <<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1503/1744>>. Fecha de acceso: 24 sep. 2020

_____. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária.**

Intercom. 2006. Disponível em

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>

> Acesso em: 21 de setembro de 2020.

PORTAL INTERCOM, 2020. **Congresso Nacional + Anais do Intercom.** Disponível em:

<<https://portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/apresentacao5>> Acesso em: 05 de

setembro de 2020.

_____. **Intercom Júnior.** Disponível em:

<<https://www.portalintercom.org.br/eventos1/intercom-junior/apresentacao4>> Acesso em: 05 de

setembro de 2020.

POSCOM, 2020. **Projetos de Pesquisa.** Disponível em:

<<https://www.ufsm.br/cursos/pos-graduacao/santa-maria/poscom/projetos-de-pesquisa/>

> Acesso em: 05 de out de 2020.

REIMBERG, C. **A comunicação popular como ferramenta para a construção da cidadania.**

RuMoRes, v. 3, n. 5, 8 ago. 2009.