

COMUNICAR PARA TRANSFORMAR

■ **Cicilia M. Krohling Peruzzo**



Os meios de comunicação – em sentido amplo, a comunicação – se interconectam com todos os processos que movem a vida em sociedade. Como tal, eles se atrelam a diferentes propósitos, tanto os que contribuem para a emancipação humana quanto aqueles que se empenham em manter visões, valores culturais e práticas favoráveis aos interesses das classes que detém o poder econômico e político. Embora contribuam para o fluxo de informação, o entretenimento e a difusão de conhecimento, os grandes meios de comunicação, como o rádio, a televisão, os jornais e seus portais da internet, não atendem às necessidades comunicativas de todos os setores da sociedade. Sendo assim, para poderem se comunicar, segundo seus propósitos e necessidades, os segmentos organizados da sociedade civil já descobriram que precisam criar e desenvolver seus próprios modos e canais de comunicação.

A comunicação como parte de uma estratégia de transformação social é algo que se constrói paulatinamente e conforme as circunstâncias e necessidades de cada organização popular ou movimento social no seu tempo e no lugar em que se situa. É preciso considerar também o grau de clareza quanto a esses contextos, bem como a capacidade de lidar com os meios de comunicação.

Com o tema *Comunicar para transformar*, esta edição da *Revista Agriculturas* tem a intenção de gerar reflexão e oferecer subsídios sobre a importância, as possibilidades e as estratégias da comunicação popular e comunitária, considerando a sua contribuição nas práticas voltadas à conscientização e à ação de agricultores e agriculturas na promoção da Agroecologia.

Como mostra a entrevista de Victor M. Toledo (pág. 42), a Agroecologia é complexa. Ela é, ao mesmo tempo, uma ciência – gerando e tendo como base o conhecimento científico –, uma prática social inovadora – que articula o conhecimento

tradicional dos agricultores e o dos especialistas – e um movimento social – pois forma e se constitui em redes colaborativas reunindo diferentes atores.

Em última instância, a Agroecologia requer uma *descolonização* do saber e das práticas agrícolas, atualmente fundadas nos pressupostos de um padrão de desenvolvimento alicerçado na monocultura, na mecanização e na química agrícola que se revelou predador do meio ambiente e gerador de relações sociais de produção desiguais no campo, além de ser nocivo à saúde pública. No entanto, a Agroecologia não apenas desconstrói, mas constitui um outro tipo de saber, que respeita a agricultura familiar e é voltado à sustentabilidade e à convivência sadia com a natureza. São incontáveis as experiências na agricultura familiar e nos assentamentos rurais – que desenvolvem novas práticas, novos conhecimentos e novos modos de produção agrícola, testemunhando efetivas possibilidades de um desenvolvimento integral e agroecológico. Nesta publicação, trazemos apenas uma pequena amostra desse movimento.

Como mostra Félix Guattari, a Ecologia, em sua acepção ampla, apresenta três pilares: o meio ambiente, as relações sociais e a subjetividade humana. Ao identificar e reconhecer o estado em que se encontra cada uma dessas dimensões, é possível rever as concepções da relação das pessoas com o meio ambiente fundadas no padrão expropriativo tradicional, contestar as desigualdades entre produtores e detentores do capital, mexer com a subjetividade humana, na vida em sociedade, assim como agir para transformar a realidade. A mudança de mentalidade, portanto, não diz respeito apenas à relação com a terra, mas também a fatores que intervêm nas relações entre as pessoas. No contexto das práticas agroecológicas, por exemplo, na região da Borborema, na Paraíba, é comum o questionamento das formas individualistas na lida com os problemas do campo e a instituição de modos colaborativos de organização e cooperação comunitárias, como é o caso do Fundo Solidário para a construção de cisternas, para a implantação de hortas caseiras e para a criação de animais. Enfim, trata-se de uma práxis voltada ao convívio saudável e duradouro entre os agentes locais e destes com a natureza, o que contribui para gerar um processo que questiona e, ao mesmo tempo, transforma visões, valores, saberes e práticas, proporcionando a geração de novos conhecimentos e modos de vida.

A comunicação popular, comunitária e alternativa tem um potencial ímpar de ajudar nesse processo, mais precisamente na efetivação dos objetivos, metas e estratégias das organizações de base popular, sindical, associativa e dos movimentos sociais. Tal potencialidade ocorre, em primeiro lugar, porque ela é protagonizada por esses atores como algo deles mesmos, feito por eles e para eles e/ou por aliados organicamente ligados a seus propósitos. Portanto, é capaz de refletir suas próprias necessidades, anseios e visão de mundo. Segundo, porque essa outra comunicação se realiza de forma articulada às atividades e estratégias mais amplas de ação social delineadas e executadas numa dinâmica construtiva de alternativas frente às condições desfavoráveis ao pleno desenvolvimento social integral e comunitário.

No contexto rural, a práxis comunicacional se articula às atividades de organizações populares associativas voltadas à produção, à comercialização e ao consumo de produtos agrícolas sem agrotóxicos e com base no uso sustentável da terra e das riquezas naturais, em contraponto, portanto, às práticas defendidas pelo agronegócio segundo os parâmetros do desenvolvimentismo. Aspectos dessa comunicação estão contidos explicitamente (ou nas entrelinhas) nos artigos que compõem esta edição.

Quando se fala sobre comunicação popular e comunitária, é comum percebê-la apenas em sua dimensão mais evidente, ou seja, a partir dos meios – ou canais – de

comunicação que lhe dão mais *visibilidade* (focados na apresentação institucional) e *materialidade* (por meio da difusão de conteúdos sobre suas propostas e ações concretas, além de materiais informativos). No entanto, tão ou mais importantes são os meios através dos quais as organizações e movimentos populares se expressam para a difusão de mensagens e aqueles utilizados, como é comum dizer, como instrumentos de conscientização e para a mobilização. Nesse sentido, a comunicação se mescla às atividades de formação, organização e ação e são direcionadas a seus públicos principais, ou seja, os destinatários prioritários de suas estratégias de atuação institucional.

Além disso, para fazer valer suas estratégias tanto de difusão de suas reivindicações e visão de mundo na sociedade quanto de mobilização e trabalho de base, as organizações têm recorrido cada vez mais ao emprego de tecnologias (vídeo, rádio, televisão, jornal, blogs, sites, whatsapp, mídias e redes sociais online, etc.). Ao incorporar essas mídias, a comunicação popular e comunitária acaba se constituindo num processo facilitador da realização de outros processos, como os de conscientização-organização-ação de segmentos das classes subalternizadas.

A experiência brasileira de comunicação popular e comunitária, portanto,



**COMUNICAR PARA TRANSFORMAR QUER DIZER
APROPRIAR-SE DE MEIOS E FORMAS DE COMUNICAÇÃO
PARA FAZER VALER OS DIREITOS E DEVERES DE
CIDADANIA DOS SEGMENTOS EMPOBRECIDOS DA
POPULAÇÃO E, SIMULTANEAMENTE, EXERCITAR
A COMUNICAÇÃO COMO UM DIREITO HUMANO**

não deixa dúvidas sobre a pertinência dessas práticas que inspiraram conceitos e que, por sua vez, orientam novas práticas. Mas uma segunda dimensão também faz parte da dinâmica sociocomunitária, a da comunicação face a face interpessoal e grupal. Em outras palavras, a comunicação humana dialógica, como diria Paulo Freire. Ambas constituem processos facilitadores das dinâmicas comunitaristas de segmentos empobrecidos mas organizados da população, conscientes de seu papel de protagonistas no encaminhamento de soluções para os problemas que os afetam.

A comunicação como diálogo é inerente às relações humanas. Ela acontece nas conversas cotidianas; na contação de casos; nos rituais presenciais (danças, festas, rezas) e outras manifestações artísticas e culturais; mas também no diálogo de saberes entre técnicos(as) e agricultores(as); nas comunicações em eventos nas universidades e centros de pesquisa; em reuniões, encontros, palestras, oficinas e visitas de intercâmbio; nas marchas de protesto e caravanas, e em outros espaços de interação social. Afinal, comunicar é dialogar, é pôr em comum, é compartilhar, é coordenar ações de interesse comum. É uma via de duas mãos, implica reciprocidade e, naturalmente, está presente em todas as experiências de associativismo comunitário.

Muitas dessas formas de comunicação podem ser percebidas nos relatos contidos nos artigos aqui publicados. Neles, encontramos também estratégias comunicacionais que se valem de meios tecnológicos para a mediação entre emissores e receptores. Por um lado, esses meios são úteis para a difusão de mensagens mobilizadoras, denunciativas, reivindicatórias e conscientizadoras, além de serem necessários para registrar e documentar as vivências e novas formas de convivência com a natureza e para disseminar conhecimentos. Muitos meios e linguagens são produzidos, como boletins, fotografias, cartazes, filmes, vídeos, peças teatrais, revistas, programas de rádio, poesias, artigos, panfletos, entre outros. Por outro lado, os canais de comunicação também podem ser facilitadores de processos de intercâmbio, formação, geração e troca de conhecimento, a exemplo do uso do vídeo, da fotografia, do caderno de leitura, do CD musical, do cartaz, do livro de pano (que simultaneamente serve para valorizar práticas de costura e tecelagem, assim como para resgatar e registrar o saber popular em receitas culinárias), etc.

Simultaneamente, técnicas de relações públicas comunitárias permeiam as experiências, por exemplo, ao estabelecer o relacionamento das organizações locais com a população, universidades, centros de pesquisa, órgãos do poder público e assim por diante.

Como se pode ver no conjunto dos artigos, *comunicar para transformar* quer dizer apropriar-se de meios e formas de comunicação para fazer valer os direitos e deveres de cidadania dos segmentos empobrecidos da população e, simultaneamente, exercitar a comunicação como um direito humano. Essa perspectiva comunicacional se coaduna com as ideias de Paulo Freire quanto à comunicação dialógica como transformadora das condições de submissão e dominação.

Em última instância, trata-se de uma contra comunicação que interpela aquela capitaneada pelos meios convencionais que praticam a difusão de conteúdos de forma unidirecional e comprometida com uma concepção de desenvolvimento que serviu e ainda serve aos interesses do grande capital transnacional, da indústria química e do agronegócio.

Uma vez orgânica às práticas agroecológicas da agricultura familiar, a comunicação popular e comunitária pode ajudar na geração e na troca de conhecimentos, pode contribuir para transformar visões da relação com a terra, com a cultura dos antepassados, abrindo possibilidades de convivência – harmônica, próspera e saudável – com a natureza.

CICILIA M. KROHLING PERUZZO

Doutora em Ciências da Comunicação
Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação
da Universidade Metodista de São Paulo
Autora dos livros *Relações públicas no modo de produção capitalista*; *Comunicação nos movimentos populares – a participação na construção da cidadania*; *Televisão comunitária – dimensão pública e participação cidadã na mídia local*.
kperuzzo@uol.com.br

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** 3.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.
- GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. 2.ed. Tradução de Maria Cristina F.Bittencourt. Campinas: Papyrus, 1990.