

## **Teia Comunitária: o portal da mídia cidadã<sup>1</sup>**

BIONDO, Mauro M.<sup>2</sup>

TORRESCASANA, Mariângela<sup>3</sup>

GOLDSCHMIDT, Ilka<sup>4</sup>

Universidade Comunitária da Região de Chapecó

### **Resumo**

A presente pesquisa buscou classificar, através dos paradigmas teóricos apontados por Círcia M. Krohling Peruzzo, as práticas de comunicação comunitária desenvolvidas pela sociedade civil brasileira e suas organizações nos últimos 16 anos, e disponíveis na plataforma multimídia “Teia Comunitária: o portal da mídia cidadã”. O estudo também procurou destacar a importância da comunicação comunitária, bem como compreender seu significado, as aproximações e distinções, no sentido de agrupá-las. Através da qualificação dos dados armazenados na plataforma, o objetivo é que o portal se torne um grande banco de dados à disposição para alimentação coletiva e colaborativa de todos os pesquisadores brasileiros e interessados em práticas comunicativas mais cidadãs.

**Palavras-chave:** comunicação comunitária; comunicação popular; cidadania; teia comunitária

### **Corpo do trabalho**

A comunicação comunitária e popular surgiu para derrubar barreiras, redefinindo as relações e as problematizações da comunicação. Se, por um momento, comunicação foi sinônimo de canal, meio e mensagem, agora falar em comunicação popular implica em falar de cultura, de relação. “Trazer a comunicação popular para o seu espaço da cultura fez

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017. Artigo resultante do projeto de pesquisa apresentado ao Edital N. 009/REITORIA/2016 – Bolsas de Iniciação Científica Custeadas pelo Artigo 170 da Unochapecó. Este trabalho está vinculado ao Núcleo de Iniciação Científica de Mídia Cidadã da Unochapecó.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Unochapecó; Bolsista do Projeto de Pesquisa Teia Comunitária: o portal da mídia cidadã; membro do Grupo de Pesquisa Comunicação e Processos socioculturais; email:mauro.biondo@unochapeco.edu.br

<sup>3</sup> Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro; Professora dos Cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Produção Audiovisual da Unochapecó; Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Comunicação e Processos Socioculturais; email: mariangela@unochapeco.edu.br

<sup>4</sup> Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo; Professora dos Cursos de Jornalismo e Produção Audiovisual da Unochapecó; Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Comunicação e Processos Socioculturais; email: ilkamg@gmail.com

introduzir a dimensão do conflito histórico do qual o popular se define enquanto movimento de resistência. ” (BERGER apud PERUZZO , 1998, p. 114). Segundo a autora, quando a comunicação popular trabalha com elementos culturais, a relação estabelecida de forma hierárquica, dentro dos moldes comunicacionais tradicionais, rompe e passa a ser horizontalizada.

A comunicação comunitária, popular e alternativa contribui desta forma para a transformação de espaços sociais, fortalecimento de identidades e de pertencimento, incentivando o surgimento de novas práticas comunicativas. Essa possibilidade, de se desenvolver de forma rizomática, permitiu que numerosas experiências fossem criadas, representando um avanço na direção da democratização da informação e da ampliação do exercício da cidadania em todas as suas dimensões. Em contrapartida, o seu reconhecimento e categorização, com base na perspectiva teórico-metodológica, têm se tornado confuso.

Classificar essas experiências de comunicação como comunitária, alternativa, popular ou outra expressão semelhante, bem como compreender seu significado, as aproximações e distinções, no sentido de agrupá-las, constitui-se no grande desafio de quem se propõe a realizar uma investigação nessa área. De acordo com Peruzzo, “em decorrência das dificuldades para se fazer demarcações precisas, consistentes entre ambos os processos, é aconselhável captar as experiências e teorizar sobre elas a partir de casos concretos” (2006, p.07).

Essa complexidade, que envolve a conceituação de processos ou experiências comunicacionais, foi alvo de um trabalho acadêmico, realizado no segundo semestre de 2015, na disciplina de “Comunicação Comunitária”. A partir da proposição da professora Mariângela A. S. Torrescasana, alunos do sexto período do curso de Jornalismo da Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) desenvolveram uma pesquisa com o objetivo de identificar experiências em comunicação comunitária, utilizadas pela sociedade civil brasileira e suas organizações, e distribuí-las geograficamente em uma plataforma digital multimídia colaborativa. Eles foram divididos em seis grupos, entre os quais estavam os responsáveis pela criação do site e de todo o *layout* do projeto, que recebeu o nome de “Teia Comunitária: o portal da mídia cidadã”.

Essa prática pedagógica, disponível na plataforma digital pelo link <http://www.teiacomunitaria.com/>, trouxe, como resultado, o mapeamento básico de experiências que se apresentam como de comunicação comunitária, desenvolvidas no território nacional por diferentes segmentos da sociedade civil e suas organizações, sem, no entanto, analisá-las e classificá-las, o que serviu de inspiração para esta pesquisa, que

objetivou sobretudo construir um banco de dados sobre práticas de comunicação comunitária utilizando a plataforma multimídia disponível. O trabalho também analisou e classificou, segundo os paradigmas teóricos da comunicação comunitária apontados por Cicilia Maria Krohling Peruzzo e outros pesquisadores latino-americanos, as experiências de comunicação comunitária publicadas no site do projeto e outras desenvolvidas no Brasil, nos últimos 16 anos, por movimentos sociais, associações de bairro, ONGs, empresas de comunicação, instituições de ensino, empresas privadas e organizações públicas.

A comunicação popular apresenta-se então como forma de corresponder às necessidades de expressão e organização desse movimento de negação e, ao mesmo tempo, de construção de uma sociedade nova. Está articulada a um processo de conscientização-organização-ação mais amplo de setores de classes subalternas. (PERUZZO, 1998, p. 125)

A metodologia adotada para este estudo passou, inicialmente, por uma pesquisa bibliográfica para sistematizar os conceitos já delineados por pesquisadores latino-americanos, entre os quais destacamos a professora Cicilia Peruzzo, sobre os paradigmas teóricos que envolvem a comunicação comunitária e sua apropriação pela sociedade.

A partir de 1980, surgiu na América Latina um novo paradigma comunicacional, voltado especialmente para o popular, tendo como base a realidade de uma sociedade e de um local. As teorias europeias e americanas foram deixadas de lado, dando espaço para a realidade social, política e econômica de uma comunidade. As novas perspectivas buscam refletir a comunicação feita *por* e não *para* ou *sobre* um grupo de pessoas ou comunidade que, conforme Beatriz Dornelles (2007), teve início junto às Comunidades Eclesiais de Base (CEBs). Desde então, muitos teóricos começaram a se debruçar sobre os estudos dessa nova fase da comunicação, provocando a reelaboração de muitos termos e conceitos, alguns deles convergindo, outros distanciando-se. Na fase inicial dos estudos sobre comunicação comunitária, popular, alternativa, horizontal, destacamos autores como Cicilia M. Krohling Peruzzo, Regina Festa, Gilberto Gimenez, Juan Diaz Bordenave, Luís Ramiro Beltrán, entre outros.

O estudo concentrou-se sobre as contribuições de Cicilia Peruzzo no campo da comunicação. Os conceitos, aproximações e diferenças sobre “comunicação popular”, “comunicação popular e comunitária”, “comunicação comunitária”, “comunicação horizontal”, “comunicação dialógica” e “imprensa alternativa”, além de outras variantes, constituem as principais discussões desse trabalho. Conforme a autora, muitos desses termos são utilizados como sinônimos.

A comunicação popular teve suas origens nos movimentos populares dos anos 70 e 80, refletindo uma forma alternativa de comunicação e contemplando especialmente o território brasileiro e a América Latina. Peruzzo (2008, p. 368) explica que a comunicação popular não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares. Essa ação tem caráter mobilizador coletivo na figura dos movimentos e organizações populares, que perpassa e é perpassada por canais próprios de comunicação.

Algumas experiências de envolvimento popular na comunicação comprovam que o homem e a mulher encerram a potencialidade de ser sujeitos da história. (...) são práticas dos “meios grupais, impressos, visuais, sonoros e audiovisuais: festas, celebrações religiosas, teatro popular, música, poesia, jornalzinho, boletim, mural, panfleto, cartilha, folheto, cartaz, faixas, camisetas, fotografias, filmes, vídeos, cassete-fóruns, sequências sonorizadas de slides, discos, altofalantes, carros de som, programas radiofônicos, troças carnavalescas, etc.” (PERUZZO, 1998, p. 148)

A comunicação popular é vista com resistência pelas classes dominantes e sendo entendida como a forma de expressão dos segmentos empobrecidos da população, que através de mobilizações buscam seus ideais e necessidades de sobrevivência e participação política para conceber a justiça social. Ela “tem como protagonista o próprio povo e/ou as organizações e pessoas a ele ligadas organicamente” (PERUZZO, 1998, p. 127). Essa prática, posteriormente, foi dividida em outras subclasses, como alternativa, horizontal, participativa, participatória, comunitária, dialógica e radial e, mais recentemente, esses novos termos passaram a ser englobados e chamados de *comunicação comunitária*.

A comunicação comunitária tem suas características particulares, mas é facilmente confundida com a comunicação popular. O equívoco ocorre porque, na maior parte das vezes, são reproduzidas na comunicação comunitária algumas práticas oriundas da comunicação popular, bem como são incorporados boa parte dos conceitos alternativos, nem sempre tendo o “povo” como protagonista.

(...) há mais o que diferenciar entre as formas de comunicação ditas populares ou comunitárias que são dirigidas ao “povo” por intermédio dos meios de comunicação comerciais –ditas populares– e aquelas protagonizadas por cidadãos ou movimentos e entidades associativas de interesse público, do que entre comunicação popular e comunitária. As primeiras, apesar de desenvolverem dimensões que podem ser comunitárias ou populares, nem sempre visam a emancipação cidadã, nem modificam a lógica de manipulação característica da grande mídia comercial, ressaltando algumas exceções. (PERUZZO, 2008, p. 375)

A comunicação popular vai de pequenos veículos de comunicação a comunicação grupal e até encontra espaços nos meios massivos. O jornalismo e a comunicação popular, na maioria dos casos, são fortes aliados, pois estimulam a construção da cidadania através de informações repassadas diariamente, no intuito de divulgar sobre os direitos civis, sociais e políticos da população. A cidadania traz consigo o sentido pleno de sociedade civil, a qual reconhece o outro como sujeito de direitos legítimos.

As relações entre a comunicação comunitária e a popular são estreitas, sendo tratadas como sinônimos por muitos autores no campo semântico, porém cada uma tem suas particularidades, o que as diverge. A palavra Comunidade vem do latim *communitas*, e refere-se a “comunidade e companheirismo”, que vêm de *communis*, “comum, geral, compartilhado por muitos, público”, o que é considerado mais como um fato sociocultural do que um processo mecânico. De acordo com Max Weber, “é um conceito amplo que abrange situações heterogêneas, mas que, ao mesmo tempo, apoia-se em fundamentos afetivos, emotivos e tradicionais” (Weber, 1973, p. 140-143). Para Peruzzo (2006), a comunidade se funda em identidades, reciprocidade de interesses, sentimento de pertença, vínculos duradouros e relações estreitas entre seus membros.

A comunicação comunitária atualmente é o canal de expressão de uma comunidade, onde os próprios indivíduos a que a ela pertencem podem manifestar os interesses comuns e as necessidades mais urgentes. Segundo as pesquisadoras Luzia Deliberador e Ana C. Vieira, “deve ser um instrumento de prestação de serviço e formação do cidadão, sempre com a preocupação de estar em sintonia com os temas da realidade local”. (2005, p.8). Essas definições vão de encontro com as práticas da comunicação popular, o que leva facilmente a serem tratadas como sinônimos, porém há uma distinção entre uma experiência e outra.

A comunicação comunitária pode ainda ser denominada como popular, alternativa e participativa. Na visão de Cicilia Peruzzo (1998), a sua divergência está nos princípios públicos, como não ter fins lucrativos, propiciar a participação coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de desenvolver a educação, a cultura e ampliar a cidadania. Engloba os meios tecnológicos e outras modalidades de canais de expressão, sob controle de associações comunitárias, movimentos e organizações sociais sem fins lucrativos. Trata-se não apenas do direito do cidadão à informação, mas do direito ao acesso aos meios de comunicação na condição de produtor e difusor de conteúdo.

A comunicação comunitária e popular é definida, pela autora, como processos comunicacionais sem fins lucrativos, de caráter formador, educativo, cultural e mobilizatório

com origens nos movimentos sociais populares e comunidades de diferentes tipos, tanto as de base geográfica, como aquelas marcadas por outros tipos de afinidades. “Envolve a participação ativa horizontal (na produção, emissão e na recepção de conteúdos) do cidadão, tornando-se um canal de comunicação pertencente à comunidade ou ao movimento social e, portanto, deve se submeter às suas demandas”. (PERUZZO, 2009, p. 140)

Conforme o pesquisador, Rozinaldo Antonio Miani (2010), a comunicação popular e comunitária baseia-se na realidade das classes subalternas, com o objetivo de transformação social a partir da emancipação. Além disso, busca também uma melhor condição de vida para essas populações empobrecidas, que sofrem com a fome, a discriminação, a violência e outros fatores dessa iniquidade social. Segundo Peruzzo, “trata-se de sua inserção em processos de mobilização e de vínculo local ou intermediário sintonizados a programas mais amplos de organização-ação, dos movimentos sociais populares”. (2009, p. 135)

Em sintonia com a pesquisadora, as duas expressões do caráter da comunicação têm maior visibilidade em duas situações. A primeira, no desafio da apropriação de instrumentos de comunicação dirigida, como pequenos jornais, panfletos, cartazes, faixas, peças de teatro, alto-falantes, slides etc. A outra situação é quando há o empoderamento social das tecnologias de comunicação, que passa pelo videocassete, alto-falante, rádio em frequência modulada, televisão comunitária e depois com os sites, blogs, fotologs e listas de discussão na internet. O avanço tecnológico tem se tornado um desafio nessa sociedade, pois eles precisam avançar quanto ao uso das mesmas nas decisões frente às políticas públicas, dividindo ainda o espaço com as antigas formas de comunicação que permanecem ativas.

O termo comunicação dialógica surgiu em 1968 com Paulo Freire e foi explicado por Venício Lima, no artigo “Paulo Freire, direito à comunicação e PNDH3” publicado pelo site Carta Maior:

Para ele, comunicação implica um diálogo entre sujeitos mediados pelo objeto de conhecimento que por sua vez decorre da experiência e do trabalho cotidiano. Ao restringir a comunicação a uma relação entre sujeitos, necessariamente iguais, toda “relação de poder” fica excluída. O próprio conhecimento gerado pelo diálogo comunicativo só será verdadeiro e autêntico quando comprometido com a justiça e a transformação social. A comunicação passa a ser, portanto, por definição, dialógica, vale dizer, de “mão dupla”, contemplando, ao mesmo tempo, o direito de ser informado e o direito à plena liberdade de expressão. (LIMA, 2010)

A comunicação horizontal pode ser tratada também como bidirecional e se opõe ao processo unidirecional praticado pelos meios comandados pelas elites. Luiz Ramiro Beltrán,

recorrendo aos estudos de Paulo Freire, publicou em 1978 um artigo no qual conceituava comunicação horizontal como “o processo de interação social democrático baseado no intercâmbio de símbolos, mediante os quais os seres humanos compartilhavam voluntariamente suas experiências sob condições de acesso livre e igualitário, diálogo e participação”. (BELTRÁN, 1981, p. 28).

Os três aspectos citados: acesso, diálogo e participação são respectivamente a pré-condição, o eixo e a culminação da comunicação horizontal. Eles são fundamentais para o processo livre e igualitário da comunicação, legitimado pelos direitos, necessidades e recursos. (BELTRÁN, 1981).

Não satisfeita com as posturas impostas pela mídia tradicional e sob um cenário de extrema repressão, como foi a Ditadura Militar, de 1960 a 1980, de forma muito latente, a imprensa alternativa realizava seus trabalhos. Em geral, utilizando o formato tabloide. Eram os pequenos jornais, chamados de “nanicos”, “marginais”, que representavam esse tipo de comunicação, que não se alinhava à visão oficial do governo, analisando criticamente a realidade e contestando as condutas praticadas. A imprensa alternativa nesse período era bancada especialmente pela média burguesia e pelos trabalhadores da pequena burguesia, que defendiam os interesses populares.

As características marcantes dessa forma de comunicação são a representação como fonte de informação alternativa, quanto ao conteúdo e abordagens tomadas; os modos de organização e as estratégias de produção, uma vez que, havia apenas os veículos oficiais. Conforme Peruzzo (1998), os pequenos jornais, boletins informativos e outras formas de comunicação (como panfletos, alto-falantes, carros de som, literatura de cordel, slides etc. dos movimentos populares) eram chamados de alternativos pela força do sentido do seu conteúdo. Durante muitos anos a distribuição dos materiais produzidos por essa imprensa alternativa foi muito difícil, devido aos riscos de condenação política e prisão.

Para a autora, a comunicação alternativa não se restringe a jornais ou boletins informativos, nem àquela do circuito dos movimentos sociais no sentido estrito e o conceito de alternativa também está tomando outros rumos, pois o termo está sendo utilizado para qualificar outras modalidades de comunicação. Essa prática comunicacional passou a aludir a jornais e canais de comunicação independentes e não somente aos jornais elaborados de forma alternativa pela pequena burguesia. Posteriormente, a comunicação alternativa passou a ser subdividida por Peruzzo em duas classes, a imprensa alternativa e a comunicação popular, alternativa e comunitária.

A imprensa alternativa engloba o jornalismo alternativo praticado no contexto dos movimentos populares em conformidade com a imprensa popular, política partidária, sindical e o jornal alternativo. Esse último teve forte representação, principalmente no formato tabloide, aspirando mudanças na sociedade. Além dos jornais, a imprensa alternativa se desenvolveu também no rádio, na televisão, no vídeo, no alto-falante, na internet, no panfleto, na faixa, no cartaz, na poesia, no teatro e em tantas outras formas. Mesmo sob censura, é oferecido um conteúdo alternativo ao da grande imprensa, analisando criticamente os acontecimentos e propondo soluções distintas das propostas pelo Estado. São exemplos o *Pasquin* (1969), *Posição* (1969), *Opinião* (1972), *Movimento* (1975), *Versus* (1974), dentre outros, que arriscavam, em meio a censura do Regime Militar, a publicação desses materiais. (PERUZZO, 1998)

Apesar das abordagens mais críticas e as publicações do que a grande mídia não cobria, o acesso aos jornais convencionais não era dispensável. Peruzzo (1998) sustenta que a comunicação popular se complementa com a comunicação de massa. Um indivíduo pode ser ao mesmo tempo membro atuante de uma comunidade, mas também em determinadas situações estar inserido na massa. (1998, p. 130 - 132)

A imprensa alternativa, através de seus veículos de maior porte, se torna uma alternativa de informação frente à mídia convencional, e alguns de seus segmentos foram divididos em categorias por Cicilia Peruzzo, sendo eles: “jornalismo popular alternativo”, “jornalismo alternativo colaborativo”, “jornalismo alternativo autônomo”, “jornalismo político-partidário” e “jornalismo sindical”.

O jornalismo popular alternativo pode ser denominado como de base popular e é ligado a movimentos populares, associações, entidades de igrejas, ONGs etc., que circulam no universo da comunicação popular e comunitária. O jornalismo alternativo colaborativo transmite uma visão diferenciada dos acontecimentos, que normalmente já são tratados pela grande mídia e tornam públicos alguns omitidos pela mesma. São ligados a ONGs, redes civis e cooperativas de jornalistas que através de jornais, vídeos, agências de notícias, blogs, sites colaborativos, revistas e outros, praticam o jornalismo, monitoram o comportamento dos meios de comunicação e desenvolvem ações no intuito de interferir nas políticas públicas de comunicação. (PERUZZO, 1998)

O jornalismo alternativo autônomo é produzido por indivíduos isolados, que pertencem a microempresas e trazem informações gerais, de cunho literário, político e etc. O político-partidário, por sua vez, é a imprensa que está sob o controle dos partidos políticos, deputados, senadores, vereadores e outros. Por fim, o jornalismo sindical é a imprensa

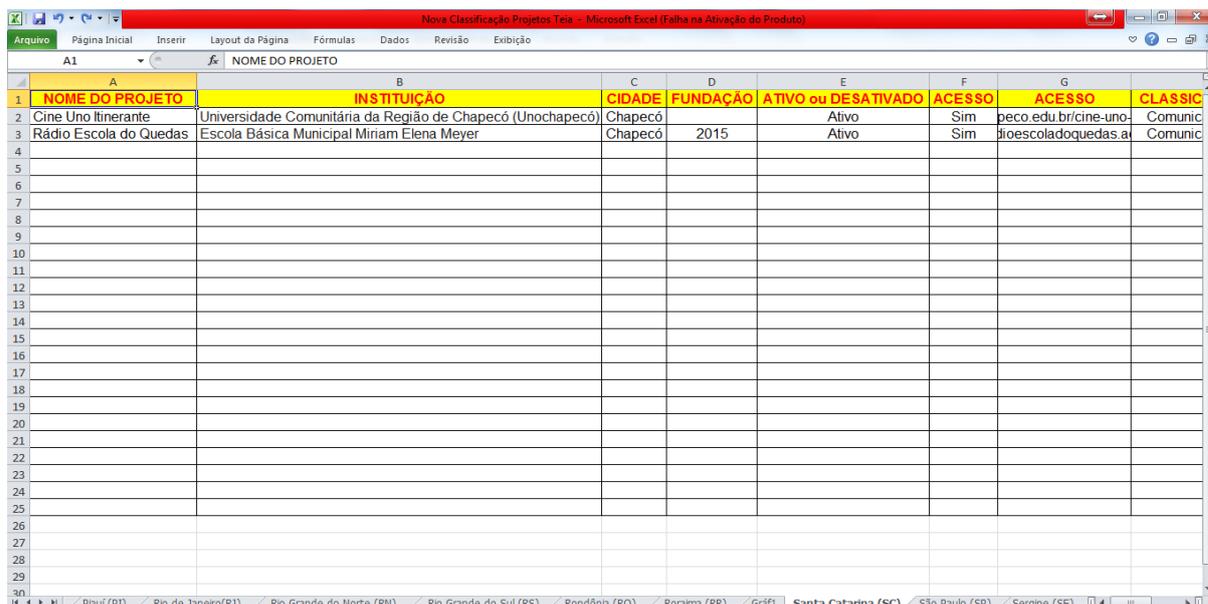
produzida no universo dos sindicatos. “Os movimentos populares são formas de organização e mobilização populares tão importantes quanto os partidos políticos e os sindicatos” (Peruzzo, 1998, p. 34)

Passados os anos, a grande parte da imprensa alternativa desapareceu do cenário da ditadura militar e voltou a aparecer somente agora no século XXI. Apresentando novas abordagens, formas de dispor os conteúdos e canais até então pouco explorados, se revigora de uma forma inimaginável e utiliza as novas tecnologias à seu favor. A internet se tornou a principal ferramenta dessas novas experiências e inverte a lógica até então proposta, de uma produção centrada num emissor e dirigida a todos, para uma em que todos podem se tornar emissores e serem vistos por todos, sendo de todos para todos. São exemplos a *Agência de Informação Frei Tito*, a revista *Caros Amigos*, o *Centro de Mídia Independente (CMI/Brasil)*, dentre outros. Apesar disso, a escolha da fonte de informação deve ser criteriosa, uma vez que nem tudo o que está no ciberespaço é de cunho alternativo. Há os que prezam e oferecem conteúdos para a ampliação da cidadania e da justiça social, outros apenas são alternativos e para promoção pessoal.

Conforme Peruzzo (1998), essas experiências podem ser denominadas ainda como popular, participativa, dialógica, educativa, comunitária ou radical, com diferenciações nas visões políticas e no modo de produção dos conteúdos. Apesar do termo comunicação alternativa ter variáveis com características específicas, em muitos casos elas se confundem, isso porque os objetivos, o processo e as ações são semelhantes. Algumas delas, como a comunicação comunitária, se sobressaem das outras e apresentam peculiaridades, nesse caso, após passar por mudanças no contexto histórico e nas práticas sociais desenvolvidas.

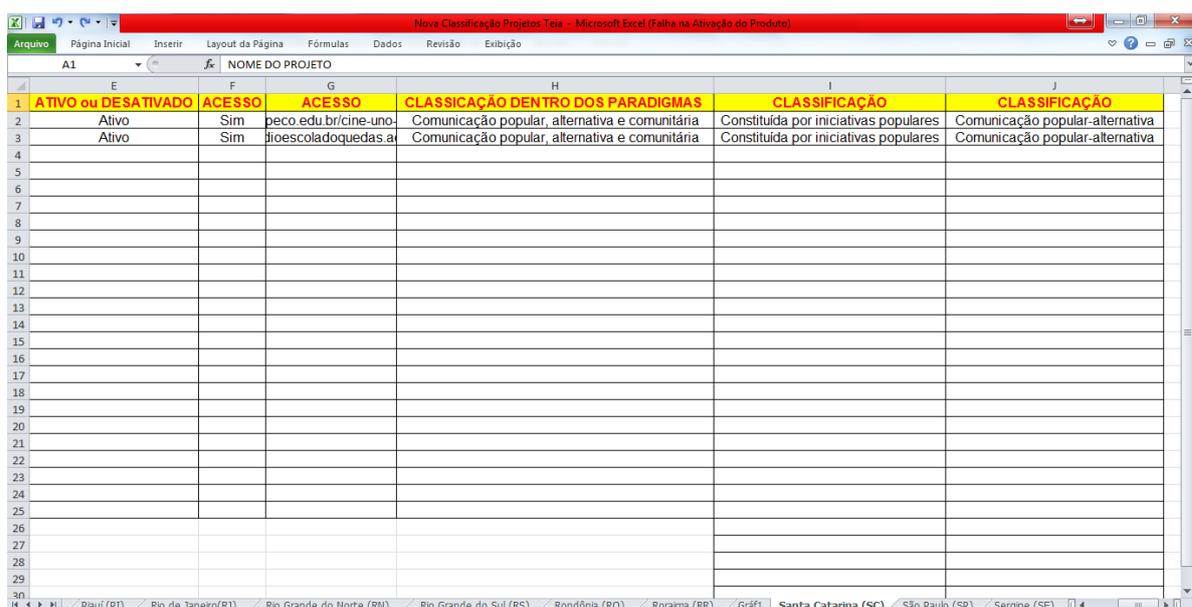
### **A classificação da Teia**

A principal etapa do trabalho passou pela categorização conceitual das experiências de comunicação comunitária, surgidas no Brasil desde o início do século XX até os dias de hoje, e contidas no site do projeto acadêmico. Um quadro classificatório, dividido por unidades federativas e as características particulares de cada projeto como: nome; instituição; cidade; data de fundação; operação do site do projeto; permissão de acesso; e as três classificações segundo os paradigmas teóricos de Peruzzo (Figura 01 e Figura 02), foi desenvolvido para filtrar os dados e gerar informações em tempo real de cada projeto e do próprio portal.



	A	B	C	D	E	F	G	H
	NOME DO PROJETO	INSTITUIÇÃO	CIDADE	FUNDAÇÃO	ATIVO ou DESATIVADO	ACESSO	ACESSO	CLASSIFIC
1	Cine Uno Itinerante	Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó)	Chapecó		Ativo	Sim	peco.edu.br/cine-uno-	Comunic
2	Rádio Escola do Quedas	Escola Básica Municipal Miriam Elena Meyer	Chapecó	2015	Ativo	Sim	dioescoladoquedas.a	Comunic
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								

Figura 01: Exemplo de um dos quadros classificatórios com as informações dos projetos e as suas respectivas classificações



	E	F	G	H	I	J
	ATIVO ou DESATIVADO	ACESSO	ACESSO	CLASSIFICAÇÃO DENTRO DOS PARADIGMAS	CLASSIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
1	Ativo	Sim	peco.edu.br/cine-uno-	Comunicação popular, alternativa e comunitária	Constituída por iniciativas populares	Comunicação popular-alternativa
2	Ativo	Sim	dioescoladoquedas.a	Comunicação popular, alternativa e comunitária	Constituída por iniciativas populares	Comunicação popular-alternativa
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						

Figura 02: Exemplo de um dos quadros classificatórios com as informações dos projetos e as suas respectivas classificações

A plataforma eletrônica Teia Comunitária: o portal da mídia cidadã (Figura 03), objeto de estudo do projeto, conta com 25 projetos de comunicação comunitária cadastrados, publicados ainda no segundo semestre de 2015 pela turma do sexto período do Curso de Jornalismo, durante a atividade da disciplina de “Comunicação Comunitária”. Os 25 projetos cadastrados, que constituem o corpus da pesquisa, foram desenvolvidos no Brasil, nos últimos

16 anos, por movimentos sociais, associações de bairro, ONGs, empresas de comunicação, instituições de ensino, empresas privadas e organizações públicas.



Figura 03: Capa do site Teia Comunitária: o portal da mídia cidadã

Os conceitos desenvolvidos por Peruzzo (1998), e utilizados na classificação, mostra que a comunicação popular, alternativa e comunitária passou a ser subdividida em duas classes: a imprensa alternativa e a constituídas por iniciativas populares. Dos projetos cadastrados, a maior parte provém de iniciativas populares (Gráfico 01), tendo 14 projetos classificados no site, divididos entre comunicação comunitária e comunicação popular-alternativa (Gráfico 02), ou seja, são aqueles que são constituídos no âmbito dos movimentos sociais e não respondem ou são assumidos pela comunidade como um todo. Traz como característica sempre o caráter educativo, cultural e mobilizatório, sendo motivado por ONG's, fundações, escolas e universidades. Pelo desenvolvimento ser mais acessível, e principalmente receber o fomento da comunidade acadêmica, especialmente dos professores, os projetos que envolvam educomunicação são a maioria dentro do site.



Gráfico 01: Os projetos disponíveis no portal são em sua maioria constituídos por iniciativas populares e não classificados como imprensa alternativa



Gráfico 02: Classificação dos projetos disponíveis no site dentro das subclassificações de Peruzzo.

A partir da análise dos projetos estudados por esta pesquisa, atestou-se que poucos são classificados como imprensa alternativa, uma vez que essa classificação exige que os projetos apresentem uma estrutura diferenciada dos outros, com mais profissionalismo e qualificação. Os que existem, e são classificados como imprensa alternativa, aparecem na subclassificação apontada por Cicilia como jornalismo alternativo colaborativo (Gráfico 02), sendo geralmente veículos de comunicação que transmitem uma visão diferenciada dos acontecimentos já divulgados pela grande mídia, ou ainda que tornam públicos alguns omitidos pela mesma. São os veículos de comunicação alternativos que encontramos disputando mercado com a mídia de massa.

Com a conclusão da análise dos projetos disponíveis no portal e a constatação das suas classificações, desenvolveu-se a remodelagem do site através da retirada das práticas que não se apresentavam como de comunicação comunitária, e também a qualificação das existentes, realizando a alimentação e reorganização do *layout* da plataforma, deixando-a disponível para a contribuição coletiva de outros pesquisadores e/ou interessados nessa temática.

### Considerações finais

No nosso entendimento, este trabalho, ao se associar ao projeto dos alunos da disciplina de Comunicação Comunitária, fortaleceu a articulação entre o ensino, pesquisa e extensão, em conformidade com as políticas educacionais vigentes no país. A partir da classificação e reordenação das experiências disponíveis na plataforma, permitiu-se a ampliação do status de cidadania proposto pelo projeto.

É aspiração dos criadores do site Teia Comunitária: o portal da mídia cidadã que essa rede se expanda, permitindo que a pesquisa se fortaleça nesse campo, revigorando ainda mais as práticas correntes no país e as que estão em desenvolvimento, formando um grande banco de dados à disposição para alimentação coletiva e colaborativa de todos os pesquisadores brasileiros e interessados em práticas comunicativas mais cidadãs. Através da subdivisão e ordenação por estados brasileiros, e com as classificações à disposição no site, alunos de todo o país e latino-americanos poderão acessar o site e utilizar como fonte de pesquisa acadêmica.

Através do contato com práticas comunicacionais e da imersão nos conceitos de práticas de comunicação apontados por Cicilia Peruzzo, percebe-se que a comunicação popular traz consigo, em sua essência, um conteúdo crítico, que não aceita a realidade imposta pelas grandes organizações e pela mídia de massa. Tem, como protagonista, a população, que torna o processo democrático via produção de um conteúdo com caráter mais cidadão e reivindicativo. Não se trata apenas de opinião e levantamento de reivindicações, mas a busca por mudanças. Demonstra, em seu nicho, a expressão popular, através de suas lutas por melhores condições de vida e a pretensão de construir uma sociedade igualitária e socialmente justa, além de se tornar um instrumento político para revelar sua concepção de mundo.

A riqueza da comunicação comunitária, e que ficou perceptível nesse processo, é que a comunidade interfere no processo, passando pela criação, a produção, o planejamento e, até mesmo, pela gestão dessa comunicação, exercendo a crítica explícita sobre o que é recebido e demonstrando sua autonomia em relação às instituições privadas e públicas. “É a possibilidade real de qualquer cidadão se tornar ‘jornalista’. Trata-se da prática de um ‘jornalismo cidadão’ e de fontes abertas (*open source*) que derruba a figura do *gatekeeper* e incentiva a participação ativa das pessoas no fazer comunicacional” (PERUZZO, 2008, p. 13).

## Referências bibliográficas

ARANHA, Taís. **Comunicação Popular, Comunitária, Horizontal ou Dialógica?** Articulações e Diferenças entre os Conceitos Teóricos. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação. São Paulo, 2007.

BELTRÁN, Luiz Ramiro. **Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal.** In: *Comunicação e Sociedade*. Revista semestral de estudo de comunicação. São Paulo, n.º 6, setembro de 1981.

DELIBERADOR, Luzia M. Y.; VIEIRA, Ana C. R. **Comunicação e educação para a cidadania em uma Cooperativa de Assentamento do MST.** Trabalho apresentado no NP Comunicação para a Cidadania. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela INTERCOM e realizado na Universidade Estadual do Rio de Janeiro, de 5 a 9 de setembro 2005. [CDRom].

DORNELLES, Beatriz. **Divergências conceituais em torno da comunicação popular e comunitária na América Latina.** In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. São Paulo, agosto de 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MIANI, Rozinaldo Antonio. **Os pressupostos teórico-ideológicos da comunicação popular e comunitária.** In: *Caderno de resumos I Simpósio de Comunicação Popular e Comunitária*. Londrina, 2010, p. 57.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço.** In: *Revista Galáxia*, no. 17. São Paulo, 2009, p. 131-146.

\_\_\_\_\_. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados.** Reelaborações no setor. In Revista Palabra Clave, Vol 11, n 2, pp. 367-379 (2008), Universidad de La Sabana. Colombia. Disponível em: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1503/1744>. Acesso em 19 de julho de 2016.

\_\_\_\_\_. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.** 2ª. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados.** Reelaborações no setor. In: *Palabra clave*, vol. 11, no. 2. Bogotá, 2008, p. 367-379.

\_\_\_\_\_. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária.** Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Comunicação para Cidadania, do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília-DF, INTERCOM/UnB, 6 a 9 de setembro de 2006.

LIMA, Venício. **Paulo Freire, direito à comunicação e PNDH3.** Disponível em: <[http://www.cartamaior.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna\\_id=4596](http://www.cartamaior.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna_id=4596)>. Acesso em 19 de julho de 2016.

WEBER, M. Comunidade e sociedade como estruturas de socialização. In: FERNANDES, F. (Org.). **Comunidade e sociedade: leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação.** São Paulo: Editora Nacional e Editora da USP, 1973. p. 140-143.