

# COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA: TRAJETÓRIAS E INOVAÇÕES

COMMUNITY COMMUNICATION: TRAJECTORIES AND INNOVATIONS

**Marcelo de Oliveira Volpato**

Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo e Jornalista pela Universidade de Marília. Membro do Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local - COMUNI, vinculado ao PosCom/UMESP. E-mail: [volpatomarcelo@gmail.com](mailto:volpatomarcelo@gmail.com)

**Resumo:** O estudo é sobre a trajetória histórica e os aspectos teórico-conceituais da comunicação popular e comunitária neste início de século, apanhando o fenômeno em seu dinamismo e apontando suas transformações ao longo do tempo e contexto social. Trata-se de um estudo preliminar que, em si, não pretende encerrar o assunto. Baseia-se em pesquisa bibliográfica e documental e na análise assistemática de casos concretos. Considera-se que o setor tem passado por reelaborações e inovações e traz configurações intimamente ligadas ao contexto social.

**Palavras-chave:** Comunicação comunitária. Comunicação popular. Comunicação alternativa.

**Abstract:** The study is about the historical trajectory and theoretical and conceptual aspects of Popular and Community Communication in this new century, taking the phenomenon in its dynamism and pointing their transformations over time and social context. This is a preliminary study, which, in itself, does not intend to close the Subject. It is based on bibliographic, documents research, and unsystematic analysis of concrete cases. It is considered that the sector has passed by reworking and innovations and it brings configurations intimately linked to social context.

**Keywords:** Community Communication. Popular Communication. Alternative Communication.

## Introdução

Não é novidade que, nas últimas décadas, avolumaram-se as pesquisas científicas sobre os diversos fenômenos do setor da comunicação comunitária. O contexto sócio-político-econômico tem favorecido para que diferentes manifestações de cunho solidário e comunitário se aflorem, também incentivados por aspectos como a revalorização do local e da informação de proximidade, o interesse e a busca pela ampliação da cidadania e pelas possibilidades de conexão e interação permitidas também pelas novas tecnologias, internet e redes sociais.

Este texto pretende discutir as possíveis inovações que tal contexto tem imposto ao setor. Para isso, busca-se, por meio de pesquisa bibliográfica e análise assistemática de

casos, traçar sua trajetória histórica com objetivo de entender os novos elementos que passam a incorporar fenômenos, casos concretos e conceitos teóricos.

### **Em busca de uma historicização**

Historicamente o surgimento da comunicação popular, comunitária, alternativa e local é incerto. Alguns autores sustentam que o fenômeno não é recente e que sua gênese poderia estar ligada ao nascimento dos próprios meios de comunicação, como Cicilia Peruzzo (2004, p. 113, 2005, p. 69), John Downing (2004, p. 21) e Jesus Martin-Barbero (1981, p. 19). Essas manifestações sociocomunicativas nascem das bases sociais, das classes subalternas e podem representar uma outra forma de comunicação.

No Brasil, bem como na maioria dos países da América Latina, essas formas de comunicação ganham mais visibilidade social e acadêmica a partir da segunda metade do século XX, por volta da década de 1970. Essa repercussão não se deu ao acaso. Existiu toda uma dinâmica, um conjunto de fatores histórico-sociais que favoreceram esse movimento e a organização das classes populares. Paradoxalmente, repressões das classes subalternas incentivaram sua própria articulação: desde a colonização do País, pelos portugueses, os regimes ditatoriais, a censura às expressões populares, restrições políticas, desigualdades econômicas e até mesmo o processo de globalização contribuíram, de certa forma, para a formação de um movimento reivindicatório e de agregação popular. Nota-se, pois, que os fenômenos comunicacionais, e aqui, de forma específica a comunicação popular e comunitária, estão intimamente interligados aos processos históricos vividos pelas sociedades e até mesmo à capacidade e condições de mobilização das classes populares.

A origem da comunicação popular brasileira está também ligada à atuação de organizações sociais relacionadas às Comunidades Eclesiais de Base (CEBs)<sup>1</sup>, a partir da década de 1960.

Aplicando o método VER-JULGAR-AGIR, as CEBs discutem todos os problemas pertinentes à vida da comunidade, sejam religiosos, sociais ou políticos. [...] Nesta junção, elas representam a palavra dos oprimidos na sociedade. Esta

---

<sup>1</sup> “As CEBs são pequenos grupos integrados por leigos cristãos, organizados em torno da paróquia (urbana) ou da capela (rural), por iniciativa, em geral, dos próprios padres e bispos católicos. No Brasil, as primeiras surgiram por volta de 1960, em Nísia Floresta, arquidiocese de Natal, e na diocese de Volta Redonda” (BETTO, 1986, p. 99-100).

palavra aparece, sobretudo, na produção de material que configura uma rede de comunicação popular (GOMES, 1990, p. 10).

Como mostram Pedro G. Gomes (1990, p. 8) e Denise Cogo (1998, p. 36), outras três experiências relacionam-se ao surgimento das CEBs e, por consequência, da comunicação popular no País: a evangelização comunitária dos catequistas da Diocese de Barra do Piraí, no Rio de Janeiro, o Movimento de Educação de Base (MEB), com suas escolas radiofônicas e as experiências de leigos em um movimento que se codificou nos Planos Nacionais de Pastoral.

Dentro das próprias CEBs nasce uma rede de comunicação popular identificada por Frei Betto (1986, p. 106) como uma “multiplicidade de boletins diocesanos, folhetos litúrgicos, literatura de cordel, cadernos de formação, elaborados pelos próprios militantes do meio popular”. Preparada pelos próprios agentes pastorais, em mimeógrafos ou off-set, e com certa participação da “comunidade” na sugestão de temas, textos, ou mesmo com críticas, essa rede de comunicação serviu como incentivadora de alguns movimentos que reuniam integrantes das classes subalternas em torno de algumas reivindicações de cunho social.

Christa Berger (1990, p. 9) compartilha deste pensamento ao defender que

os antecedentes da comunicação popular e alternativa no Brasil se encontram na efervescência política de princípios dos anos 1960. A fundação de Brasília como nova capital federal; a eleição de Jânio Quadros e João Goulart para a presidência; a visita de Guevara e Eisenhower constituem o pano de fundo destes anos, caracterizados pela dialética liberdade-repressão.

No continente latino-americano, a comunicação popular surge de mobilizações das classes subalternas que fazem de sua situação como excluídos ou marginalizados sociais – e do sentimento de insatisfação por esta atual situação – um fator de aglutinação de pessoas em torno de algumas reivindicações<sup>2</sup>, visando ao desenvolvimento social e humano. Por isso, defende-se que estes movimentos “não faz[em] comunicação por comunicação, mas a prática no marco de um processo transformador no qual o componente comunicacional se une ao pedagógico e organizativo” (COGO, 1998, p. 40),

---

<sup>2</sup> Peruzzo (2004), em seu trabalho doutoral, conseguiu identificar um sem fim de movimentos populares, como os ligados aos bens de consumo coletivo, os das questões da terra, os relacionados às condições de vida, os motivados por desigualdades culturais, os ligados às questões trabalhistas, aos direitos humanos e outros.

como as teses defendidas por Mário Kaplún, com sua “comunicação para a transformação” e Paulo Freire com a sua proposta de “educação transformadora”.

Regina Festa (1986, p. 10), na mesma linha, identificou três fases da comunicação alternativa e popular no País, e suas inter-relações com os processos políticos, econômicos e sociais de suas respectivas épocas.

A primeira fase, que corresponde ao período de [19]68 a [19]78 – entre o AI-5 e a abertura política – caracteriza-se por uma comunicação de resistência, denúncia e acumulação de forças por parte das oposições; a segunda fase, de [19]78 a [19]82, período de explosão social, eleições nacionais, abrandamento das restrições políticas, caracteriza-se por projetos políticos mais definidos e pela existência de uma comunicação popular, multiplicadora de meios nas bases e pelo quase desaparecimento da comunicação alternativa; e o terceiro período, de [19]82 a [19]83, caracteriza-se por uma atomização do processo de comunicação popular e alternativa na mesma medida que reflete a incapacidade das forças de oposição para articularem uma alternativa política à crise atual vivida pela sociedade brasileira.

Para a autora (1986, p. 10), a partir do final da década de 1960 do século passado, o Brasil se tornou campo fértil de manifestações sócio-comunicativas de duas vertentes: aquela promovida pelas bases sociais, chamada por comunicação popular e aquela do nível médio da sociedade civil, chamada por comunicação alternativa.

A respeito da comunicação popular, a autora (1986, p. 18) também defende sua ligação com a Igreja, as CEBs, e diversos outros movimentos sociais:

Era preciso conscientizar as classes trabalhadoras brasileiras, um trabalho lento, de formiga, que ampliava os ensinamentos da etapa anterior e assimilava, com outras características, a proposta de Paulo Freire aliada aos ensinamentos de Gramsci. Muitos desses antigos militantes que puderam permanecer no país passaram a trabalhar junto com a Igreja.

Existiram também manifestações que foram chamadas de imprensa operária e sindical, como o boletim “Luta Sindical”, da Oposição Sindical Metalúrgica, e várias publicações na área rural, como o “Boletim Nacional da CPT”, da Comissão Pastoral da Terra, defensores da reforma agrária no País, além das experiências oriundas das CEBs, que, como defendem alguns autores, representaram uma universidade popular, com seus trabalhos educativos, culturais e de promoção do diálogo freireano.

Outro processo identificado por Berger (1990, p. 16) é que na década de 1970,

as três formas de comunicação se entrelaçam e representam setores sociais claramente diferenciados. A comunicação massiva se relaciona com os interesses do capital internacional; a comunicação alternativa com a organização dos intelectuais em torno de um projeto histórico nacional e a comunicação popular com a organização dos movimentos sociais de base.

O que se nota é que desde aquela época, até os dias de hoje, existem manifestações de comunicação não massivas que se tangenciam em alguns aspectos, com algumas semelhanças e inter-relações, mas que, ao mesmo tempo, apresentam diferenciações conceituais, no que tange à sua práxis. É o caso da chamada comunicação popular, a alternativa e, mais recentemente, a comunicação comunitária.

Na perspectiva de Cogo (2004, p. 47), o termo comunicação comunitária surge em um cenário de comunicação plural, resultante de determinado contexto sociocultural no País e no mundo. São novas configurações sociais que acabam por se refletir nas práticas comunicativas e nos movimentos sociais.

O fim das ditaduras nos anos 80 na maioria dos países latino-americanos, a perda de espaço da chamada Igreja progressista ligada à Teologia da Libertação, as lutas sociais que culminaram com a institucionalização de projetos como o das rádios comunitárias no Brasil no final dos anos 90, a aceleração dos processos de segmentação das mídias que pluralizou o cenário midiático e favoreceu uma apropriação crescente do termo comunitário pelos sistemas massivos de comunicação, contribuíram não apenas para o alargamento da polissemia e dos usos do termo comunitário em diferentes setores sociais, mas também para a redefinição do caráter político atribuído a muitas experiências e projetos que se desenvolveram pautados pela oposição às mídias massivas.

Como as formas de comunicação não massiva realizadas no Brasil, em sua trajetória, apresentam íntimas relações com o contexto sócio-histórico-político-econômico, estas possuem características concernentes ao contexto em que são desenvolvidas. Assim, esses processos comunicacionais nascem de necessidades enfrentadas pela população que, por sua vez, engendram maneiras alternativas de lutarem por melhorias sociais, desenvolvimento humano e cidadania.

Considera-se que essas práticas de comunicação popular que, ultimamente, têm recebido o nome de comunicação comunitária, perpassam não somente pelas CEBs, mas também pelas inúmeras formas de agregação, mobilização e movimentação solidária e popular, conferindo um sentido político de defesa dos interesses dos cidadãos e na luta pela ampliação da participação. São movimentos sociais e populares que se organizam e

se desenvolvem e que, em alguns casos, podem ser vistos como um “despertar de pessoas, de camadas sociais e de povos inteiros para a busca de condições de vida mais dignas, pautadas pelo desejo de interferir no processo histórico, sua vontade de posicionar-se como sujeitos e seu anseio de realizar-se como espécie humana” (PERUZZO, 2004, p. 25).

Muitas formas e práticas de comunicação foram e ainda são desenvolvidas dentro dos movimentos populares, com conteúdos próprios, inerentes aos seus interesses e aspirações. Tal como defende Festa (1986, p. 11), “os movimentos sociais não ocorrem por acaso. Eles têm uma origem nas contradições sociais que levam parcelas ou toda uma população a buscar formas de conquistar espaços democráticos negados pela classe no poder”. Portanto, os movimentos populares promovem uma comunicação engajada e de cunho pedagógico, emancipador e transformador.

### **As interconexões entre comunicação popular, alternativa e comunitária**

Em alguns aspectos, estas três vertentes de comunicação não massiva apresentam semelhanças, como sua origem nos movimentos populares, tendo o povo como promotor, seu objetivo de luta por melhorias sociais, seu sentido político. Mas algumas diferenças têm sido notadas. Como tem observado Peruzzo (2008, p. 373),

com o passar do tempo, o caráter mais combativo das comunicações populares – no sentido político-ideológico, de contestação e projeto de sociedade – foi cedendo espaço a discursos e experiências mais realistas e plurais (no nível do tratamento da informação, abertura à negociação) e incorporando o lúdico, a cultura e o divertimento com mais desenvoltura, o que não significa dizer que a combatividade tenha desaparecido. Houve também a apropriação de novas tecnologias da comunicação e incorporação com mais clareza da noção do acesso à comunicação como direito humano.

O caráter combativo e de contestação pode ser observado como uma das principais características da comunicação alternativa, desenvolvida, principalmente entre os anos de 1960 e 1980, no contexto ditatorial, de censura e repressão, do regime militar no Brasil. Na opinião de Bernardo Kucinski (2003, p. 16) a imprensa alternativa surge de duas motivações: da mobilização das esquerdas em propor transformações sociais, bem como de jornalistas e intelectuais que desejavam contestar o governo, em espaços alternativos à grande mídia. Mas, como explica o autor (2003, p. 25), a ditadura

não foi a única razão de ser da imprensa alternativa. Nem a ditadura podia sozinha explicar a riqueza do fenômeno alternativo, a diversidade de suas manifestações ou a tentativa, conforme Ana Maria Nethol, de criar todo um “modelo ético-político”, com formas e estratégias próprias, que se confrontaria com o sistema dominante muito mais no campo permanente da tentativa de construção de uma contra-hegemonia ideológica do que no campo conjuntural da resistência à ditadura.

A motivação da imprensa dita alternativa nasce de um projeto político de reivindicação de segmentos das classes subalternas e de seus aliados e é resultado da necessidade de expressão desses movimentos. Podem representar uma proposta política de vida e de ideologia de contestar as formas de governo, lutando pela implantação de maior justiça social, participação, ou seja, contra a desigualdade social. Diz-se que a comunicação alternativa pode nascer de uma motivação política de vida porque “houve um tempo em que produzir e difundir boletins, panfletos, jornais etc., significava grande risco de prisão e condenação política. Assim, no contexto do regime militar, produzia-se comunicação alternativa clandestinamente, pois havia controle estatal e censura”, conforme relembra Peruzzo (2009a, p. 132).

A imprensa alternativa no Brasil, ressalta Raimundo Rodrigues Pereira (1986, p. 57), vai além da contestação ao regime militar, porque se opôs ao “seu conteúdo antinacional e antipopular, opôs-se à monopolização da economia, a sua integração com os grandes trustes financeiros internacionais”, além do que “tinha como componente básico o repúdio ao lucro e, em alguns jornais, até mesmo o desprezo por questões de administração, organização e comercialização” (KUCINSKI, 2003, p. 25) mesmo porque seus “protagonistas [...] constituíam [...] uma subcultura que se distinguia do grosso dos jornalistas e intelectuais pela sua disposição contestatória, pela sua propensão ao ativismo, pela sua intransigência intelectual e, em certa medida moral, pela afinidade com os motivos ideológicos que moviam os ativistas políticos” (KUCINSKI, 2003, p. 36), como também defende Pereira (1986, p. 55-56) ao dizer que “a imprensa alternativa foi a expressão da média burguesia, dos trabalhadores e da pequena burguesia”. Ainda assim, sua proposta fundamental, sob a perspectiva de Martin-Barbero (1981, p. 19), sempre foi a de transformar “a forma dominante e normal da comunicação social, para que as classes e grupos dominados tomem a palavra”.

Apesar de ser típica entre as décadas de 1960 e 1980 do século passado, a expressão comunicação alternativa vem sendo retomada (PERUZZO, 2008, p. 373). A título de exemplificação, poder-se-ia citar o “Jornal Brasil de Fato”<sup>3</sup>, o “Centro de Mídia Independente”<sup>4</sup>, o “Jornal O Trecheiro”<sup>5</sup>, o Jornal AJIndo<sup>6</sup>, entre outros. Essas manifestações, desde as desenvolvidas nas décadas de 1960 até as atuais, podem representar uma alternativa quanto à fonte de informação, pelo conteúdo e pela forma como este é abordado (PERUZZO, 2008, p. 374). Como diz Martín-Barbero (1982, p. 22), a comunicação será alternativa “à medida que [...] assumir, junto à linguagem do meio, os códigos de percepção e reconhecimento, os dispositivos de expressão do popular – códigos e dispositivos que se materializam e se expressam, confundidos já à memória popular e ao imaginário da massa”, já que para ele o alternativo se relaciona com o popular e com o massivo, pois os conteúdos, as expressões populares, as expectativas e os sistemas de valoração, isto é, o “gosto” popular, são moldados pelo massivo e vice-versa (MARTÍN-BARBERO, 1982, p. 21).

Outro termo que pode fazer referência a essa forma de comunicação, na atualidade, é “mídia radical”, cunhado por John Downing (2004). Para ele, a mídia radical alternativa atua como promotora de desenvolvimento em diversos sentidos, sendo essencial à democracia. E para corroborar a tese acima, Downing (2004, p. 81) lança mão de alguns fatores que a explicam:

a mídia radical alternativa expande o âmbito das informações, da reflexão e da troca a partir dos limites hegemônicos, geralmente estreitos, do discurso da mídia convencional. [...] Frequentemente tenta ser mais sensível do que a mídia convencional às vozes e aspirações dos excluídos. Muitas vezes, tem estreita relação com algum movimento social em andamento e, portanto, expressa com muita espontaneidade os pontos de vista e opiniões que não encontram espaço ou são ridicularizados na mídia oficial. Com muita frequência também, é ela que toma a dianteira na discussão de questões que só mais tarde receberão atenção da mídia oficial. [...] Não precisa censurar-se para atender aos interesses dos mandachugas da mídia, do entrincheirado poder estatal e das autoridades religiosas. [...] Sua própria organização interna é muitas vezes mais democrática que hierárquica [...].

---

<sup>3</sup> Disponível em: [www.brasildefato.com.br](http://www.brasildefato.com.br). Ver Moura (2009).

<sup>4</sup> Disponível em: [www.midiaindependente.org.br](http://www.midiaindependente.org.br). Ver Cabral Filho (2005).

<sup>5</sup> Disponível em: [www.rederua.org.br/rederua/](http://www.rederua.org.br/rederua/). Ver Costa (2010).

<sup>6</sup> Disponível em: [www.ajindo.blogspot.com](http://www.ajindo.blogspot.com). Ver Otre (2008).

As formas de comunicação chamadas de popular e de alternativa, conforme o contexto de suas práxis, podem apresentar características semelhantes, contudo, conceitualmente, não podem ser encaradas como sinônimos. Segundo Gomes (1990, p. 47), “o conceito alternativo parece apontar para uma contraposição à comunicação massiva, enquanto que o conceito popular diz respeito à inserção num contexto alternativo de luta que visa estabelecer uma nova sociedade a partir da ótica das classes populares”.

Já Luis Ramiro Beltrán (1981, p. 24-35) discorre acerca da comunicação horizontal, dialógica e bidirecional, partindo das idéias de Paulo Freire. A proposta é “democratizar a comunicação tanto no conceito como na prática” (BELTRÁN, 1981, p. 28), por meio do acesso, representado pelo direito de receber mensagens, pelo diálogo, como direito de receber e emitir mensagens e pela participação, como a culminância da comunicação horizontal, porque proporciona oportunidade de as pessoas se expressarem, emitindo mensagens.

Por meio da participação, pelo envolvimento efetivo dos cidadãos nos processos de produção e difusão de conteúdos – e não somente na recepção – ocorre o aprendizado pelo fazer-comunicação. Observa-se, nas experiências concretas, que quanto maiores forem os níveis de participação, mais efetivos serão os processos educativos e de promoção da cidadania. Sabe-se que a educação resultante da participação popular na comunicação comunitária é mais eficaz, se comparada à simples veiculação de conteúdo educativo.

Esta comunicação popular-democrática posiciona-se “a serviço de um processo educativo libertador e transformador. A comunidade pode se formar com ela, compreendendo criticamente sua realidade e adquirindo instrumentos para transformá-la”. Além disso, deve estar “estritamente vinculada à organização popular” e “ter como metas o diálogo e a participação” (KAPLUN, 1985, p. 85).

Como já foi dito, estes conceitos continuam válidos no atual contexto sociopolítico, mas incorporam algumas tênues diferenciações, o que levou ao surgimento e uso predominante do conceito “comunicação comunitária”, nos últimos anos, no Brasil, recorrendo aos princípios da comunicação popular e alternativa, ao mesmo tempo em que apresenta inovações. Peruzzo (2008, p. 375) identificou que

do ponto de vista teórico e das práticas sociais recentes, a comunicação comunitária recorre a princípios da comunicação popular, podendo haver certa distinção entre uma experiência e outra, segundo as características de cada situação. É comum, por exemplo, existirem casos em que o comunitário se torna mais plural ao atuar num bairro, numa cidade ou região onde há diversidade de atores sociais, e em cuja realidade certas características comunitaristas (ação conjunta, participação na gestão, propriedade coletiva) se diluem, mas outras permanecem, como por exemplo, o sentido orgânico do vínculo local, participação na programação e a transmissão de conteúdos de interesse público.

Considera-se que a comunicação comunitária, neste início de século, baseia-se em princípios público-democráticos, de pluralidade, originados de motivações diferentes em relação às da mídia comercial – que tem suas motivações instituídas no lucro, promoção de interesses particulares, promoções políticas, etc. – pois possui proposta social, de mobilizar para mudar, está atenta à realidade local, preocupada em fomentar a cidadania, a educação e o desenvolvimento local, cultural, social e humano. Pode romper com o sistema clássico de comunicação (emissor → receptor) porque viabiliza canais de participação, propiciando ao receptor a atuação como emissor e vice-versa, tornando possível o acesso e a livre expressão dos cidadãos por meio de veículos de comunicação. Em casos mais avançados, pode ser gerida pelos próprios cidadãos, além de se configurar como um espaço público de debates que veicula conteúdos críticos sobre a realidade em que vivem, gerando, criando (e recriando) uma comunicação contra-hegemônica, diferente daquela promovida pela mídia hegemônica, e que, muitas vezes, contesta o *status quo*, expressando visões alternativas às políticas e prioridades hegemônicas. Conforme o contexto, pode ser promovida por diversos segmentos da sociedade, como grupos, associações, cidadãos ligados a entidades coletivas de filantropia e de promoção humana. De uma forma ou de outra, relaciona-se a mobilizações e agregações sociais de caráter reivindicatório, na busca pela participação, pela livre expressão, por melhorias socio-humanas etc. Assumem ainda diversas plataformas midiáticas como mimeógrafos, revistas, jornais impressos, jornais on-line, alto-falantes, rádio-cornetas, rádios, televisão, TVs de rua, vídeos populares, blogs, sites, redes digitais, etc.

É claro que essas características não são absolutas e recorrentes em todas as formas de comunicação comunitária. Conforme o caso, há predomínio de algumas em detrimento de outras, mesmo porque há que se recriarem as formas de se fazer comunicação.

Apesar de não existir um modelo pré-formulado para ser seguido, uma vocação comunitária, ou seja, a existência de um vínculo e de um comprometimento social, é esperada. Por isso se diz que nem toda mídia local é comunitária, embora possuam interconexões. Na maioria dos casos, a mídia local tende a reproduzir a lógica da mais-valia e o fortalecimento de “identidades legitimadoras”, na perspectiva de Manuel Castells (1999, p. 24), uma vez que possuem o interesse em manter o sistema dominante e o *status quo*.

Trata-se de uma problemática identificada desde o Relatório MacBride (UNESCO, 1983, 277-289). Segundo o documento, a democratização da comunicação é freada por vários obstáculos, como as diferenças na distribuição das riquezas, a separação entre “cultos” e analfabetos, interesses políticos e outros. Além disso,

um obstáculo que existe praticamente em todas as partes está na estrutura da comunicação vertical em que a circulação se faz em sentido descendente e um pequeno número de pessoas se dirige a uma maioria, a propósito de suas necessidades e seus problemas, mas concebidos do ponto de vista dessa minoria de indivíduos (UNESCO, 1983, p. 281).

Nesse cenário, a comunicação contra-hegemônica, como pretende ser a comunicação comunitária – ao menos em níveis avançados –, revela-se de basilar importância para a democratização das comunicações, pois rompe com este paradigma, contestando-o e dando visibilidade midiática ao “fluxo popular de comunicação/informação”. As classes subalternas agendam seus veículos de comunicação segundo seus interesses, de acordo com o que percebem como relevante para sua realidade, diferentemente da grande mídia, que define, conforme seus critérios, as informações que devem ser dirigidas à população.

A comunicação comunitária possui, então, como fim o processo e não a recepção do conteúdo. É o processo de fazer-comunicação que proporciona a relação entre a população, o aprendizado, a conscientização, a mobilização, o autorreconhecimento, o reconhecimento da realidade local, dentre outros. Atuam como espaço de encontro, de comunhão, de interação e integração popular, e também de tensões e conflitos, porque são estes últimos que fazem as experiências de comunicação comunitária avançar, aperfeiçoando-se, cada vez mais, em um processo gradativo.

Essa modalidade de comunicação, de certa forma, tende a acompanhar os processos sociais que, por sua vez, não são herméticos. Por isso, está inserida em uma complexidade conceitual. São formas de comunicação diferentes que, na prática, contudo, apresentam características que se tangenciam e que, em alguns contextos, se interconectam, o que pode contribuir para o surgimento de algumas confusões conceituais, e também para a criação de inúmeros conceitos, que não pretendem encerrar em si definições absolutas: alternativa, cidadã, comunitária, democrática, horizontal, participativa, participatória, radical, tática, independente, de contrainformação, dos movimentos sociais, do terceiro setor, conforme suas nuances e contextos em questão.

No atual contexto brasileiro, a comunicação comunitária e a alternativa se manifestam em diversas dimensões, na democratização da comunicação como identificou Peruzzo (2009b, p. 41). A primeira dimensão relaciona-se aos novos formatos que essas modalidades de comunicação têm incorporado em razão das novas tecnologias. A segunda refere-se ao avanço legal, na regulamentação do uso de rádios de baixa potência e televisão. A forma como diferentes atores e formas de comunicação se portam como agentes de transformação seria a terceira dimensão, assim como uma maior apropriação de formas massivas e digitais de comunicação, indicada pelo aumento recente de fóruns de discussão e observatórios de mídia alternativa e comunitária, integraria a quarta dimensão.

Apesar da comunicação comunitária praticada na atualidade ter alguns de seus princípios baseados nas experiências chamadas de popular e alternativa, do século passado, eis que ela se recria e se renova, inovando em plataformas de comunicação, incorporando tecnologias e formatos, sendo promovida por organizações e agregações coletivas, populares ou legalmente instituídas, preocupadas em “comunicar para transformar”.

Não há como não reconhecer que se trata de uma nova fase da comunicação comunitária, que vai além da incorporação de novas tecnologias de comunicação, mas que agrega inquestionável interesse de alguns segmentos das classes subalternas de se expressar por meios de comunicação e reivindicar seus direitos enquanto cidadãos, formas de mobilização que resultaram na institucionalização do serviço de radiodifusão e televisão comunitária, por exemplo, na conquista de leis regulamentadoras, como a

9.612/98, que rege o serviço de radiodifusão comunitária, e a 8.977/95, que dispõe sobre o serviço de TV a cabo.

Os espaços gerados pelos veículos comunitários têm-se configurado favoráveis à inclusão e à participação dos cidadãos, promovendo a diversidade cultural e o pluralismo. Trata-se de premissas apontadas pela Unesco, desde 2002, ano de promulgação da Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, da qual destacamos seu artigo 6 – rumo a uma diversidade cultural acessível a todos:

Enquanto se garanta a livre circulação das idéias mediante a palavra e a imagem, deve-se cuidar para que todas as culturas possam se expressar e se fazer conhecidas. A liberdade de expressão, o pluralismo dos meios de comunicação, o multilinguismo, a igualdade de acesso às expressões artísticas, ao conhecimento científico e tecnológico – inclusive em formato digital – e a possibilidade, para todas as culturas, de estar presentes nos meios de expressão e de difusão, são garantias da diversidade cultural (UNESCO, 2002).

A comunicação comunitária, praticada neste início de século, tem, ainda, estimulado a difusão de conteúdos criados pela própria população e, por isso, de natureza autóctone, dando visibilidade midiática à diversidade e pluralidade cultural das minorias e propiciando a “liberdade de expressão e opinião”, como garante o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (UNESCO, 1948), e o “direito de participar livremente da vida cultural da comunidade”, conforme assegura o artigo 27 do mesmo documento (UNESCO, 1948).

Uma das formas de garantir essa pluralidade e diversidade, em quantidade e qualidade, é a implementação efetiva de políticas públicas de comunicação. A maioria dos países da América Latina, como é o caso do Brasil, não possui, em seu curso histórico, tradição no desenvolvimento desse tipo de prática. Por isso, vez ou outra, “as raras políticas de comunicação trabalhadas em âmbito municipal ou estadual partem em geral de iniciativas isoladas do poder local, sem apoio de programas federais, o que dificulta o fortalecimento de políticas de incentivo à pluralidade e à diversidade em larga escala” (INTERVOZES, 2008, p. 3).

O objetivo das propostas de políticas públicas é regular os meios e modos de comunicação, de forma público-democrática, de modo a promover o acesso do cidadão ao processo comunicativo, a participação popular na democracia e no exercício da cidadania, tendo a comunicação como instrumento para atingir tais fins.

### Considerações finais

Considera-se, portanto, que as vertentes comunicação comunitária, popular e alternativa engendram formas específicas de expressão de classes subalternas interessadas em promover ações de mobilização solidária com objetivo de ampliar a cidadania e incentivar aspectos democráticos e de participação popular. Historicamente, cada uma delas apresenta características delimitadas que, conforme o caso, podem se mesclar, se tangenciar, se interconectar. Além disso, nos últimos anos, com as novas tecnologias, tais práticas também têm se apoderado de diferentes plataformas, como redes sociais, blogs, sites, vídeos, rádios pela internet etc.

Por outro lado, alguns atuais desafios do setor estão centrados na redução de distorções dos usos inadequados desses sistemas de comunicação, já que muitas vezes são apropriados para outras finalidades (particulares, proselitistas, políticas, por exemplo), além da necessidade de um gradual aperfeiçoamento de experiências democráticas, ampliação dos níveis de participação, da qualidade e quantidade de formas de comunicação comunitária e implantação efetiva de políticas públicas.

### Referências

- BELTRÁN, Luis Ramiro. Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal. In: **Comunicação & Sociedade**. Universidade Metodista de São Paulo, n. 6, set., 1981. p. 5-35.
- BERGER, Christa. Movimientos sociales y comunicación en Brasil. **Comunicación y Sociedad**. Num. 9, mayo-agosto, 1990. p. 9-27
- BETTO, Frei. Comunicação popular e Igreja. In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. (Orgs.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986. p. 99-117.
- CABRAL FILHO, Adilson Vaz. **A formação das comunidades de compartilhamento social no Centro de Mídia Independente**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2005. (Tese de Doutorado – Comunicação Social).
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v.2.
- COGO, Denise M. **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998.

aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. São Paulo: Angellara Editora, 2004.

COSTA, Cloves R. **Jornal O Trecheiro: uma comunicação alternativa para e sobre a população em situação de rua.** São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010. (Dissertação de Mestrado – Comunicação Social).

DOWNING, John D. H. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais.** 2 ed. São Paulo: Editora Senac, 2004.

FESTA, Regina. Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. (orgs.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil.** São Paulo: Paulinas, 1986. p. 9-30.

GOMES, Pedro Gilberto. **O jornalismo alternativo no projeto popular.** São Paulo: Paulinas, 1990.

INTERVOZES. **Políticas locais para comunicação democrática.** São Paulo: Intervezes, 2008. Disponível em: [www.intervezes.org.br](http://www.intervezes.org.br).

KAPLUN, Mario. **El comunicador popular.** Quito: Ciespal, 1985.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa.** 2 ed. São Paulo: Editora da USP, 2003.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Retos a la investigación de comunicación em América Latina.** Disponível em [www.mediaciones.net](http://www.mediaciones.net). 1982. 24 p.

MOURA, Ana Maria Straube de Assis. **Brasil de Fato: trajetória, contradições e perspectivas de um jornal popular alternativo.** São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2009. (Dissertação de Mestrado – Comunicação Social).

OTRE, Maria Alice Campagnoli. **Comunicação popular-alternativa desenvolvida por Jovens Indígenas das Aldeias do Jaguapiru e Bororá em Dourados/MS.** São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2008. (Dissertação de Mestrado – Comunicação Social).

PEREIRA, Raimundo Rodrigues. Viva a imprensa alternativa. Viva a imprensa alternativa! In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. (orgs.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil.** São Paulo: Paulinas, 1986. p. 53-76.

PERUZZO, Círcia M. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.** 3 ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

\_\_\_\_\_. Conceitos de Comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor. **Palavra Clave.** Bogotá: Facultad de Comunicación, Universidad de La Sabana, v. 11, n. 2, dez. 2008.

\_\_\_\_\_. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**. São Paulo: Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica, n. 17, p. 131-146, jun. 2009a.

\_\_\_\_\_. Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas. **Revista Fronteiras – Estudos midiáticos**. São Leopoldo (RS): Unisinos, v. 11, n. 1, jan-abr 2009b.

UNESCO. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. 1948. Disponível em: [http://www.onu-brasil.org.br/documentos\\_direitoshumanos.php](http://www.onu-brasil.org.br/documentos_direitoshumanos.php).

\_\_\_\_\_. **Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época**. Rio de Janeiro: Ed. Da Fundação Getúlio Vargas, 1983. 499 p. (Relatório MacBride).

\_\_\_\_\_. **Declaração Universal sobre a diversidade cultural**. 2002. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/12716opor.pdf>.