



Rede Jovem de Cidadania e a democratização da comunicação¹

Ana Maria Alves PEREIRA²
Janaina de Oliveira Nunes RIBEIRO³

Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

Resumo

Com a promoção do acesso público e das metodologias utilizadas no projeto Rede Jovem de Cidadania, da ONG Associação Imagem Comunitária, situada em Belo Horizonte – MG, acreditamos que é possível democratizar os meios de comunicação e promover a comunicação comunitária de forma efetivamente democrática. Este projeto tem em seu foco a produção de mídias comunitárias, principalmente vídeos, feita por jovens moradores de periferia.

Palavras-chave

Acesso público; juventude; cidadania; democratização; comunicação.

Introdução

No Brasil, como na maioria dos países da América Latina, o cenário dos meios de comunicação é marcado por uma mídia extremamente concentrada nas mãos de poucos e intimamente associada aos interesses de elites nacionais e estrangeiras. Atualmente, sete grupos (Civita, Marinho, Abravanel, Frias, Igreja Universal, Saad e Mesquita) controlam 80% de tudo o que é visto, ouvido e lido no país. Neste oligopólio, a Rede Globo, da família Marinho, sobressai-se com grande destaque, com mais da metade da audiência da TV aberta e 74% das verbas publicitárias. A TV é o meio de comunicação mais amplamente difundido no país, estando presente na maioria das casas.

Segundo o coletivo Brasil de Comunicação Social, Intervezes⁴, antes da Constituição de 1988, a outorga para a exploração do serviço de rádio e TV era feita a

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadaniado, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV-MG, email: amap08@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV-MG, email: ninaolinunes@yahoo.com.br

⁴ Vozes da Democracia: histórias da comunicação na redemocratização do Brasil. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo: Intervezes - Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2006.



partir da vontade exclusiva do Ministério das Comunicações, que indicava quem teria o direito de explorar as concessões públicas. A partir da aprovação da nova Constituição, a posterior aprovação do Congresso Nacional passou a ser necessária. Isso, em tese, deveria ter dado mais transparência ao processo. Até 1995, entretanto, a indicação do Executivo ao Congresso daqueles que deveriam ser os concessionários permanecia nas mãos do governo.

Esse procedimento só foi rompido com o decreto que estabeleceu o processo de licitação para a outorga das concessões. Pensamos que a comunicação comunitária pode ser legitimadora da democratização da comunicação, uma vez que, ela é capaz de dar voz aos “excluídos”, possibilitando uma efetiva democracia dentro dos meios de comunicação.

A juventude, com todos os seus anseios, tem papel fundamental neste contexto. Esta cobrança pela eficácia da juventude também é social e historicamente construída tendo em vista vários movimentos reivindicatórios e transformadores liderados por jovens, como a juventude francesa de 68, os “caras-pintadas” da década de 90 no Brasil, dentre outros. Daí, tiramos algumas indagações que norteiam nossa pesquisa: Como o jovem enxerga e é influenciado pelos meios de comunicação?

Este artigo tem como objetivo analisar os programas televisivos produzidos pela Associação Imagem Comunitária (AIC) através do projeto Rede Jovem de Cidadania (RJC). A intenção é descobrir se as metodologias de trabalho utilizadas pela AIC e se o processo de comunicação proposto pelo projeto podem ser considerados de cunho comunitários, promovendo efetivamente o acesso público. Paralelo a isso, pretende-se aplicar conceitos do universo da Comunicação Comunitária, com o objetivo de perceber o caminho de democratização da comunicação na atualidade.

Sabemos que os meios de comunicação, legitimados como quarto poder por diversos críticos e estudiosos, atraem vários pesquisadores para seu cerne. Uma parte significativa tem como análise as mídias alternativas enxergando nelas caminhos legais da cidadania e da democracia. A preocupação aqui é com o compromisso dos meios de comunicação de massa para com a população e seu dever de formação crítica e social. Entendemos a responsabilidade social atrelada à construção de uma sociedade mais justa. Observamos que a mídia, em vários momentos, além de disseminar notícias inadequadas se torna um instrumento de poder do modelo dominante. O capital faz com que os meios de comunicação se pautem pela vontade dos grupos hegemônicos.



Segundo o guia de vilas e favelas de Belo Horizonte, na cidade mais de 500 mil pessoas moram em vilas, favelas e conjuntos habitacionais de baixa renda. Isso representa um quarto da população total do município. Uma população que não se vê representada nos meios de comunicação da capital mineira, que insistem em retratar a periferia de maneira negativa, repetindo o discurso de que a periferia é um local perigoso, pesado, com vários pontos de tráfico, dentre outros.

Associação Imagem Comunitária e a Rede Jovem de Cidadania

A Associação Imagem Comunitária (AIC)⁵ – Grupo de Pesquisa e Experimentação em Mídias de Acesso Público – é uma ONG de Belo Horizonte, Minas Gerais, que atua na promoção do acesso público aos meios de comunicação. A AIC constrói espaços na mídia para que grupos marginais possam construir sua identidade no debate público, fomentando, assim, a construção da cidadania. Criada em 1993, a ONG realiza oficinas de comunicação para a cidadania (como ela própria conceitua) e fomenta a criação de meios de comunicação comunitários. Sua atuação abrange os mais diversos segmentos: usuários de serviços de saúde mental, população de rua, crianças que vivem em vilas e favelas, jovens envolvidos em projetos sociais e culturais, ONGs e grupos das nove regiões de BH.

A juventude de Belo Horizonte tem sido a principal parceira da AIC na realização de iniciativas pela democratização da mídia. É junto aos jovens que a Associação promove diversos projetos, entre eles a Rede Jovem de Cidadania, uma rede de mídias que atinge várias cidades do Estado de Minas Gerais, e o Juventude de Atitude – séries de documentários sobre os movimentos culturais juvenis de cidades do interior, das periferias e da região metropolitana de Belo Horizonte.

Ao longo da história da AIC, percebe-se inúmeros projetos com os grupos “marginais” de Belo Horizonte a começar no ano de 1993, com a criação da TV Sala de Espera – TV comunitária realizada nos centros de saúde públicos da região nordeste da BH em parceria com a Prefeitura e a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Em seguida, a ONG criou a TV Sala de Aula – projeto desenvolvido junto a turmas do centro pedagógico da UFMG, que consistia em oficinas de expressão em TV e resultou na criação de um jornal mural e diversos programas videográficos.

Entre 1998 e 2000, grupos comunitários da capital receberam capacitação e desenvolveram programas televisivos de educação sanitária chamados de “Saúde,

⁵ Para saber mais acesse: <http://www.aic.org.br>



Gente!”. Entre os anos de 1998 e 1999, a ONG junto à Secretaria de Estado da Cultura promoveu 17 cursos profissionalizantes para jovens e adultos. “Se ame em close - apenas um olhar” foi o nome dado às oficinas de vídeo para a produção de documentários a partir de pesquisa sobre as manifestações culturais locais, envolvendo dezenas de adolescentes que atuam em projetos de mobilização comunitária e cultural no bairro Alto Vera Cruz (BH). Oficinas Experimentais de Rádio e TV foram iniciativas com foco na experimentação artística e na expressão comunitária, realizadas de 1998 a 2000, junto a crianças e adolescentes do Barreiro, da Vila do Cafezal e do Bairro São Paulo; e ainda junto a usuários de serviços de saúde mental de BH.

No ano de 2001, a ONG produziu oficinas de rádio e TV, sempre com o foco comunitário para jovens, adolescentes, usuários de serviço de saúde mental, população de rua e crianças. Em meio a este turbilhão de atividades, em outubro de 2002, foi criada a Rede Jovem de Cidadania. Programas de TV e rádio, peças gráficas, jornal impresso, publicações on-line e agência de notícias começavam a ser produzidos por jovens de nove regiões de Belo Horizonte.

Em 2003, foi realizada a Mostra de Arte e Loucura chamada Parabólica Cultural. Esta mostra de produções multimídia e em artes plásticas tinha como atores portadores de sofrimento psíquico. Em 2004, entrou no ar o projeto Cuco (Juventude, Cultura e Comunicação), a fim de formar agentes juvenis para a promoção do desenvolvimento comunitário com a utilização de ferramentas de comunicação. Já em 2005, teve início a produção de campanhas de divulgação dos Direitos Humanos com criação de peças para TV, rádio, site e CD-Rom chamado “Juventude e Direitos Humanos”. No mesmo ano, por meio de uma iniciativa envolvendo jovens cegos do Instituto São Rafael (BH) foi criada a Rádio Sanfa.

Em 2006, aconteceu o Juventude de Atitude séries de documentários produzidos pelos próprios grupos, sobre movimentos culturais juvenis das periferias de Belo Horizonte. O Juventude do Jequitinhonha foi a implantação de um núcleo de produção audiovisual comunitária voltado aos jovens daquela região. A AIC passou a prestar uma assessoria social, que consiste em dar apoio em comunicação integrada e gestão social a projetos comunitários parceiros, especialmente grupos que realizam ações de comunicação para a cidadania, como o Comupra (Conselho Comunitário Unidos pelo Ribeiro de Abreu) e o Gridcom (Grupo de Inclusão da Pessoa com Deficiência à Comunicação) – este último nascido da experiência da Rádio Sanfa.



Hoje a AIC atua com outros vários projetos e caminha para o oitavo ano da Rede Jovem de Cidadania (RJC), objeto de estudo do presente trabalho.

Caminhando no sentido de tornar a proposta de acesso público à mídia cada vez mais efetiva, a RJC se consolida como uma rede de comunicação comunitária produzida e gerida pelos jovens que tradicionalmente estão *na periferia* dos espaços públicos, entre eles o espaço da mídia. Acreditamos que o projeto está conseguindo criar *brechas* para a superação da tradicional exclusão e invisibilidade simbólica enfrentada pelo jovem de baixa renda em relação à mídia. (LIMA, 2006 p. 34)

Neste depoimento percebemos qual é a linha que a RJC trabalha, permitindo aos jovens da periferia de Belo Horizonte, muitas vezes considerados como marginalizados, o acesso a um espaço público de comunicação, através da produção de produtor midiáticos de forma alternativa.

A Rede Jovem de Cidadania

A Rede Jovem de Cidadania (RJC) é uma rede de mídias que divulga iniciativas e favorece o intercâmbio entre atores coletivos que lutam para promover a cultura e a cidadania juvenis. Criado em 2002, o projeto atua com o patrocínio de algumas empresas ou através da prestação de serviços que a ONG realiza para os demais setores da sociedade, trabalhando na perspectiva da educação midiática e da formação integral dos sujeitos. A proposta é potencializar o protagonismo e promover o acesso dos adolescentes e jovens aos meios de comunicação, de maneira a fortalecer e ampliar as redes de solidariedade já existentes na cidade.

Nos anos de desenvolvimento da rede já foram produzidos um programa de rádio, que era transmitido por emissoras comunitárias e educativas da Região Metropolitana de Belo Horizonte; um jornal impresso, distribuído nas escolas públicas da cidade atingindo a tiragem de 30 mil exemplares; um site (www.aic.org.br/rede) em funcionamento; um webzine (www.aic.org.br/rede/webzine) não mais atualizado; uma agência de notícias, cujos boletins informativos eram enviados semanalmente aos veículos de comunicação regionais e nacionais e a instituições do Terceiro Setor; e um programa de TV, em pleno vapor veiculado todos os sábados, às 18h, na Rede Minas de Televisão.⁶

Partindo do contexto sociocultural vivenciado pelo segmento juvenil da população de Belo Horizonte e do atual debate em torno dos direitos e das políticas públicas de juventude no Brasil, é cada vez mais evidenciada a necessidade de criação de espaços de participação efetiva de jovens nas mais diversas instâncias públicas. Nesse sentido, a democratização dos meios de

⁶ Emissora educativa de sinal aberto, de abrangência em todo o estado de Minas Gerais.



comunicação representa uma importante dimensão desse exercício participativo. (Equipe AIC)⁷

No ano de 2002, a AIC realizando uma série de encontros com mais de 100 grupos e instituições ligados à juventude, e com as quais já mantinha algum contato desde 1993, dá início ao projeto RJC. As entidades e os grupos indicaram jovens para atuarem como correspondentes – agentes multiplicadores que construiriam a rede de comunicação comunitária nas nove regiões da cidade. Estes jovens já possuíam alguma atuação em iniciativas artísticas, culturais e cidadãs. Assim, 54 jovens dão início no ano de 2003 às atividades como correspondentes. Eles participam de um programa continuado de formação e criação em mídia comunitária e realizam as produções das diversas mídias da RJC junto às comunidades de suas regiões.

Além disso, o projeto passa a marcar presença no debate local e nacional em torno das políticas públicas de juventude. Os correspondentes da RJC, no segundo ano de desenvolvimento do projeto (2004), passaram a propor atividades complementares às oficinas de comunicação comunitária. Desenvolvendo, assim, propostas de atividades formativas planejadas e finalizadas por eles mesmos.

Em 2005, foi criada uma série piloto de programas de rádio e TV que contaram com a participação de lideranças de coletivos jovens. Nesse mesmo sentido, a AIC promoveu também o “Seminário de Comunicação dos Movimentos Juvenis da Grande BH”, que contou com cerca de 80 jovens de diversos grupos. O objetivo foi realizar um diagnóstico participativo capaz de apontar diretrizes para a ampliação da presença dos movimentos da juventude na Rede.

Como resultado de todo este processo, o ano de 2006 começou com a implantação da proposta de participação direta dos movimentos associados à rede, o que levou a uma ampliação no leque de atores envolvidos. A RJC busca criar, a partir da construção de um espaço midiático inclusivo, oportunidades de participação e expressão da juventude.

Os jovens e a produção

Segundo Zaneti (2001), a juventude é o período que compreende dos 16 aos 25 anos de idade. Aqui no Brasil, os jovens representam 20 % da população, ou seja, aproximadamente 34 milhões de pessoas. Para definir este conceito ele utiliza critérios como a “evolução fisiológica, comportamentos ditados pela cultura (sexo, casamento,

⁷ Retirado do site <http://www.aic.org.br/rede> acesso em novembro de 2009



etc), os estudos, o trabalho, a evolução dos meios de comunicação, os direitos de participação política, a maioria legal e a responsabilidade civil e criminal” (ZANETI, 2001, p.28)

A partir dos 16 anos os jovens podem votar, podem se inscrever para a filiação em partido político, podem incluir-se nas Forças Armadas em caso de guerra, etc. Aos 25 anos o jovem, no geral, já concluiu seus estudos de formação, tem condição em obter um emprego com profissão mais definida e mesmo de casar e/ou constituir família. Pode, portanto, constituir-se em um cidadão autônomo. (ZANETI, 2001, p. 28)

No dicionário de Silveira Bueno (1986), juventude significa: “mocidade, adolescência, moçada”. É a fase da existência humana mais bonita mais aberta no sentido de que tudo é aprendizagem e desenvolvimento. É a fase em que todo nosso sistema físico, mental e social está receptivo a tudo de construtivo que possamos realizar.

Hermes Zaneti (2001) no livro “Juventude e Revolução” afirma que além das questões políticas de como se organizar para conviver, a juventude possui um grande desafio adicional, que é o de mudar a relação entre o homem e a Natureza para possibilitar a sobrevivência da humanidade na Terra.

Helena Abramo (2005) descreve quatro “tormentas” que acompanham a juventude à saber: Juventude homogênea, ator estratégico do desenvolvimento, etapa problemática da vida e juventude política-cidadã. Ao descrever as tormentas que a juventude é identificada, chega-se à conclusão de que esta etapa da vida caminha sobre muita cobrança. A juventude, mesmo sendo identificada como homogênea, é completamente diversa com vários grupos culturais e as chamadas “tribos” vivendo em pequenos, médios e grandes centros urbanos. Estes jovens ainda são cobrados como fator estratégico para o desenvolvimento; daí a necessidade de formação, seja acadêmica, técnica, pessoal, dentre outros, para que possam se inserir no mercado de trabalho. A juventude tem sido protagonista desta etapa de decisões da vida e, em vários momentos, podemos vê-la atuando politicamente e estimulando a formação cidadã.

Os jovens manifestam, com mais intensidade e variedade que outras gerações, as mudanças culturais, e é mais no plano da cultura do que no da política ou da economia que se evidenciam as novas modalidades que assume a juventude atual. Sensíveis às novas tecnologias e ao predomínio da imagem, os jovens encontram aí um âmbito propício para capturar e expressar a variedade cultural do nosso tempo e orientar – mais no plano dos signos do que num de ação sobre o mundo – seu apetite de identidade. (MARGULIS, 1996 p.10)

Hoje verificamos diversas modalidades nas quais vêm se apresentando a condição de jovem e a heterogeneidade social em que esta classe se encontra. Existem



na mídia canais especializados para o público jovem. Estudos de recepção já identificaram qual é o horário mais adequado para colocar um programa na TV, rádio e internet para este público. Revistas também tendenciam sua informação aos grupos juvenis. Espaços urbanos como shoppings, parques, cinemas e praças detêm uma enorme concentração destes grupos.

Metodologias da AIC

Paulo Freire (1996) afirma que “transformar a experiência educativa em puro treinamento técnico é amesquinhar o que há de fundamentalmente humano no exercício educativo: seu caráter formador”. Acreditamos na educação emancipadora e que contribui para a formação do sujeito seja ao ler um livro, assistir TV, acessar internet ou escutar um rádio. Segundo Rafaela Lima (2006) “para se apropriar das mídias e criar produções inovadoras, os jovens integrantes da RJC participam de um amplo processo de formação” (LIMA, 2006, p.8). É precisamente aí que se encontra um dos diferenciais da RJC em relação a outros projetos que trabalham com comunicação e educação. Os educadores da RJC pensam em maneiras diferenciadas de levar os meios de comunicação aos jovens e possibilitar o acesso a esses meios de maneira democrática.

Percebendo melhor os processos de produção simbólicos metodologicamente, como foi feito torna-se porque foi feito assim. O foco aqui não é no produto e sim na construção da mensagem através dos elementos da linguagem audiovisual. A Experienciação é mais válida do que propostas endurecidas, como por exemplo, filmagens, ângulos, recursos diversos, entre outros. Durante os dezessete anos de vida da AIC, percebe-se que a mesma procura desenvolver sempre metodologias alternativas de capacitação dos grupos parceiros para utilização e apropriação dos meios de comunicação. “Entendemos que, na atualidade, tal apropriação é fundamental para promover o crescimento da participação popular e a ocupação de espaços públicos de expressão” (Equipe AIC⁸).

Um dos objetivos norteadores das oficinas e dos projetos desenvolvidos com as comunidades é proporcionar capacitação e fortalecimento para que estes grupos possam continuar os seus projetos com autonomia.

Acreditamos na importância de se construir pontes entre comunidades, grupos, técnicos e pesquisadores. A partir da riqueza das práticas e experimentações do dia-

⁸ Retirado do site <http://www.aic.org.br/rede> acesso em novembro de 2009



a-dia, temos procurado promover espaços de construção coletiva de metodologias, unindo conhecimentos acadêmicos e outros saberes. (Site AIC, 2009)

Por isso, no livro que descreve alguns desses processos metodológicos, percebemos a união da ONG com escritores, artistas plásticos, historiadores, comunicadores, educadores e inúmeras outras profissões que no fim se complementam para a criação das metodologias. Destacamos aqui os conceitos percorridos por estes profissionais como Jogos, Experimentação lúdica, Proposição e Mídia Processo.

A AIC procura capacitar pessoas para a apropriação e utilização dos meios de comunicação:

Entendemos que, na atualidade, tal apropriação é fundamental para promover o crescimento da participação popular e a ocupação de espaços públicos de expressão. Nas oficinas e projetos que realizamos, procuramos tecer parcerias com comunidades diversificadas. Estas parcerias têm como princípio norteador a motivação de proporcionar aos grupos capacitação e fortalecimento para que possam continuar crescendo e desenvolvendo seus próprios projetos com autonomia. (LIMA, 2006, site AIC).

O desafio que a AIC enfrenta é o de construir junto aos participantes um pensamento midiático. Objetiva-se, no desenvolvimento da metodologia, que se respeite e estimule a criatividade de cada pessoa, na construção coletiva e dialógica do conhecimento, valorizando o saber do outro, a experimentação e o lúdico, estimulando a autonomia, contribuindo na construção do sujeito e de sua participação ativa nos processos cotidianos de transformação da sociedade.

Esta metodologia possui ainda premícias básicas, como a apropriação dos recursos midiáticos, a produção de mídias e a gestão coletiva. A técnica é entendida como um conjunto de possibilidades de usos dos instrumentos em função do pensamento. O primeiro passo é experimentar a linguagem através da desmistificação da técnica. Isso é feito com a utilização de “jogos midiáticos”. Este processo inicialmente é lento pois, segundo os coordenadores da RJC, as referências dos participantes vêm de produções dos meios de comunicação de massa.

Foram realizadas, no mês de maio de 2010 na cidade de Belo Horizonte, como parte da pesquisa, entrevistas in loco com Aléxia Melo, coordenadora do projeto da Rede Jovem de Cidadania, Michel Brasil, articulador da RJC, Thiago Vetromile, articulador da RJC e Giovânia do Carmo, mobilizadora da rede, esta última participou como jovem dos ciclos formativos.

Sobre Jogos midiáticos, em entrevista, Melo (2010) ressalta que tal termo não está sendo mais utilizado dentro da RJC em virtude da deturpação que a sociedade



dá ao conceito jogo. Muitas vezes, este aparece na pedagogia em função de algum ensinamento que se queira passar de forma lúdica. Para não criar manuais midiáticos e partindo da certeza que não é dessa maneira que se produz comunicação comunitária, criou-se a proposta de buscar em outras áreas a solução, mais precisamente na proposição da artista plástica Lygia Clark⁹ e no conceito de jogo ideal de Deleuze¹⁰.

Quando a gente fala de proposição, então eu proponho algo fica muito mais aberto dentro dessa linha de experimentação e de invenção que é muito mais a nossa onda do que um jogo específico. Porque a gente tem medo de virar uma fórmula. (...) A gente quer que um educador de audiovisual, por exemplo, que tá trabalhando com comunicação, que ele seja propositor, ele seja propositivo. Não é aquele que pega uma fórmula e aplica, mas que ele tem que pensar. Então, ele precisa saber produzir. Isso amplia um pouco mais o conceito do que é jogo. (MELO, 2010, entrevista)¹¹

Desta forma entendemos que “todo o jogo é uma proposição, mas nem sempre uma proposição é um jogo” (Melo, 2010). Através de objetos interativos, as pessoas podem transformar aquilo que o propositor propõe. Não existem regras prévias, elas são construídas em conjunto.

(...) eu posso interferir em uma regra, posso! Posso propor algo, por que é uma proposição, a gente tá interagindo. Eu sou participante, quem propõe também participa. Então casa mais este conceito. Jogo é a proposição de interação, a técnica, ela aparece, mas é uma metodologia que é muito mais complexa do que simplesmente agora regra, um vamos fazer. (MELO, 2010, entrevista)¹²

Michel Brasil (2010)¹³ aponta, em entrevista, as vantagens da proposição dentro da metodologia desenvolvida pela RJC afirmando que é está proposta desmistificação a técnica, uma maneira diferente de ensinar e que aproxima as pessoas uma vez que se trabalha com elementos lúdicos.

Serve tanto pra você resolver a questão da didática, quanto também pra você pensar em um modo de produzir. Tanto na hora de fazer o vídeo quanto na maneira que você pode fazer. Então, você pode pensar em uma proposta que você vai jogar para as pessoas e nisso vai resultar o vídeo, é bastante útil neste sentido. E duplamente, quem tem que planejar por exemplo não te

⁹ Lígia Clark: pintora, escultora, auto-intitulou-se não-artista, teve intensa atuação do final dos anos 1940 até a década de 1980. Clark apresenta em suas obras proposições sensoriais, enfatizando a efemeridade do ato como única realidade existencial. Como professora, propõe exercícios de sensibilização, buscando a expressão gestual de conteúdos reprimidos e a liberação da imaginação criativa.

¹⁰ Gilles Deleuze (1925-1995), filósofo francês, estudioso de Kant vinculado aos denominados movimentos pós-estruturalistas, categorizações que o próprio Deleuze questionava pelo que trazem, ainda, da visão e luta pelo idêntico. Suas teorias acerca da diferença e da singularidade nos desafiam a pensar em temas como rizoma, ontologia da experiência, a teoria do que fazemos, a virtualidade e a atualidade. Retirado em <http://www.ricesu.com.br/colabora/n8/homenagem/index.htm>

¹¹ MELO, 2010 - Entrevista

¹² MELO, 2010 – Entrevista.

¹³ BRASIL, 2010 – Entrevista.



prende. Na verdade, ela te deixa mais solto e te agrega a algum caminho. (BRASIL, 2010, entrevista)¹⁴

Em entrevista realizada com a mobilizadora do RJC, Giovânia do Carmo aponta que deixar o ensino formal para aderir à proposição foi difícil, mas, hoje, nos ciclos formativos em que ela participa já não é mais assim.

(...) eu sai desse processo de só receber. Foi difícil. Eu era muito extrovertida mas de falar em público de olhar pras pessoas, “será que eles vão ouvir o que eu tenho a dizer?”. Mas daí, eu não me importei mais, e me coloco e tento argumentar pra ver se minha opinião vai ser aceita. Aí eu comecei a ter que ter sensibilidade. O tempo inteiro você tem que acreditar em outras pessoas, aquilo começa a fazer parte da sua vida. (CARMO, 2010, entrevista)¹⁵

O elemento lúdico é fundamental na relação humana e não se limita a uma função social ou pedagógica simplesmente, é vivência e fruição. Segundo Lima “a ludicidade se constitui por uma atmosfera de total liberdade e autonomia, e surge do desejo de brincar” (LIMA, 2006, p.49).

Viola Spolin¹⁶ trabalha com o conceito de experientiação, em que o ato do “jogo” se caracteriza pelo envolvimento total e orgânico do sujeito. Aqui, surge a originalidade da espontaneidade e do potencial expressivo que a experientiação carrega.

Nas proposições feitas nos jogos midiáticos a equipe e os participantes da RJC, a partir deste desafio, procuram solucionar os possíveis problemas, criar conceitos, estipular regras coletivamente. Lima afirma a preocupação existente com metodologias dentro do trabalho desenvolvido pelo projeto.

A preocupação com a metodologia de trabalho tem sido uma característica predominante do grupo, resultado do zelo para com os atores sociais com quem trabalhamos e que, consideramos, devem ser respeitados em suas diferenças sem condescendência nem paternalismo. (LIMA, 2006 p. 36.)

A mídia processo acontece à medida que o produto vai sendo criado, desde sua concepção ideológica, até o trabalho de produzir, filmar, planejar, editar e por fim veicular. É através da experimentação coletiva que se constrói mídia processo. “É baseada numa proposta de educação participativa, que objetiva a construção coletiva do conhecimento através do envolvimento prático dos sujeitos no processo de aprendizado” (LIMA, 2006, p.40). Nesta abordagem, as partes não possuem maior ou menor importância. Segundo Lima (2006), esta é a forma pelo qual os jovens

¹⁴ BRASIL, 2010 – Entrevista.

¹⁵ CARMO, 2010 - Entrevista

¹⁶ Viola Spolin: desenvolveu sua pesquisa entre grupos de teatro improvisacional, na década de 1960. Buscava uma renovação na linguagem teatral através da reflexão acerca do processo de criação. A técnica era aprendida durante workshops que exploravam novas formas de comunicação, jogos teatrais em que todos, não apenas os “talentos natos”, eram levados a improvisar. (LIMA, 2006, p.48)



experimentam, apropriam-se e dão expressão aos seus sentimentos e idéias através da linguagem do audiovisual.

Ao experimentar, eles não apenas compreendem o funcionamento da mídia, como redimensionam seu olhar sobre ela. Todo o esforço é o de superar a tradicional pouco reflexiva crítica aos meios – marcada ora por um discurso da manipulação, ora pelo da fascinação absoluta – e possibilitar que o participante, ao vivenciar os processos de produção midiáticos, perceba-os numa perspectiva crítica e problematizadora. (...) Assim o campo da comunicação comunitária é entendido como um espaço formativo: o grupo envolvido precisa apropriar-se das tecnologias e definir o que mostrar/dizer e como fazê-lo. Além disso, vai criando espaços para refletir e trabalhar coletivamente questões culturais e cotidianas. (LIMA, 2006, p. 40)

O fazer coletivamente caminha em todo o processo da RJC, este é um conceito chave no que tange também a vertente comunitária do projeto.

Um outro aspecto importante e inseparável desse processo de formação são as relações que os jovens, a partir da mídia, estabelecem com suas comunidades, com a cidade e com a sociedade em geral. É a partir desse ponto que a rede de comunicação comunitária começa a operar conexões com uma realidade em constante transformação. (LIMA, 2006, p. 9)

Para a AIC, “fazer comunicação comunitária significa construir um mosaico de opiniões, idéias, uma colcha de retalhos, que, por ser tão diversa em sua estrutura, é única em sua forma. Buscar a cooperação e a articulação de grupos é, acima de tudo, procurar a participação efetiva de todos” (LIMA, 2006, p.57)

Considerações Finais

As lutas pela democratização da Comunicação surgiram no Brasil no final dos anos 1970. Em 1991, é criado o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), entidade que luta para a construção da democracia, através dos meios de comunicação, pela cidadania e pela nacionalidade do país. Acreditamos que a Democracia é a institucionalização da liberdade. Uma de suas principais funções é proteger os direitos humanos fundamentais como liberdade de expressão e de informação. Ela advem do conceito de poder do povo. Acreditamos que para democratizar os meios de comunicação, a participação e o acesso aos meios são ferramentas-chave nesse desenvolvimento.

Entendemos que o direito de comunicar é o direito que todo indivíduo, coletividade ou estado tem ao acesso aos meios, à produção, à distribuição e à recepção de conteúdos comunicativos de qualquer natureza. Partimos da hipótese de que a comunicação comunitária é capaz de fomentar o exercício da cidadania por se



desenvolver a partir da participação de várias pessoas com interesses em comum, deve existir, portanto, o direito de comunicar.

Confirmamos esta afirmação através da análise do projeto do RJC. Observamos que as pautas são mais democráticas e a construção das mensagens é feita de maneira coletiva, os assuntos tratados são mais próximos à comunidade, de forma que a própria comunidade é levada a pensar sobre as circunstâncias em que vive. Há, portanto, o empoderamento e a responsabilidade por parte dos atores daquele ambiente. Esses agentes acabam por prestar serviços à comunidade através de divulgação, informes e campanhas que são colocadas nestes veículos. Todo o processo é abordado de maneira democrática.

Acreditamos que a mídia comunitária através de suas ferramentas participativas cria perspectivas para a conceituação e transformação que a comunidade deseja de si mesma. A juventude da periferia, com imenso acúmulo político-artístico-humano-cultural, deseja se apropriar cada vez mais dos meios de comunicação e divulgar a sua versão da história, em virtude da crescente caricatura que se cria sobre a realidade desses locais marginalizados.

Durante os sete anos de existência do projeto Rede Jovem de Cidadania, percebemos que esta ação colhe inúmeros frutos e, a medida que novas metodologias vão sendo incorporadas ao projeto, percebemos que ele caminha sobre os mesmo objetivos: tornar efetivamente o acesso público possível, pautado pela formação cidadã. Cidadania esta que, além dos direitos civis, sociais e políticos, ainda possibilita a efetivação destes direitos sem assistencialismo. Com bases nas análises e entrevistas realizadas para este estudo, podemos afirmar que a comunicação desenvolvida pela RJC é efetivamente democrática.

Outras formas artísticas são incluídas no audiovisual, a convergência tecnológica envolvida no fazer midiático e comunicacional podem ser utilizadas desde uma câmera recém-lançada no mercado a um simples celular que produz filmes ou fotos. A apropriação dos recursos audiovisuais nos fala muito mais do que apenas a união de imagens e sons.

As escolhas dos temas surgem da comunidade tornando o processo mais orgânico, legítimo e pautado de forma coletiva. A mobilizadora Giovânia do Carmo fala que as temáticas podem surgir de diversas maneiras, seja do desejo que cada jovem possui, seja o cotidiano dos grupos, a premissa é que estes assuntos surjam de proposições coletivas.



A ação promovida pelo projeto RJC pode ser definida como comunicação comunitária efetivamente pois ela promove um intercâmbio de informações, é gerida de forma coletiva o que a torna democrática e aborda temas locais com recortes diferentes dos veiculados na grande mídia. Sobre o espaço cedido ao grupo para veiculação das produções audiovisuais na Rede Minas de Televisão, Michel Brasil acredita que ainda é um ruído comparado com o volume de produção dos meios de comunicação de massa, mas ressalta que o caráter inventivo e questionador do projeto continua e que a tendência é crescer a cada ano.

Dentro da RJC existe dificuldade de sustentabilidade do projeto, uma vez que o mesmo sobrevive de editais e/ou patrocínios. Esta dificuldade impossibilita a continuidade do projeto com todos os jovens. Estas iniciativas dizem respeito ao pensamento crítico que deve existir para que possamos pensar globalmente. Partilhamos da idéia de agir localmente, pois acreditamos na reverberação social que tais práticas podem desencadear. No entanto evidenciamos aqui a questão das diretrizes do poder, uma vez que as autoridades governamentais têm papel fundamental dentro do discurso de redemocratização da comunicação no país.

Sobre o acesso público, acreditamos que esta é uma, mas não a única forma de iniciativa para a democratização dos meios de comunicação. Este artigo, não termina com as nossas inquietações e perspectivas de sociedade mais justa e igualitária de fato, onde o quarto poder pode vir a se transformar no poder do povo e em cidadania plena, não apenas conceitual.

Referências

ABRAMO, Helena Wende. **O uso das noções de adolescência e juventude no contexto brasileiro**. São Paulo – SP, Ed. Ação educativa, 2005

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

DELIBERADOR, L.M.Y.; LOPES, Mariana Ferreira. **A comunicação comunitária na contramão da cidadania: o caso da Rádio São Francisco FM**. In: X Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação Na Região Sul – Intercom/Sul, 2009, Blumenau. Disponível em <
<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-0928-1.pdf>>. Acessado em maio de 2010.



FERREIRA, Gisele S.N. **Rádios Comunitárias e poder local**: estudo de caso de emissoras legalizadas da região noroeste do estado de São Paulo. São Paulo, 2006. Dissertação de Mestrado em Jornalismo. Programa de Pós-Graduação da Universidade de São Paulo (PPG/USP).

CONCESSÕES de Rádio e TV: Onde a democracia não chegou. 2007 Disponível em < http://www.intervozes.org.br/publicacoes/revistas-cartilhas-e-manuais/revista_concessoes_web.pdf/view > acesso em outubro de 2009.

LIMA, Rafaela et al. **Educação e cidadania na experiência do TV Sala de Espera**: propostas de uso interativo do vídeo e alfabetização audiovisual. Disponível em <http://www.aic.org.br/metodologia/texto_equipe_tvse_sobre_educacao_midiatica.pdf>. Acessado em maio de 2010.

MANZINI-COVRE, Maria de Lourdes. **O que é cidadania?** São Paulo: Brasiliense.1991.

MARTINEZ, André. **Democracia Audivisual**: uma proposta de articulação regional para o desenvolvimento. São Paulo: Escrituras Editora / Instituto Pensarte, 2005.

PERUZZO. Cicilia M. K. **Comunicação nos movimentos populares**. A participação na construção da cidadania. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

ZANETI, Hermes. **Juventude e Revolução** - Uma investigação sobre a atitude revolucionária juvenil no Brasil. Brasília: Edunb, 2001.