

Comunicação Popular: uma discussão do Candeeiro nos processos de articulação da ASA e a figura do comunicador popular¹

Rosa da Conceição NASCIMENTO²

Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, CE

Resumo

O presente artigo propõe uma breve apresentação da ferramenta de comunicação popular e alternativa, O Candeeiro, nos processos de mobilização da Articulação Semiárido Brasileiro (ASA), bem como uma discussão sobre a figura do comunicador popular, a partir das histórias de atores distintos, que vivenciam experiências com comunicação popular nos diversos espaços onde atuam. Como metodologia, optou-se por dois métodos de investigação. A pesquisa bibliográfica buscou compreender os fatos a partir de uma análise de conteúdo, para um conhecimento prévio daquilo que já existe, conforme estabelece Minayo (2011). Também foram feitas entrevistas com a intenção de ampliar a discussão a respeito do comunicador popular, confirmando a ideia de Minayo (2011), que a entrevista parte da intenção de obter informação para determinado objeto de pesquisa.

Palavras-chave: Articulação Semiárido Brasileiro; Comunicação Popular e Alternativa; Comunicador Popular; O Candeeiro; Mobilização Social.

Introdução

A comunicação popular e alternativa tem sua origem nos movimentos sociais, nos anos de 1970 e 1980 e se utiliza de canais próprios para se estabelecer, segundo discute Peruzzo (2006). Consolida-se na perspectiva das lutas pela "transformação social" (OLIVEIRA, 1994, p. 22). "Estima-se que seja assim possível a inserção de grupos até então à margem do espectro da visibilidade" (FERREIRA *et al.*, 2008, p. 02). Pode se dizer também que são práticas socioculturais e educativas, bem como de luta por questões pertinentes na vida cotidiana. Nessa lógica, segundo Congo (1998), o receptor deixa de ser mero expectador e passar a atuar, rompendo com o paradigma social de invisibilidade, criado pela grande mídia.

A respeito desse tipo de comunicação muitos autores têm publicado artigos, dissertações e teses. Aqui, trabalharemos, principalmente a partir das ideias de Peruzzo

¹ Trabalho apresentado do DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa da Intercom, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em São Paulo, SP de 5 a 9 de setembro de 2016.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: rosa.ugt.obas@gmail.com.

(2006), Oliveira (1994), Cogo (1998) e Puntel (1994), que apresentam estas práticas comunicacionais como sendo necessárias para dar visibilidade e fortalecer as experiências do povo.

Este artigo analisa o boletim informativo O Candeeiro, do Programa Uma Terra e Duas Águas (P1+2)³, da Articulação Semiárido Brasileiro (ASA)⁴, nos processos de mobilização dessa rede, na perspectiva da convivência com o Semiárido. Parte-se daqui da ideia de identificar até que ponto esse boletim pode ser considerado uma ferramenta de comunicação popular e alternativa e de que modo acontece essa construção.

O Candeeiro é um boletim impresso de uma página ou duas, frente e verso, que tem como objetivo dar visibilidade às experiências de agricultores, comunidades e grupos, no intuito de fortalecer a convivência com o Semiárido. Configura-se também como uma ferramenta de comunicação institucional no fortalecimento das organizações que compõem o coletivo da ASA.

Além de estabelecer uma relação entre comunicação popular, comunicação organizacional e as distintas experiências consolidadas, a partir dos movimentos sociais, em específico da ASA, este artigo se propõe a discutir também a figura do comunicador popular, baseando-se nas trajetórias de luta de pessoas que vivenciam essas experiências. Para isso, recorreremos à pesquisa bibliográfica para compreender essas questões levantadas. Para Leopardi (2001, p. 135), “trata-se de compreender um problema da perspectiva dos sujeitos que o vivenciam”. Também foram feitas entrevistas, de modo que possibilitasse fazer um paralelo para fortalecer essas discussões, confirmando a ideia de Minayo (2011), que a entrevista parte da intenção de obter informação para determinado objeto de pesquisa.

Essas discussões fazem parte da pesquisa insipiente de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Ceará (UFC), na linha Mídia e Práticas Socioculturais, que propõe analisar o boletim O Candeeiro e seus

³ O Programa Uma Terra e Duas (P1+2) é uma das ações do Programa de Formação e Mobilização Social para a Convivência com o Semiárido, da ASA, criado em 2007 com o objetivo de promover a soberania e segurança alimentar e nutricional das famílias agricultoras e fomentar a geração de renda, por meio da implementação de tecnologias sociais de captação de água para produção de alimentos e criação de pequenos animais, bem como estimular a consolidação de processos participativos de pessoas e grupos distintos para o desenvolvimento rural do Semiárido brasileiro. Na sua estrutura metodológica, consta a formação por meio de capacitações de gestão de água para produção de alimentos, sistema simplificado de irrigação para produção, intercâmbios, o informativo O Candeeiro, entre outros. Informações disponíveis em: < <http://www.asabrasil.org.br/acoes/p1-2>>. Acesso em: 29 de junho de 2016.

⁴ A ASA é uma rede formada por cerca de três mil instituições da sociedade civil que se propõem a defender, propagar e desenvolver o projeto político da convivência com o Semiárido. Foi constituída em 1999 e atua em todo o Semiárido brasileiro (Alagoas, Bahia, Ceará, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Maranhão, Minas Gerais, Rio Grande do Norte e Sergipe). Disponível em: < <http://www.asabrasil.org.br/sobre-nos/historia>>. Acesso em: 29 de junho de 2016.

impactos na construção ou desconstrução da imagem do Semiárido brasileiro, a partir da combinação de vários métodos de investigação.

Contexto da pesquisa

Este trabalho tem como objetos de pesquisa o boletim informativo O Candeeiro e a figura do comunicador popular, a partir de discussões teóricas e de experiências vivenciadas por atores distintos.

O Candeeiro é um boletim impresso do Programa Uma Terra e Duas Águas (P1+2), da Articulação Semiárido Brasileiro (ASA). Durante a execução do programa esse componente se estabelece como meta para o fortalecimento das ações junto às famílias agricultoras, utilizado nos processos de formação, como, por exemplo, no Curso de Gestão de Água para Produção de Alimentos (GAPA) e Sistema Simplificado de Manejo para Produção (SSMP) e intercâmbios para troca de conhecimentos entre os atores distintos.

Esses eventos são considerados estratégicos no “fortalecimento dos processos educativos, sócio-organizativos e políticos locais, contribuindo para a autonomia e o protagonismo dos agricultores e agricultoras e suas organizações na construção do desenvolvimento sustentável”⁵, como bem menciona a ASA.

Essas metodologias são estratégicas no processo de mobilização que a ASA institui entre seus públicos. É daí que surge a ideia da comunicação para mobilização social, discutida pela rede. Esse fazer comunicacional está presente na convivência, na agricultura familiar, na agroecologia, na comercialização solidária durante as Feiras Agroecológicas realizados nas comunidades e municípios, nas trocas de conhecimento, no Candeeiro, inclusive, entre outros espaços construídos pela articulação em rede.

A ASA compreende que o Candeeiro possibilita a sistematização de experiências e se configura como um importante instrumento pedagógico, que pode contribuir com a construção coletiva do conhecimento. Nessa perspectiva discute Nascimento (2011), quando diz que comunidades no Semiárido brasileiro se articulam em um processo de troca de conhecimentos que contribuem para desenvolvimento sustentável.

São instrumentais de sistematização de experiências, utilizados pela ASA, além do Candeeiro, banners, vídeos, podcast, entre outros. No nesse caso, como objeto de pesquisa, o Candeeiro será mais aprofundado.

⁵ Disponível em: <<http://www.asabrasil.org.br/acoes/p1-2>>. Acesso em: 14 de julho de 2016.

Essas sistematizações têm como foco as histórias de vida e as práticas de convivência com a região semiárida; podem elevar a autoestima das pessoas e provocar as famílias para o processo de produção. Essa é a ideia propagada tanto pelo programa, quanto pelas instituições da ASA, ao seu público interno e externo.

Na minha trajetória profissional em comunicação a primeira experiência (cinco anos) aconteceu na Organização Barreira Amigos Solidários (Obas⁶), uma das instituições que integra a rede ASA. Na época em que fui contratada para trabalhar no Programa P1+2 fazia o quinto semestre de jornalismo.

O contrato com a Obas não exigia formação na área de comunicação, poderia ser em qualquer outro curso da área de humanas, completo ou em andamento. O que se desejava era que tivesse experiência em trabalhos coletivos. No entanto, as atividades preestabelecidas demandavam, de certa forma uma formação mínima em comunicação.

Entre as atividades a serem desenvolvidas constava a sistematização de experiências de agricultores/as, grupos ou comunidades; cobertura de eventos, sistematização e atualização do site e redes sociais e promover ações junto ao Fórum Cearense pela Vida no Semiárido (FCVSA), a ASA aqui no Ceará; visitar as famílias e comunidades para conhecer as experiências a serem sistematizadas; sistematização de informações de temas relacionados ao desenvolvimento rural, agricultura familiar, agroecologia; participação nos processos de formação e intercâmbios, entre outras.

Durante essa temporada que trabalhei na Obas, e, posteriormente no Instituto Elo Amigo⁷, no mesmo projeto, num período de dois meses, observei que tanto a primeira quanto a segunda organização desenvolvia um trabalho voltado para a mobilização social, expressos em quase todas as atividades. A sistematização de experiências fazia parte dessa estratégia como uma das metas do programa.

No processo de sistematização, geralmente o coletivo da região indicava as experiências a serem sistematizadas, a partir de reuniões na comunidade. Em outras, a gente visitava a comunidade, conhecia as experiências desenvolvidas pelas famílias, grupos e associações, e junto com alguns líderes da comunidade discutia a experiência a ser

⁶ A Organização Barreira Amigos Solidários (Obas), é uma entidade da sociedade de civil ONG que integra a ASA. Nasceu no município de Barreira, no Ceará, no ano de 2001, com a missão de fortalecer a convivência com o Semiárido. Disponível em: < <https://www.facebook.com/ObasBarreira/info/?tab=overview>>. Acesso em: 12 de junho de 2016.

⁷ O Elo Amigo é uma Associação de direitos privados, sem fins lucrativo-, Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), que integra a ASA. Nasceu na cidade de Iguatu, no Ceará, no ano de 2001, com o objetivo de desenvolver projetos voltados para a Agroecologia, Convivência com o Semiárido, Empreendedorismo e Juventude. Disponível: < <http://www.eloamigo.org.br/o-instituto/historico>>. Acesso em: 12 de junho de 2016.

sistematizada naquele momento, o que não impedia que outras fossem sistematizadas posteriormente.

No primeiro momento visitava e conhecia a experiência. Conversava com a família ou grupo sobre sua vida, sua experiência, sobre os desafios, os avanços e as perspectivas. Em algumas, pedia que escrevessem sua história, em outras, eu escrevia, filmava, gravava e fotografava. Voltava para o escritório, revia o material e sistematizava. Posteriormente, voltava para a comunidade e apresentava para a família, ou o grupo, para saber se era aquilo mesmo que queriam dar visibilidade ou se deveria alterar. Depois disso levava para ser impresso. A distribuição era feita na família ou em algum evento da comunidade, geralmente durante os cursos de formação ou intercâmbios.

Pela forma como acontecia esse processo de sistematização e também pela discussão feita pela ASA a respeito desse tipo de comunicação, me apresentava como comunicadora popular. No entanto, a ideia de comunicador popular nessa perspectiva parece ainda meio confusa para a maioria das instituições do coletivo da ASA. Diante disso, surgem alguns questionamentos: o que leva essas organizações da ASA a pensarem essa comunicação nesse formato, de que forma se envolvem e como a denominam?

O trabalho de comunicação realizado pelas instituições da ASA visa à mobilização social para convivência sustentável com o Semiárido, como estabelece a própria rede. São instrumentos usados para essa mobilização, listas de discussão; encontros de formação política, visitas de campo a experiências agroecológicas de produção; promoção de trocas de conhecimentos entre agricultores, técnicos e instituições e ações de comunicação organizacional como informativos impressos e eletrônicos, cartilhas, além de páginas e perfis das organizações em redes sociais na Internet, conforme discutido anteriormente.

Considerando que a comunicação institucional da ASA é feita com a participação de agentes de diversas organizações do Semiárido brasileiro, com o protagonismo de sujeitos distintos, urbanos e rurais, inclusive na construção do Candeeiro, esse tipo de comunicação pode ser considerada popular? Se sim, o que a diferencia das dos anos 1980 e 1990? Os atores distintos que trabalham nessa construção podem ser considerados comunicador popular? O que os diferencia dos comunicadores populares dos anos 1980 e 1990?

Os contextos socioculturais de avanços tecnológicos nos processos de comunicação em rede impelem os movimentos sociais a estarem atentos para acompanhar essas transformações midiáticas e adaptar seus processos de comunicação organizacional às novas plataformas de interação. É em razão disso que esse artigo se apresenta. O objetivo é

analisar até que ponto o Candeeiro pode ser considerado uma ferramenta de comunicação popular, e como se estabelecem os sujeitos distintos que trabalham nessa perspectiva.

A ASA e a ideia de convivência com o semiárido

A ASA é uma rede constituída do coletivo de cerca de três mil organizações da sociedade civil, que trabalham no Semiárido brasileiro as ações de convivência com a região. Foi constituída em 1999 e atua no Semiárido brasileiro, que compreende os nove estados do nordeste mais o norte do estado de Minas Gerais. As ações da ASA partem da perspectiva de convivência, que entre outras questões estabelece as práticas adequadas como tecnologias de captação de água da chuva para beber e produzir alimentos, estocagem de alimentos, o acesso à terra como bem necessário para viver com autonomia, educação contextualizada e promoção dos direitos do povo, conforme Malvezzi (2007).

A ASA estabelece como uma de suas estratégias de mobilização social para a convivência com o Semiárido, a comunicação popular. Uma das ferramentas desse tipo de comunicação proposta pela articulação é o Candeeiro, avaliado nesse artigo.

A Comunicação Popular e alternativa e os processos de articulação da ASA na perspectiva da convivência com o Semiárido

De acordo com Peruzzo (2006), a comunicação popular tem suas características e especificidades próprias. Diferente da comunicação tradicional e de massa, esse tipo de comunicação (2006) é feita pelo povo e para o povo, nasce de suas experiências, na perspectiva de visibilizar as ações. Sobre sua consolidação e particularidades a autora vai dizer a seguir:

"A comunicação popular representa uma forma alternativa de comunicação e tem sua origem nos movimentos populares dos anos de 1970 e 1980, no Brasil e na América Latina como um todo. Ela 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 [...]". (PERUZZO, 2006, p. 02).

Esse tipo de comunicação, que emerge da ação do povo, pelo que afirma a autora, se apresenta como um meio necessário, pelo qual os movimentos sociais, grupos e comunidades se apropriam para dar voz aos sujeitos distintos, ou mesmo à determinada

causa. Ou seria o lugar de fala do subalterno, segundo Oliveira (1994)? Pelo que dialogam as autoras (1994; 2006), a comunicação popular é um meio alternativo pelo qual os grupos conseguem materializar sua fala, anunciar e denunciar, falar de si mesmos, dos seus projetos de vida, fortalecer suas lutas.

Puntel (1994, apud White, 1993), ressalta este aspecto referindo-se à comunicação nos movimentos populares vinculados à igreja católica. A hipótese de Puntel pode estar baseada na ideia de que são dos espaços onde as pessoas se reúnem que emergem as experiências de vida, e conseqüentemente as necessidades por visibilizá-las e fortalecê-las. O templo é uma referência de encontro para celebrações, reuniões, catequese, leilões, quermesses, e sem dúvida, para a partilha de vida das pessoas que vivem em comunidades, porque, ao se encontrarem, essas pessoas falam de si, de suas vidas. É também daí que nasce esse tipo de experiência (PUNTEL, 1994).

Por ser a comunicação popular construída pelo povo, para dar voz à determinada ação, Peruzzo (2006) a denomina também de alternativa, um meio pelo qual se pode falar, e atribui a ela a construção horizontal do conhecimento. Seus impactos dependem da forma e espaço onde se consolida, segundo a autora. A expressão alternativa é historicamente utilizada nos anos 1960, no Brasil, mas o sentido é o mesmo.

A comunicação também acontece em outros espaços como feira livre, carro de som, rádio, boletins, entre outras ferramentas (OLIVEIRA, 1994). O que a difere da grande mídia é a forma como acontece, para quem acontece e o significado que se dá a ela.

Parece ser nesse sentido que a ASA busca consolidar seus processos de comunicação. Na compreensão de Brochartd (2013), a ASA se utiliza das estratégias de comunicação para mobilização social, que seria como forma de “[...] compartilhar sentidos, convocar pessoas [...]”; “[...] propõe um encontro de interlocutores da rede [...]” (p. 79).

Pelo que dialoga a autora (2013), a mobilização social se tornou o principal meio de concretização do propósito de convivência com o Semiárido, apresentado pela ASA, de forma que integra desde o início de suas ações o nome do Programa de Formação e Mobilização Social para a Convivência com o Semiárido: Um Milhão de Cisternas⁸.

Para Brochartd (2013), é nessa perspectiva que a ASA busca desenvolver seus instrumentos e processos de comunicação, traçando caminhos e alternativas para que

⁸ O Programa de Formação e Mobilização Social para a Convivência com o Semiárido: Um Milhão de Cisternas (PIMC), foi o primeiro a ser desenvolvido pela ASA, no ano de 2000. Nasceu no intuito de melhorar a vida de agricultores e agricultoras rurais da região semiárida brasileira, que não tinham água nem para beber, a partir da prática de estocagem, com armazenamento de água da chuva, em cisternas de placas, com capacidade de acumular 15 mil litros de água. Além dessas tecnologias sociais implementadas, o formato do programa garante também a capacitação para as famílias beneficiadas. Disponível em: <ttp://www.asabrasil.org.br/acoecs/plmc>. Acesso em: 12 de junho de 2016.

homens e mulheres participem, construam e fortaleçam juntos essa ideia de convivência, e empoderados, percebam-se capazes de falar por si.

São instrumentos de comunicação da ASA, além do informativo O Candeeiro, do qual aprofundaremos mais adiante, cartilhas; folders; banners; um portal e redes sociais na internet; boletim eletrônico; programas de rádio; vídeos; spots, entre outras ferramentas.

Comunicação organizacional

Para entrar na discussão do informativo o Candeeiro, faz-se necessário uma compreensão breve em torno da comunicação organizacional, visto que esse instrumental faz parte desses processos estratégicos, utilizados pela ASA.

Torquato (2004, p. 09) discute a comunicação como “um sistema-meio que se espalha na moldura ampla dos ambientes sociais, político e econômico”. Estabelece critérios e ações de funcionamento e estratégias de desempenho.

Nas instituições, de acordo com Torquato (1986), a comunicação organizacional tem como meta gerar consentimentos e produzir aceitação. Na definição do autor, pela técnica, a comunicação exerce o papel mediador dos fatos e acontecimentos e suas significações, como elementos necessários para a consolidação de metas e objetivos.

Para Bueno (2009), a comunicação organizacional deve ser entendida como um conjunto de ações estratégicas planejadas e desenvolvidas por determinada organização, de forma que estabeleça uma relação permanente e sistemática em seus públicos distintos.

Na ASA, a comunicação organizacional é feita com a participação, estruturação e construção coletiva das ações, com a colaboração de sujeitos distintos, dos estados do Semiárido brasileiro. A esse público a rede denomina de comunicador popular.

Nesse sentido, seria o Candeeiro um instrumento de comunicação da rede, na perspectiva de fortalecer sua estrutura organizacional e de negócios, ou um instrumento de comunicação popular, construído das experiências do povo e para o povo? As discussões posteriores a respeito desse tipo de comunicação poderão fortalecer ou não essa ideia.

O Candeeiro como ferramenta de comunicação popular utilizado pela ASA

O Candeeiro é um boletim informativo impresso de uma ou duas páginas frente e verso, do Programa Uma Terra e Duas Águas (P1+2), da ASA, sistematizado a partir do compartilhamento de experiências vivenciadas por atores e grupos distintos. De acordo com

a discussão da rede ASA apresenta-se como uma ferramenta de comunicação popular, utilizada para dar visibilidade às ações de convivência com o Semiárido, desenvolvidas pelas famílias agricultoras.

No processo de sistematização, o comunicador visita a família, ou grupo, conhece a experiência, conversa com ela, em alguns casos pedem que a família escreva sua história; em outros casos, o comunicador escreve, às vezes, em forma de cordel; outras vezes como narrativas; em outras, ainda, por meio de entrevista *ping pong*. Geralmente, depois de inscrita, o comunicador volta à comunidade e apresenta o que escreveu, para que a família valide ou não. Se ela sugere alteração, o comunicador faz as alterações e leva para ser impresso. Depois de pronto é entregue à família, às vezes em eventos comunitários; outras vezes, não.

As histórias são identificadas pela comunidade e sistematizadas pelo comunicador popular contratado pelo programa, com a participação dos distintos atores de suas experiências. É distribuído em oficinas de capacitação, feiras, intercâmbios e outros eventos que agregam as pessoas. O intuito é fortalecer essas práticas e expandir a ideia de convivência com a região (PAZ; NASCIMENTO, 2012), como apresenta a figura.

Figura 1 – Boletim informativo O Candeeiro.



Fonte: Rosa Nascimento (2015).

Esse boletim, que tem como título: Entre fios e cores, mulheres tecem no Filé as estratégias da Vida, apresenta a experiência de um grupo de mulheres, da comunidade Trindade, no Ceará, que desenvolve trabalhos artesanais de forma coletiva.

A exemplo dessa experiência, outras são contadas e divulgadas pelo Candeeiro, de forma que, em outros estados, se conhece histórias do Ceará, inclusive resultando na troca de conhecimento, por meio de intercâmbios.

Pelo que discutem as pesquisadoras, Oliveira (1994), Puntel (1994) e Peruzzo (2006), essa ferramenta pode ser considerada como um instrumento de comunicação popular e alternativa, porque é construída a partir da história o povo, para dar voz às ações desse público que não pode ser visibilizado pelos meios convencionais, no entanto, ainda de acordo com as discussões, esse informativo apresenta fragilidades, considerando que no processo de sistematização a experiência é mediada, e que pode sofrer ou não alteração.

Comunicador Popular: uma discussão a partir da ASA e de atores envolvidos nesse processo

Oliveira (1994) discute a comunicação popular como um meio de comunicação do povo, construída pelo povo, de suas experiências pertinentes do dia a dia. A pesquisadora não especifica as características do comunicador popular; no entanto, parece óbvia essa construção a respeito do assunto. Nos diálogos sobre a comunicação nas rádios pesquisadas, Oliveira (1994) discute o tipo de comunicação estabelecida pelas rádios comunitárias dos anos 1980 e 1990. Ela fala de "ações comunicativas como parte de um processo dinâmico construído" (p. 27) e acrescenta novamente a essa discussão o significado do popular: "as experiências coletivas que não estão enquadradas diretamente em organizações político-partidárias, permitem descobrir um 'popular' mais integrado à vida cotidiana" (OLIVEIRA 1994, p. 27).

Sobre a pessoa diretamente envolvida nesses processos, e que, nesse trabalho, a partir das discussões dos atores, chamamos de comunicador popular, a autora aponta:

A cada experiência que acompanhamos, percebemos o modelo particular com que os atores sociais vivenciam as propostas de comunicação popular, a partir do seu modo de vida e de suas representações. Nesse sentido é importante considerar os agentes mediadores e o cruzamento das culturas que envolvem a ação comunicativa (OLIVEIRA, 1994, p. 77).

Oliveira (1994) discute um ponto interessante que é a vivência dos atores nos processos e propostas de comunicação. Pelo envolvimento que eles têm com a dinâmica de organização do fazer o programa, de incorporá-lo como uma ação de luta, inclusive com falas de apropriação, percebe-se que são pessoas envolvidas nesse processo de transformação. Essa questão pode ser considerada o ponto chave, para se estabelecer a figura do comunicador popular.

Muito além da forma comunicacional, os atores sociais dos quais fala Oliveira (1994), têm uma preocupação em dialogar com os acontecimentos locais, tanto é que nos programas descritos na pesquisa da autora o conteúdo é voltado para as questões comunitárias, acontecimentos relevantes, como, por exemplo, no programa em que destaca as manifestações fora Color e de reivindicação por melhor educação para a comunidade.

A ASA discute o comunicador popular nessa perspectiva, no entanto há uma diferenciação. Nesse caso é o profissional contratado pela instituição que faz um trabalho de mediação. Ele não precisa necessariamente ser da comunidade, nem formado em comunicação, mas busca interagir, de uma forma capaz de fortalecer as ações pela visibilidade desse público.

"[...] É a pessoa de referência em comunicação das organizações que fazem parte da ASA (seja ele/ela formado na área ou não) e que ajudam a partilhar as experiências exitosas das famílias agricultoras do Semiárido, fortalecendo assim as ações de convivência e a cultura do povo que habita as zonas rurais da região"⁹.

O termo comunicação popular que a ASA se utiliza tem muito em comum com os teóricos: Peruzzo (2006), Oliveira (1994), Puntel (1994), Cogo (1998), entre outros. Para a rede, essa comunicação tem um papel fundamental que é o de fortalecer as lutas do povo pela consolidação de seus direitos e a convivência com o Semiárido. É a partir dessas questões que a ASA estabelece uma relação com o modo de pensar o comunicador popular das pesquisadoras. A respeito disso, a assessora de comunicação da ASA vai dizer o seguinte:

"[...] a figura do “comunicador popular” denomina a pessoa que contribui para que a mobilização popular para acesso a políticas se efetive e se visibilize no Semiárido. Assim, este/a não precisa ter formação acadêmica para atuar como tal. O seu trabalho se baseia em ser uma espécie de “ponte” entre a base (agricultoras/es familiares) e a sociedade"¹⁰.

⁹ MACEDO, Elka. **A figura do comunicador popular**, Recife, junho. 2016. Entrevista concedida a Rosa Nascimento.

¹⁰ Idem.

Aqui é possível perceber ainda que a ASA propõe outras características ao comunicador popular diferentes daquelas apresentadas por Oliveira (1994), de ser uma ponte entre agricultores familiares e a sociedade. Isso partindo do pressuposto de que ele pode fazer essa mediação de informação. Uma forma de estabelecer essa relação é o Candeeiro, embora não seja esse o único instrumento. Outras atividades junto às famílias perpassam essa ferramenta.

Sampaio (2016), ao discutir essa ideia de comunicador popular, também não estabelece uma definição rápida. Ele conta a história de luta pela concessão das rádios comunitárias do final da década de 1980 e 1990, bem como as atividades desenvolvidas na época, como a formação para comunicadores populares e o exercício na rádio, entre outras questões, para poder chegar ao assunto.

"Em cada comunidade, tinha um comunicador popular, preparado com formação, passamos por formação, até técnica, para fazer um programa. A programação voltada para a linguagem da comunidade. Comunicação voltada para a comunidade"¹¹

As características e necessidades inerentes ao comunicador popular, apresentadas pelo comunicador não diferem das apresentadas pelos pesquisadores. Mas, para ele, essa pessoa precisa beber das experiências comunitárias, porque, só assim, consegue falar a mesma linguagem, comunicar os mesmos anseios. "Comunicador popular é alguém que se identifica com as lutas populares, busca meios de transformação da realidade local e uma transformação mais ampla de mundo de uma sociedade mais justa e fraterna"¹².

Diferente da grande mídia, o comunicador aqui apresentado busca levar uma informação que provoque nas pessoas o conhecimento do mundo em que se vive e do mundo que se sonha. Compreender de forma crítica para provocar transformação.

Outro aspecto apresentado é a visão dos comunicadores em perceberem que a comunicação mais eficaz da época era o rádio. Esse despertar surgiu da percepção de que o material impresso produzido por eles não dava conta de comunicar o que se queria.

"[...] essa comunicação nossa não chegava, daí vem a ideia da rádio para chegar até elas, ao invés de escrita, a voz, porque a gente fazia as reuniões, mas não atingia a massa, atingia os grupos, pequenos grupos, e a gente queria levar essa comunicação mais ampla pras massas, com o rádio a gente se comunicava com a voz"¹³.

¹¹ SAMPAIO, Leonardo Furtado. **A figura do comunicador popular**, Fortaleza, Junho de 2016. Entrevista concedida a Rosa Nascimento.

¹² Idem

¹³ Ibidem

As ferramentas de comunicação vão se consolidando, e pelo que apresenta o comunicador, surgem das necessidades do povo. Na década de 1980, a rádio comunitária surgiu por uma necessidade, porque o jornalzinho produzido na comunidade não chegava às pessoas, as reuniões não atingiam o objetivo de comunicar. Na contemporaneidade, surgem outras ferramentas de comunicação e as pessoas vão se apropriando de acordo com suas necessidades. Leonardo Sampaio chama isso de migração. "Eu cheguei à conclusão que poderia comunicar com a poesia, cordel para as pessoas lerem. Eu quero passar uma mensagem passo pelo cordel, que as pessoas leem. Eu migrei assim, para o espaço da academia, poesia, cordel e o blog" ¹⁴. São outras formas de levar a mensagem.

Assim como Leonardo Sampaio, Aguinaldo Aguiar também apresenta características muito relacionadas a respeito do comunicador popular. Para ele, não existe comunicação popular sem uma ideia de construção voltada para o popular, assim como não pode existir comunicador popular sem uma perspectiva coletiva. Sobre esse assunto, ele acrescenta: "[...] Quando a visão coletiva se materializa no conteúdo, na programação" ¹⁵. A comunicação popular se justifica por esse movimento.

O comunicador também traz, na sua história, uma trajetória de luta junto aos movimentos sociais por uma comunicação popular, que começou com o rádio, passando, posteriormente, para o meio digital, por meio de site, que tinha a mesma ideia da produção coletiva, com a participação da comunidade.

Esse tipo de comunicação, para o comunicador perdeu força com o advento das ferramentas no ambiente digital, porque os movimentos não se renovaram e nem se apropriaram, de forma que a comunicação popular não se renovou. "Não é que acabou, mudou numa perspectiva individualista. Não reforça os movimentos, não reforça os grupos" ¹⁶, ou seja, a comunicação popular e o comunicador nessa perspectiva do coletivo perderam forças, e se fortaleceriam se tivesse um empoderamento dos novos meios.

Considerações

A Comunicação popular nasceu dos movimentos populares dos anos 1970 e 1980, da necessidade de visibilizar e fortalecer suas ações (PERUZZO, 2008). Dos espaços onde as pessoas se reúnem (PUNTEL, 1994). Apresenta-se como outra forma comunicacional alternativa à dos meios convencionais. O que a caracteriza é a forma como acontece, para

¹⁴ Ibidem

¹⁵ AGUIAR, Aguinaldo. **A Figura do Comunicador Popular**. Fortaleza, junho de 2016. Entrevista concedida a Rosa Nascimento.

¹⁶ Idem

quem acontece e o significado que se dá a ela (OLIVEIRA, 1994). Esse tipo de comunicação, segundo as pesquisadoras, apresenta-se como um meio alternativo e se configura a partir das necessidades de determinado público.

Partindo desse pressuposto, o Candeeiro, por ser um informativo que se propõe a dar visibilidade às experiências de atores distintos, na perspectiva de fortalecer as ações de convivência com o Semiárido, em contraposição ao modelo de comunicação convencional, que não dá espaço para as ações desse público, do qual discutimos aqui, que na sua maioria são agricultores e agricultoras, pode ser considerado de comunicação popular.

Pelas discussões levantadas, esse boletim pode fortalecer tanto as lutas do povo como também as instituições envolvidas nesse processo, porque ele faz parte de suas estratégias de comunicação, e Torquato (1986) e Bueno (2006) dizem que essas estratégias, como mediadoras de fatos e acontecimentos, que são considerados elementos necessários para a consolidação de metas e objetivos, pode fortalecer determinada organização junto aos seus públicos, tanto interno como externo.

É importante ressaltar que nessa perspectiva de comunicação ainda há fragilidades, uma delas está relacionada ao processo de mediação das experiências, que podem ou não sofrer alterações. No caso do Candeeiro, as experiências são sistematizadas a partir do olhar do comunicador, que a ASA chama de ponte mediadora. No entanto, a linguagem utilizada, a forma como acontece, para quem acontece, seu objetivo e significado lhe legitimam como comunicação popular. E é assim que as instituições da ASA o denominam.

Dessa perspectiva, configura-se o comunicador popular, compreendido por Leonardo Sampaio como uma pessoa que se identifica com as lutas populares. Alguém que pensa a transformação social por uma visão coletiva. Uma espécie de ponte entre o povo e a sociedade, segundo a ASA (2016) ¹⁷.

Assim, os atores distintos envolvidos nos processos de comunicação da ASA, e, sobretudo na construção do Candeeiro podem ser considerados de comunicador popular, porque trabalham na perspectiva de visibilizar as experiências do povo, a convivência com o Semiárido para a transformação social. No entanto, há uma diferenciação no modo de trabalhar dos comunicadores populares dos anos 1980 e 1990. Os daquela época estavam ligados mais diretamente à comunidade, eram da comunidade, os de hoje, são pessoas contratadas, de outros espaços, são, inclusive considerados pela ASA como mediadores, uma ponte entre agricultores e sociedade.

¹⁷ Ibidem

Contudo, pelo que apresentam as discussões dos pesquisadores, os processos de comunicação popular decorrem das experiências do povo, de suas necessidades em visibilizar suas ações e na perspectiva de transformação social. Dessa forma, os processos de comunicação da ASA, mesmo como forma mediadora pode ser considerada de comunicação popular.

REFERÊNCIAS

- BROCHARDT, V. S. **Comunicação Popular na Construção de Políticas de Acesso à Água no Semiárido: a Experiência da Asa**. Brasília: 09 de abril, 2013.
- FERREIRA, G.; VIDAL, Márcia, Nunes.; PERUZZO, C.; PAIVA, R. **Comunicação Comunitária e Mobilização Social**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008.
- LEOPARDI, M.T. **Metodologia da Pesquisa na Saúde**. Santa Maria: Palloti, 2001.
- MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa Social – Teoria, método e criatividade**. 30 ed.– Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.
- NASCIMENTO, R. C. da; CÂNDIDO, R. P. **O Candeeiro: Estratégia de Comunicação para Difusão da Agroecologia no Semiárido**. Juazeiro do Norte, 2010.
- OLIVEIRA, C. T. F. **Direito a palavra: comunicação, cultura e mediações políticas - a experiência das rádios comunitárias**. 1994. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 1994. UFC, Fortaleza, 1994.
- PERUZZO, C. M. K. **Revistando os Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária**. 2006.
- PUNTEL, J. T. **A Igreja e a democratização da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1994.
- SAMPAIO, Leonardo Furtado. **O Comunicador Popular**. Fortaleza, junho de 2016. Entrevista concedida a Rosa Nascimento.
- AGUIAR, Aguinaldo. **Comunicador Popular**. Fortaleza, junho de 2016. Entrevista concedida a Rosa Nascimento.
- MACEDO, Elka. **A figura do comunicador popular**. Recife, junho, 2016. Entrevista concedida a Rosa Nascimento.
- PERUZZO, C. M. K. **Revistando os Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária**. 2006.
- _____. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor**. (2008- prelo).
- TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial-comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. 5a ed. São Paulo: Summus, 1986.
- BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: Políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.