

DIREITO À COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA, PARTICIPAÇÃO POPULAR E CIDADANIA[?]

Cicilia M.Krohling Peruzzo[?]

Resumo:

O texto discute o acesso à comunicação comunitária como um direito do cidadão. Objetiva resgatar o sentido da comunicação desenvolvida no contexto dos movimentos sociais, apontar os vários níveis possíveis de participação popular na comunicação e analisar práticas e perspectivas da inclusão da noção de direito à comunicação como um direito de cidadania. Trata-se de um estudo baseado no método qualitativo que utiliza a pesquisa bibliográfica e a perspectiva dialética de análise. Conclui-se que no processo de mudança social são criadas novas demandas em matéria de democratização da mídia e que o direito à comunicação não diz respeito apenas ao acesso à informação, mas também aos meios de difusão de conteúdos.

Introdução

Discutimos neste texto questões relativas ao acesso à informação e a comunicação comunitária como um direito do cidadão. O objetivo é resgatar o sentido da comunicação desenvolvida no contexto dos movimentos sociais, apontar os vários níveis possíveis de participação popular na comunicação e analisar práticas e perspectivas conceituais sobre direito à comunicação como um direito de cidadania.

O estudo se baseia no método qualitativo e utiliza a pesquisa bibliográfica e a perspectiva dialética de análise.

Na primeira parte enfatizamos a perspectiva histórica da comunicação nos movimentos populares no Brasil. Na segunda analisamos o acesso aos meios de comunicação como um direito do cidadão, momento em que procuramos ressaltar perspectivas conceituais e legais do direito à comunicação, além de tecer um olhar sobre como o direito à comunicação vem sendo exercitado na prática. Resgatamos ainda os principais conceitos de cidadania de modo a relacioná-los com a questão do direito à comunicação. Na terceira parte apresentamos os vários níveis possíveis de participação popular na comunicação e discutimos essa participação como estratégia para ampliar os direitos de cidadania. Na última parte tecemos considerações sobre o

[?] Apresentado no CELACOM/ENDICOM 2004 (VII Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação / V Encontro de Ensino e Investigação da Comunicação nos Países do Mercosul), realizado de 29 a 31 de março de 2004 na Universidade Metodista de São Paulo, Bernardo do Campo. Promoção da Cátedra Unesco / Umesp de Comunicação regional/UMESP.

[?] Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: kperuzzo@uol.com.br

comitê local de comunicação que pode funcionar como núcleo facilitador da ação comunicativa comunitária.

A questão central que permeia o texto é a da participação do cidadão e de suas organizações coletivas na condição de protagonistas do processo de comunicação comunitária.

Comunicação nos movimentos populares e ampliação da cidadania

Movimentos populares são manifestações e organizações constituídas com objetivos explícitos de promover a conscientização, a organização e a ação de segmentos das classes subalternas visando satisfazer seus interesses e necessidades, como os de melhorar o nível de vida, através do acesso às condições de produção e de consumo de bens de uso coletivo e individual; promover o desenvolvimento educativo-cultural da pessoa; contribuir para a preservação ou recuperação do meio ambiente; assegurar a garantia de poder exercitar os direitos de participação política na sociedade e assim por diante. Em última instância, pretendem ampliar a conquista de direitos de cidadania, não somente para pessoas individualmente, mas para o conjunto de segmentos excluídos da população.

No seu processo de constituição descobriram a necessidade de apropriação pública de técnicas (de produção jornalística, radiofônica, estratégias de relacionamento público etc.) e de tecnologias de comunicação (instrumentos para transmissão e recepção de conteúdos etc.) para poderem se fortalecer e realizar os objetivos propostos¹. Assim sendo, num primeiro momento descobriram a utilização da comunicação – desde as formas grupais e individuais até os meios tecnológicos² – *como uma necessidade*, ou seja, como canais importantes para se comunicarem entre si e com seus públicos, sejam eles os usuários reais ou potenciais dos serviços oferecidos, a imprensa, órgãos públicos, aliados e o conjunto da sociedade.

Entre as principais características desse processo comunicacional estão: opção política de colocar os meios de comunicação a serviço dos interesses populares; transmissão de conteúdos a partir de novas fontes de informações (do cidadão comum e de suas organizações comunitárias); a comunicação é mais que meios e mensagens, pois se realiza como parte de uma dinâmica de organização e mobilização social; está

¹ Ver Peruzzo (2004).

² Por exemplo: dramatização, troça carnavalesca, volantes, boletins informativos, faixas, cartazes, alto-falantes, vídeos, rádio, televisão, internet

imbuído de uma proposta de transformação social e, ao mesmo tempo, de construção de uma sociedade mais justa; abre a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo.

Trata-se de uma outra comunicação que ganha expressividade nas últimas décadas³ por envolver diversos setores das classes subalternas, tais como moradores de uma determinada localidade desassistidos em seus direitos à educação, saúde, transporte, moradia, segurança etc.; trabalhadores da indústria; trabalhadores do campo; mulheres; homossexuais; defensores da ecologia; negros; cidadãos sem terra interessados em produzir meios à sua própria subsistência etc. Essa comunicação não chega a ser uma força predominante, mas desempenha um papel importante da democratização da informação e da cidadania, tanto no sentido da ampliação do número de canais de informação e na inclusão de novos emissores, como no fato de se constituir em processo educativo, não só pelos conteúdos emitidos, mas pelo envolvimento direto das pessoas no *quefazer* comunicacional e nos próprios movimentos populares.

É um tipo de comunicação que, com raras exceções – quando se torna assunto de reportagem na grande mídia, por exemplo, é invisível às grandes audiências, mas que se evidencia em forças vivas nas comunidades onde se insere. Passou por grandes transformações ao longo das últimas duas décadas e meia e entra no século XXI incluindo novas formas e desfrutando de mais visibilidade e aceitação pública.

Nos anos de 1970 e 80 o conteúdo da comunicação popular “centrava-se na proposta de contestação ao *status quo*, conscientização política e organização para transformação da sociedade capitalista. Atualmente, apesar de algumas premissas continuarem vivas, a conjuntura é outra e as preocupações das pessoas também, e assim vão sendo incluídas novas temáticas e mudando as linguagens e tipos de canais adequados ao momento atual. Hoje o cerne das questões gira em torno da informação, educação, arte e cultura, com mais espaço para o entretenimento, prestação de serviços, participação plural de várias organizações (cada uma falando o que quer, embora respeitando os princípios éticos e normas de programação) e divulgação das manifestações culturais locais” (Peruzzo, 1998, p.152).

³ Referimo-nos às experiências constituídas a partir do final dos anos de 1970, porém processos de comunicação que se pautam por conteúdos diferentes, contestadores, alternativos, reivindicativos e vinculados a segmentos excluídos da população existiram ao longo da história do Brasil. Exemplo: Movimento anarquista e sua imprensa.

Salientamos ainda que, muitos dos conteúdos e bandeiras que nos anos de 1980 eram praticamente exclusividade dos meios de comunicação ligados aos movimentos sociais, atualmente são incorporados pela grande mídia, pelos meios educativos tradicionais e por novos canais de comunicação segmentados na TV por assinatura, tais como a TV Senac, Canal Futura, Canal Universitário, Canal Comunitário etc.

Em tais condições, os meios populares/comunitários de comunicação vêm suas temáticas reforçadas no conjunto da sociedade. À primeira vista, poder-se-ia pensar que essa situação geraria um esvaziamento da mídia comunitária, o que não se verificou. Primeiro, porque os meios comunitários se baseiam em demandas muito específicas, de acordo com a realidade de cada lugar ou movimento social a que esteja ligado. Segundo, porque eles nem se propõem a falar para as grandes audiências, o que mostra o papel complementar desempenhado pelas mídias comercial e educativa na sensibilização da sociedade para os temas da cidadania. Terceiro, porque revelam uma capacidade fantástica de inovar e incorporar novos canais de expressão, práticas e conteúdos.

O envolvimento das mídias tradicionais às questões de cidadania reflete o contexto global, que parece propício ao avanço da democratização das sociedades: no Brasil vivemos numa democracia consolidada e que se fortalece progressivamente; com as contradições advindas da globalização, as pessoas passam a se interessar mais pelo que está mais próximo no que diz respeito aos assuntos que circulam na mídia; há uma prontidão na sociedade civil para contribuir para ampliação dos direitos e deveres de cidadania, refletida no crescente número de ONGs (Organizações não-Governamentais), associações e movimentos organizativos de toda espécie; no trabalho voluntário; na continuidade do trabalho social de igrejas; no clima de responsabilidade social que contagia as empresas; na eleição histórica de um Presidente da República que canalizou o interesse por mudança da ampla maioria da sociedade brasileira, e assim por diante. Em nível mundial foi gestado o Fórum Social Mundial, que em 2003 reuniu aproximadamente 100 mil pessoas, de 156 países, em Porto Alegre, debatendo sobre a desigualdade no universo e buscando alternativas para um mundo novo. Em 2004, o IV Fórum Social Mundial, realizado de 16 a 21 de janeiro, em Mumbai, Índia, contou com a participação de 80 mil pessoas representadas por 2.660 organizações de 132 países.

Certamente, alimentada por um contexto de efervescência social, no seio de grandes contradições, a comunicação comunitária vem se desenvolvendo no País através de múltiplas formas e linguagens, pois há uma convivência de formatos artesanais, modos grupais, de canais massivos de radiodifusão e de meios digitais de comunicação. Tudo depende do lugar onde ela se realiza, já que o Brasil é país de contrastes.

Trata-se de uma comunicação que pode ser caracterizada como de pequena escala, também denominada alternativa, popular ou comunitária, mas que se torna expressiva porque está dispersa por todo o País e se multiplica de diferentes maneiras e em diferentes lugares, dentro do Brasil e no mundo.

John Dowling (2002) denomina esses meios de "mídia radical", que no seu entender engloba uma variedade imensa de formatos, como a dança, o vestuário, a música, o rádio, o teatro de rua, o vídeo, o jornal, canção, o broche, cartuns satíricos e experiências comunicativas na internet. Ele entende que ela expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas, com o que concordamos.

Voltando à questão da comunicação comunitária no Brasil, gostaríamos de salientar que se trata de algo controverso. Por ocorrer uma vulgarização do uso do termo "comunitário", há visões distorcidas do que ela venha a ser na prática. Em última instância, não basta a um meio de comunicação ser local, falar das coisas do lugar e gozar de aceitação pública para configurar-se como comunitário. A comunicação comunitária que vem sendo gestada no contexto dos movimentos populares é produzida no âmbito das comunidades e de agrupamentos sociais com identidades e interesses comuns. É sem fins lucrativos e se alicerça nos princípios de comunidade, quais sejam: implica na participação ativa, horizontal e democrática dos cidadãos; na propriedade coletiva; no sentido de pertença que desenvolve entre os membros; na co-responsabilidade pelos conteúdos emitidos; na gestão partilhada; na capacidade de conseguir identificação com a cultura e interesses locais; no poder de contribuir para a democratização do conhecimento e da cultura. Portanto, é uma comunicação que se compromete, acima de tudo, com os interesses das "comunidades" onde se localiza e visa contribuir na ampliação dos direitos e deveres de cidadania.

O espaço na mídia comunitária é um campo de conflitos. Não há um modelo único, apesar de existirem características centrais que a caracterizam. Cada vez mais a

comunicação comunitária vai se revelando numa pluralidade de formas e mostrando sua validade no contexto das comunidades, mesmo que não expressem mecanismos puros de autogestão. Contudo, há que se distinguir o que é aceitável e válido em matéria de comunicação local, daquilo que é simples apropriação de um espaço garantido legalmente às práticas associativas comunitárias, para uso individualizado com finalidades comerciais ou para o proselitismo político partidário e religioso. No caso do rádio, por exemplo, há emissoras de matizes diferentes sob o rótulo de comunitária: algumas são operadas como negócio comercial; outras são religiosas; outras estão a serviço de políticos profissionais; há também aquelas operadas por entusiastas do rádio e do trabalho comunitário, mas que acabam por desenvolver o personalismo de suas lideranças, dificultando o envolvimento da população; mas existem também aquelas de caráter público vinculadas a organizações comunitárias e a movimentos sociais. É campo de conflito também porque não são bem aceitas por todos os segmentos da sociedade. Há quem as considere “piratas” e causadoras de quedas de aviões. Os conflitos também se afluam nas disputas internas, nas disputas entre opositores e entre as classes sociais.

Mas, não são os conflitos e as contradições que vão tirar o brilho desse tipo de ação cidadã. A sociedade se abre a múltiplas experiências. O mais importante é que ampliando o número de emissores se democratiza a comunicação e que se faça uma comunicação cidadã. Até uma rádio de baixa potência comercial tem seus pontos positivos, afinal pode estar fazendo uma comunicação cidadã, força a democratização do acesso a canais; uma forma de contestar o sistema de controle da mídia, ou seja o oligopólio dos grandes meios de comunicação de massa no Brasil. As contradições são inerentes às sociedades e o espaço comunitário apenas reflete a realidade mais ampla.

Comunicação como direito do cidadão

Até os anos de 1990 os meios de comunicação popular / comunitária eram vistos como uma necessidade de expressão dos movimentos sociais. Aos poucos vem sendo agregada a noção de acesso aos mesmos como um direito de cidadania.

No nível no discurso, várias entidades, estudiosos e ativistas têm se posicionando publicamente a favor do direito à comunicação, tomando-o como um mecanismo de se efetivar a democratização dos meios de comunicação. O cerne das manifestações em torno desse tipo de direito pode ser representado na Campanha

CRIS: Direito à Comunicação na Sociedade Informacional⁴. A Campanha Cris se constitui num movimento liderado por organizações não governamentais do campo da comunicação e dos direitos humanos, de diversos países, organizada com a finalidade de discutir a democratização das tecnologias de informação e comunicação (TICs) e promover um fórum mundial alternativo ao CMSI (Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información)⁵, cúpula convocada pela ONU (Organização das Nações Unidas). A CMSI foi realizada de 10 a 12 de dezembro de 2003, em Genebra – Suíça, visando discutir e traçar planos de ação sobre as políticas para a administração global das tecnologias de informação e comunicação (TICs) e inclusão digital. Participaram representantes dos governos e de grandes empresas⁶.

A Campanha CRIS, lançada em 2001 e que teve seu ponto alto no Fórum de 2003 em Genebra, reivindica não só o acesso às tecnologias da informação e comunicação, mas o cumprimento de todos os direitos humanos nas suas dimensões civis, políticas, econômicas, sociais e culturais.

O documento final “Declaração da Sociedade Civil” divulgado pelas organizações da sociedade civil no final do encontro de Genebra postula a redução da pobreza, a observação dos direitos humanos, o desenvolvimento sustentável, o direito à privacidade e a justiça social etc., ao mesmo tempo em que focaliza o tema do direito à informação e à comunicação na sociedade da informação. Quanto a este último aspecto não se limita a preocupações acerca da “brecha digital” e a inclusão universal dos cidadãos à internet, mas dos direitos de domínio público, software livre e de propriedade intelectual, e ao acesso global a todas as tecnologias de informação e comunicação, incluindo menção explícita aos meios comunitários (DECLARAÇÃO, 2003).

O documento mencionado considera que “os meios de comunicação comunitários que são independentes, manejados pela comunidade e embasados na sociedade civil, têm um papel específico e crucial na habilitação do acesso e participação de todos na sociedade da informação, especialmente para as comunidades mais pobres e marginalizadas”⁷ (DECLARAÇÃO, 2003, p.5).

⁴ Em inglês: Communication Rights in the Information Society.

⁵ Em inglês: WSIS (World Summit on the Information Society)

⁶ Ao término chegou a ser considerada em documento da CRIS “uma Cumbre para las grandes empresas”. Sobre seus resultados Sally Burch (2004) disse: “CMSI: acuerdos mínimos y compromisos débiles”.

⁷ Tradução nossa.

A Campanha explicitou os temas a seguir como merecedores de abordagens específicas por afetarem diretamente a vida das pessoas: “fortalecimento do domínio público, assegurando que a informação e o conhecimento estejam disponíveis para o desenvolvimento humano, e não encerrados em mãos privadas; assegurar o acesso e uso efetivo de redes eletrônicas em um contexto de desenvolvimento, como por exemplo através de regulação sólida e inovadora, garantindo sua sustentabilidade mediante investimento público; assegurar e estender os bens coletivos globais, tanto para meios de difusão quanto para telecomunicações, para assegurar que estes recursos públicos não sejam vendidos para fins privados; institucionalizar o manejo democrático e transparente da Sociedade da Informação em todos os níveis: desde o local até o global; acabar com a vigilância e a censura, por parte de governos ou empresas; apoiar os meios de comunicação comunitários e todos aqueles cuja atuação é centrada nos interesses do cidadão – tanto os meios tradicionais quanto os novos” (THE CRIS campaign, 2004, p.2)⁸.

No rol da defesa do direito à comunicação várias organizações vêm se destacando, inclusive com envolvimento ativo na Campanha CRIS, entre elas, a ALAI (Agencia Latino Americana de Informação), a AMARC (Associação Mundial de Rádios Comunitárias), ALER (Associação Latino Americana de Educação Radiofônica), WACC (Associação Mundial para a Comunicação Cristã) e ISIS Internacional de Manila.

O tema da comunicação como direito fundamental também foi discutido no Fórum Social Mundial de 2004 realizado em Mumbai – Índia, mais precisamente através dos painéis: “Sociedade da Informação para Quem?” e “O Direito à Comunicação e aos Meios Alternativos”. Entre os desafios mencionados no evento, se propôs “a elaboração de um mapa dos direitos da comunicação e o fortalecimento dos meios de comunicação produzidos por entidades da sociedade civil e por movimentos sociais. A necessidade de construir um movimento de Direito à Comunicação, seguindo o exemplo do que foi o movimento ambientalista faz 20 anos, foi uma das conclusões do painel”⁹ (Burch, 2004, p.1).

O que se entende por direito à comunicação?

⁸ Dados sobre a Campanha CRIS e a CMSI estão disponíveis nos seguintes sítios eletrônicos: www.genebra2003.org/WSIS; www.alainet.org; www.movimientos.org; www.crisinfo.org

⁹ Tradução nossa.

No que concerne ao entendimento do que vem a ser direito à comunicação, tradicionalmente as abordagens teóricas tendem a enfocá-lo sob o ângulo do direito ao acesso à informação ou como direito à liberdade de informação e de expressão. Tal concepção também está expressa nos ordenamentos jurídicos que abordam o tema.

A nosso ver, tal concepção vem sendo renovada ao incluir a dimensão do direito à comunicação enquanto acesso ao poder de comunicar. As liberdades de informação e expressão postas em questão na atualidade não dizem respeito apenas ao acesso da pessoa à informação como receptor, nem apenas no direito de expressar-se por “quaisquer meios” – o que soa vago, mas de assegurar o direito de acesso do cidadão e de suas organizações coletivas aos meios de comunicação social na condição de emissores – produtores e difusores - de conteúdos. Trata-se pois de democratizar o poder de comunicar. Os maiores expoentes dessa nova concepção são uma gama de estudiosos da comunicação, ativistas, movimentos e organizações da sociedade civil.

Como se pode ver, há uma transformação do conceito de direito à comunicação. Nas palavras de Osvaldo Leon (2002, p.3) o “direito à comunicação se apresenta agora como aspiração que se inscreve no dever histórico que começou com o reconhecimento de direitos aos proprietários dos meios de informação, logo aos que trabalham sob relações de dependência com eles, e, finalmente, a todas as pessoas, que a Declaração dos Direitos Humanos (...) consignou como direito à informação e à liberdade de expressão e de opinião. (...) Esta é parte de uma concepção mais global (...) que incorpora de maneira peculiar os novos direitos relacionados com as mudanças de cenário da comunicação e um enfoque mais interativo da comunicação, no qual os atores sociais são sujeitos da produção informativa e não simplesmente receptores passivos de informação”.

Do ponto de vista jurídico há ordenamentos que balizam a democracia comunicacional, como a saber:

A Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948, no Artigo 19º, assegura que “todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e idéias por quaisquer meios de expressão”.

A Convenção Americana de Direitos Humanos, de 1969, estabelece que “toda pessoa tem o direito à liberdade de pensamento e de expressão. Este direito inclui a

liberdade de procurar, receber e difundir informações e idéias de qualquer natureza, sem considerações de fronteiras, verbalmente ou por escrito, ou em forma impressa ou artística, ou por qualquer meio de sua escolha”.

A Constituição Brasileira de 1988 (Cap.I, Artigo 5º, inciso IX), expressa que “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”.

Vejamos agora como o direito à comunicação vem sendo ultimamente concebido por alguns estudiosos dos temas da área.

Para Irene León (apud Burch, 2004, p.2), segundo pronunciamento feito durante o IV Fórum Social Mundial, é importante “pensar a comunicação como um direito, que não se restringe ao acesso à produção de informação e seus mecanismos técnicos, mas ao poder, pois na sociedade da informação, nada é mais poderoso que construir pensamentos críticos, plurais e autônomos”¹⁰.

Antonio Pasquali e Romel Jurado (2002, p.2-3), ressaltando que todos os seres humanos adquirem ao nascer o direito inalienável de comunicar-se e que a incapacidade ou impossibilidade de comunicar-se impede a formação de qualquer modelo de vida comunitária, propõem que o direito à comunicação englobe o exercício pleno e integral dos seguintes direitos ou liberdades¹¹:

a)Direito à liberdade de opinião: consiste no poder inalienável das pessoas de formular e emitir juízos próprios sobre qualquer assunto público ou privado.

b)Direito à liberdade de expressão: as pessoas podem utilizar qualquer meio, canal, forma ou estilo para exteriorizar suas idéias e sua criatividade sobre qualquer assunto ou pessoa, seja público ou privado, sem que se possam exercer legitimamente formas de controle ou censura prévias.

c)Direito à liberdade de difusão: é o direito de realizar atividades de comunicação em igualdade de condições jurídicas e de constituir empresas ou entidades de comunicação.

d)Direito à liberdade de informação: é o poder não restringível de todas as pessoas, assim como das empresas de comunicação para acessar, produzir, circular e receber todo tipo de informação, com exceção: em caso da informação estar protegida por determinação jurídica ou representar abertamente a violação à intimidade da pessoa.

e) Direito ao acesso e uso dos meios de comunicação e das tecnologias da informação e comunicação: consiste no poder de acessar e usar livremente os

¹⁰ Documento elaborado como proposta de direito à comunicação, divulgado em junho de 2002. Tradução nossa.

¹¹ Tradução nossa.

meios e tecnologias de informação e comunicação na produção e circulação de conteúdos próprios, bem como na recepção de conteúdos.

Cees Hamelink (2002), também apresenta uma proposta de direito à comunicação divulgada por ocasião da preparação da CMSI (Conferência Mundial sobre a Sociedade da Informação). Alguns dos aspectos centrais relativos à comunicação explicitados pelo referido autor são:

a) **Direitos de informação**: consiste no direito à liberdade de pensamento, consciência e religião; direito de ter opinião, de expressar opinião sem interferência; direito de ser informado sobre temas de interesse público; direito de acesso a meios públicos de distribuição de informação, idéias e opiniões.

b) **Direitos culturais**: direito de promover e preservar a diversidade cultural; de participar livremente da vida cultural da comunidade; de praticar tradições culturais; de desfrutar das artes e do progresso científico; de proteção da propriedade e do patrimônio cultural nacional e internacional; direito à criatividade e independência artística, literária e acadêmica; direito de usar nosso idioma em ambiente público e privado; direitos das minorias e dos povos indígenas à educação e a estabelecer seus próprios meios de comunicação.

c) **Direitos de proteção**: direito das pessoas em ser protegidas da interferência em sua privacidade por meios de comunicação massiva ou agências públicas e privadas; proteção das comunicações privadas das pessoas; direito de respeitar a dinâmica de cada processo em forma de comunicação pública; direito de proteção contra formas de comunicação discriminatórias por raça, cor, sexo, idioma, religião ou origem social; direito de proteção contra a informação enganosa e distorcida; direito de proteção contra a propagação sistemática e intencional da crença que indivíduos ou grupos sociais merecem ser eliminados; direito de proteção da independência profissional dos empregados de agências de comunicação pública ou privadas frente a interferência dos donos e administradores dessas instituições.

e) **Direitos coletivos**: direito de acesso das comunidades à comunicação pública; direito ao desenvolvimento das infra-estruturas de comunicação, à consecução de recursos adequados, à distribuição do conhecimento e habilidades, à igualdade de oportunidades econômicas e a correção das desigualdades; direito ao reconhecimento de que os recursos do conhecimento são um bem comum de propriedade coletiva; direito à proteção desses recursos de sua apropriação privada por parte das indústrias de conhecimento.

f) **Direitos de participação**: direito de adquirir as capacidades necessárias para participar plenamente da comunicação pública; direito das pessoas a participar na tomada de decisões públicas sobre o provimento de informação, à produção de cultura ou a produção e aplicação de conhecimento; direito das pessoas a participar na tomada de decisões públicas envolvidas na seleção, desenvolvimento e aplicação de tecnologias de comunicação.

Como podemos ver, o direito à comunicação vem sendo progressivamente explicitado. Contudo, ao mesmo tempo em que se reivindica uma *Declaração Universal sobre o Direito à Comunicação* é notório que o tema ainda não recebeu a visibilidade pública, nem o engajamento popular que merece.

Como disseram Victor van Oeyen, Paulo Lima e Graciela Selaimen (2002, p.2), “a mobilização pela defesa do direito à comunicação é mais difícil que qualquer outra mobilização por direitos humanos. A Comunicação ainda é vista como uma questão menos urgente – quando chega a ser cogitada – por governos e sociedade civil. A luta por este direito ainda é incipiente e é fundamental que todas as organizações da sociedade civil e pessoas dedicadas ao fortalecimento da cidadania – e não apenas aquelas dedicadas aos temas de mídia e comunicação – voltem sua atenção e uma parcela de seus esforços para garantir que o direito à Comunicação seja preservado”.

O tema do direito à comunicação na perspectiva delineada neste texto é um grande ausente nas disciplinas de Direito e Ética da Comunicação dos cursos de Comunicação Social - e talvez também nos cursos de Direito. Presas aos aspectos legais das telecomunicações, Lei de Imprensa, regulamentações profissionais da área, às questões relativas à censura e aos direitos constitucionais das pessoas e dos grupos empresariais de mídia a expressar idéias, opiniões etc., há uma demora em se perceber as transformações trazidas por uma sociedade em mudança.

Como afirma Miguel Reis (2004, p.1-2), “o Direito de Informação e o Direito de Comunicação são áreas novas do direito, que só agora vêm ganhando autonomia, num processo de acumulação e enriquecimento da velha liberdade de imprensa. Como todos os direitos novos são áreas de fronteira mal definida, (...) já porque se assiste, desde há poucos anos, ao seu processo de autonomização, já porque tanto a informação como a comunicação, sendo embora fenômenos tão velhos como o próprio homem, ganham nos últimos anos características tão novas que ainda não houve tempo para estudar as suas implicações em profundidade”.

O mesmo autor (2004, p.2) comenta algumas das problemáticas advindas da presença da mídia na sociedade contemporânea, cujas manifestações embora não compreendidas completamente, demandam novos ordenamentos jurídicos, tais como: a proibição da publicidade subliminar; a problemática da violência na televisão, cujos efeitos são mal conhecidos nas suas raízes, mas evidenciados em situações reais

(exemplo: repetição de cena de enforcamento de um filme por criança norte americana causando a sua morte); difusão de informações (nem sempre verdadeiras) que prejudicam as pessoas em sua vida profissional e pessoal. Por fim, ele questiona até que ponto a nova ordem da comunicação – também ela cada vez mais sujeita a uma lógica de mercado – cataliza novos direitos do consumidor¹².

Quando o direito à comunicação é explicitado na prática

Voltando à questão básica abordada neste texto, salientamos que a concepção de direito à comunicação como direito de acesso ao poder de comunicar através da mídia vem dando sinais de existência, na prática, pelo movimento das rádios comunitárias do Brasil. Desde a sua efervescência, a partir de 1995, muitas dessas emissoras ousaram entrar no ar mesmo antes da promulgação da lei 9.612/98¹³. Aliás, muitas delas continuam operando sem licença, apesar da regulamentação estar em vigor, como desafio à morosidade do Governo e às práticas clientelísticas que prejudicam o processo de autorização de canais pelo Ministério das Comunicações às associações de radiodifusão comunitárias.

Os argumentos que sustentam essa prática e também ajudam a municiar processos judiciais impetrados por diferentes associações comunitárias de rádio visando assegurar a continuidade das transmissões, se valem da noção de direito de comunicação através do rádio que as comunidades têm, em razão de estarem realizando um trabalho de desenvolvimento comunitário e de possuírem o direito constitucional à liberdade de expressão.

Interessante notar que incorporam ainda a noção de dever de cidadania, pois tais organizações coletivas se vêm imbuídas do propósito de contribuir para a melhoria das condições de existência de segmentos populacionais excluídos, em geral visando suprir carências que o poder público não consegue atender, ou não quer atender. Em outras palavras, mesmo sabendo ser ilegais, várias emissoras comunitárias¹⁴ de rádio entram no ar porque reconhecem possuir o direito à liberdade de expressão e ao acesso aos canais de comunicação.

¹² Lembramos que, por ocasião do episódio da falsa entrevista “jornalística” divulgada pelo programa do Gugu Liberato, na SBT, a decisão judicial para tirar o programa temporariamente do ar baseou-se nos Direitos do Consumidor.

¹³ Lei que regulamentou as rádios de baixa potência comunitária no Brasil, seguida do decreto-lei número 2.615/98.

¹⁴ Não significa que todas as emissoras que se dizem comunitárias estejam sendo usadas com propósitos comunitários.

Direito à comunicação no contexto dos conceitos de direitos de cidadania

O acesso à informação e aos canais de expressão é um direito de cidadania. Faz parte dos direitos da pessoa. Um direito de primeira geração, ou seja, se circunscreve à dimensão civil¹⁵ da cidadania que assegura, entre outros direitos¹⁶, o de liberdade de expressão de idéias, convicções, crenças etc. Mas, é também um direito de terceira geração¹⁷, ao deslocar-se para a noção de direito coletivo; direitos de grupos humanos em suas individualidades.

Como já citamos anteriormente (Peruzzo, 2002), cidadania é histórica. Ela se modifica, evolui. Vai agregando novas dimensões conforme o desenvolvimento histórico da humanidade.

Segundo Norberto Bobbio (1992, p.69), num primeiro processo ocorreu a passagem dos direitos de liberdade (de religião, de opinião, de imprensa etc.) para os direitos políticos e sociais. Num segundo, ocorre a passagem da consideração do indivíduo humano (da pessoa), que foi o primeiro sujeito ao qual se atribuíram direitos naturais (ou morais), para sujeitos diferentes do indivíduo, como a família, as minorias étnicas e religiosas, toda a humanidade no seu conjunto, e além dos indivíduos humanos (considerados singularmente ou nas diversas comunidades reais ou ideais que as representam), até mesmo para sujeitos diferentes dos homens, como os animais. Ocorre ainda um terceiro processo, a passagem do homem genérico (do homem enquanto homem) para o homem específico, ou tomado na diversidade de seus diversos *status* sociais, com base em diferentes critérios de diferenciação (o sexo, a idade, as condições físicas) e que tem direitos a tratamento e proteção diferenciados. Esse processo de multiplicação ocorre no âmbito dos direitos sociais.

No âmbito do terceiro processo, referido por Bobbio, estão os direitos de terceira geração, que surgem na segunda metade do século XX. São os direitos dos grupos humanos, não apenas do indivíduo, em suas diferenças e necessidades. São os direitos coletivos, de um povo, uma nação, uma comunidade, das minorias

¹⁵ Há ainda os direitos políticos (participação no exercício do poder político, liberdade de associação e de reunião e de participação em órgãos de representação, conquistados desde o século XIX) e direitos sociais (aqueles relativos à participação, com igualdade, do nível de vida e do patrimônio social: direito ao atendimento das necessidades básicas de moradia, escola, proteção, saúde etc., direitos do trabalho etc., conquistados no século XX).

¹⁶ Direito à liberdade individual, à proteção legal, à propriedade, locomoção etc., conquistados desde o século XVIII.

¹⁷ Complementando: direitos civis e políticos são considerados como de primeira geração; direitos sociais são de segunda geração; os direitos coletivos e os que pregam o respeito às diferenças são de terceira geração. Aqueles (Vieira, 2000, p.23) que visam impedir a destruição da vida e regular a criação de novas formas de vida no planeta (campo da bioética etc.) são considerados como de quarta geração.

discriminadas (grupos étnicos, portadores de deficiências etc.). São direitos pelos quais se organizam os mais diferentes movimentos sociais ao redor do mundo. Estes, nos anos recentes, lutam pelas mais diferentes reivindicações, como por exemplo, a paz, o direito a um meio ambiente preservado, os direitos da mulher, da criança, das minorias étnicas etc. No âmago da questão, está o direito à diferença, ao tratamento singular, de acordo com as especificidades de cada segmento social em questão.

Na prática, as diferentes “gerações” de direitos, se entrelaçam. Não ocorrem de forma pura e variam conforme cada contexto. Por exemplo, ao mesmo tempo em que afloram direitos de quarta geração, em muitos lugares ainda se luta pelos direitos civis, políticos ou sociais¹⁸, tanto no sentido individual como coletivo.

A dinâmica intrínseca à conquista dos direitos de segunda e de terceira gerações impulsiona um novo momento na história da luta pelos direitos humanos: desenvolve-se a consciência do *direito de ter direitos*. As pessoas passam a reivindicar o acesso a um bem usando como justificativa o fato de ser um direito que lhes assiste e não como sendo apenas uma necessidade em razão da situação de carência. Exemplificando: o movimento de rádios comunitárias tem consciência do direito das “comunidades” ao acesso à mídia de baixa potência para poderem atuar em seu favor, o movimento de moradia coloca o acesso à casa própria como um direito da pessoa e não apenas como uma necessidade. Acrescenta-se que os benefícios são reivindicados não para uma pessoa isoladamente, mas para todos aqueles que são privados dele, o que quer dizer que se luta pelo acesso coletivo (não individual) a direitos de cidadania.

É no contexto de todo esse movimento histórico em torno dos direitos sociais e em sua especificação quanto ao respeito às diferenças dos diversos segmentos populacionais, que se explicita o avanço da sociedade, principalmente através de organizações do terceiro setor e de movimentos sociais, na utilização de meios de comunicação segundo seus próprios objetivos e necessidades. Aos poucos há a apropriação de canais de comunicação com a finalidade de colocá-los a serviço dos interesses dos oprimidos e de fazer avançar a luta pela democracia. São rádios e televisões comunitárias, sistemas de alto-falantes nos bairros populares, jornais de pequeno porte, sítios na Internet, programas de rádio e de televisão de entidades

¹⁸ No Brasil o movimento que luta pelo acesso à terra (MST - Movimento dos Sem Terra), por exemplo, procura conquistar um dos direitos de cidadania básico: do acesso à terra como meio de sobrevivência. (Corresponde ao direito de propriedade, mas ao mesmo tempo – no caso do MST – o transforma porque a meta maior do movimento é a propriedade coletiva e não privada da terra.

populares em emissoras comerciais ou públicas, e muitas outras modalidades de comunicação dirigida e grupal que são incrementados por diferentes organizações sem fins lucrativos da sociedade civil.

Trata-se de um processo que evidencia o interesse dos movimentos populares e de outras organizações do terceiro setor em poder usufruir do direito à liberdade de expressão, e em nível coletivo. Por exemplo, um movimento ecologista além de explicitar uma luta pela vida em favor de todos, que pode ser uma nação, uma região, uma espécie ou a humanidade, busca o acesso à mídia (o direito de opinião e expressão) enquanto movimento coletivo. Outro exemplo: um movimento comunitário, que para poder mobilizar melhor os moradores de uma dada localidade em torno da conquista de bens de uso coletivo ou contribuir para a melhoria no nível educacional e cultural da população local, cria uma rádio comunitária, produz e transmite seus próprios programas com ativa participação dos moradores, da mesma forma, está lutando pelo direito à liberdade de expressão (Peruzzo, 2002, 80).

Portanto, na prática, os movimentos populares vêm agregando às suas históricas lutas pela conquista de direitos sociais e políticos a busca do acesso aos meios de comunicação como direito de exercer a liberdade de expressão tanto em nível individual como coletivo.

Os princípios fundamentais envolvidos no conceito de cidadania são: *liberdade e igualdade*. Cremos ser de domínio público o significado do princípio de liberdade, em matéria de meios de comunicação, o que justifica o não aprofundamento do tema. No Brasil, com o fim da ditadura militar, se recuperou o exercício desse direito; a liberdade de imprensa e a livre circulação de idéias. Todavia, cabe perguntar: quem de fato tem o direito de se expressar através da mídia? Como o cidadão pode usufruir plenamente desse direito se não lhe é possível tornar-se emissor de mensagens, mas somente receptor? Se os grandes meios de comunicação de massa estão controlados por uns poucos proprietários¹⁹ da mídia que a colocam a serviço de seus próprios interesses, a saída para a democratização da comunicação que as organizações populares vêm encontrando é apropriação dos meios comunitários, como já tentamos evidenciar brevemente neste texto.

¹⁹ Os mais importantes meios de comunicação do País são de propriedade de dez famílias, que os transformaram em grandes grupos de mídia que controlam grande parte das informações que circulam no Brasil. Há ainda uma meia dúzia de grupos regionais que se encarrega do domínio da informação regional.

Apesar da desigualdade, se comparado à mídia tradicional, o uso de meios de comunicação pelo cidadão e suas organizações representativas significa um passo no exercício do direito de *isegoria*²⁰, quer dizer o direito de se manifestar e de ser ouvido. Como ser ouvido por amplos públicos, se não através da mídia?

Igualdade corresponde ao direito de *isonomia*, que pode ser tomada em múltiplas dimensões: igualdade perante a lei, igualdade de oportunidades, igualdade de acesso aos bens, aos meios de informação e de comunicação etc. Direito de isonomia significa, portanto, os mesmos direitos aos cidadãos, concebidos desde a Polis, na Grécia, mas amplamente desrespeitado nas relações entre as classes sociais. Trazendo para a área da comunicação, significa: igualdade no acesso à informação, aos meios de comunicação, não apenas na condição de ouvinte, de receptor, mas também ao poder de comunicar. Seja pessoalmente ou através da grande mídia e pelos meios comunitários de comunicação.

Portanto, democracia no poder de comunicar é condição para ampliação da cidadania. É um caminho para o exercício da cidadania em sua dimensão cultural, que por sua vez se entrelaça nas lutas pela democratização das outras dimensões da cidadania, como a econômica e a política.

Não se pode esquecer que grande parte da população brasileira está excluída não só dos benefícios sociais que o desenvolvimento histórico já coloca ao usufruto do ser humano, mas até mesmo do acesso à leitura dos jornais. Em pleno século XXI o acesso à imprensa brasileira continua inexistente a uma grande parcela da população. O número de leitores regulares de jornais e revistas no Brasil é reduzido, se comparado ao de outros países.

A liberdade de imprensa no Brasil acaba privilegiando o direito à livre expressão e ao acesso à informação às elites e às classes médias. Às elites porque é delas o controle majoritário dos grandes meios de comunicação. Às classes médias – e também às elites –, que pelo poder aquisitivo e pela educação recebida, conseguem ter acesso à mídia e possuem capacidade de abstração para usufruir das benesses da sociedade da informação (Peruzzo, 2002, p.83).

Diante desse quadro, e como cidadania é algo que se conquista²¹, não é doada nem é dádiva de governantes, que aliás só cedem à ampliação de direitos mediante

²⁰ Direito de expor e discutir em público opiniões sobre ações que a cidade (Polis) deveria ou não realizar (CHAUI, 1995, p.371).

²¹ Ver Pedro Demo (1988).

pressão popular, é que os segmentos populares conscientizados buscam sua auto-emancipação comunicativa. O fazem numa perspectiva coletiva, tanto no sentido de gestão e uso dos espaços na programação, como no conteúdo das mensagens que são transmitidas. A finalidade é o desenvolvimento social que se quer atingir, mediante conteúdos de educação informal, arte e cultura.

Portanto, mesmo de forma incipiente, fragmentária e, por vezes, fugaz, os movimentos populares e outras organizações coletivas sem fins lucrativos da sociedade civil, já experimentam o exercício do direito à comunicação apregoadas por alguns teóricos e ativistas defensores da democratização da mídia.

Com o desenvolvimento das tecnologias digitais, cada vez mais se potencializa o acesso do cidadão ao poder de comunicar, claro que uma vez reduzidas as desigualdades de renda, de educação e de acesso a internet. O ciberespaço é um novo ambiente para se exercitar a cidadania comunicacional, facilitado pelas possibilidades oferecidas pela interatividade, pelo intertexto e pela comunicação de todos com todos. Tal ambiente potencializa o surgimento do cidadão jornalista²², ou seja qualquer pessoa pode se tornar produtora de texto, editora e difusora de mensagens escritas e audiovisuais²³ pela internet, constituir comunidades virtuais etc., de forma livre e autônoma. É uma possibilidade sem igual para o exercício da liberdade de comunicação, cerceada apenas pelo impedimento do acesso às infra-estruturas necessárias e a educação para o uso das novas tecnologias.

Participação popular na comunicação como estratégia para ampliar o status da cidadania

São os meios comunitários que mais potencializam a participação direta do cidadão na esfera pública comunicacional no Brasil contemporâneo. Eles estão mais facilmente ao alcance do povo, se comparados com a grande mídia. Primeiro, porque se situam no ambiente em que as pessoas vivem, conhecem a localização e podem se aproximar mais facilmente. Processo que é facilitado quando a comunicação se realiza a partir de organizações das quais o cidadão participa diretamente ou é atingido por suas ações. Segundo, porque se trata de uma comunicação de proximidade. Ela tem como fonte a realidade e os acontecimentos da própria localidade, além de dirigir-se às

²² Ver Peruzzo(2003)

²³ Na forma de jornal, rádio, televisão, editora etc.

peças da “comunidade”, o que permite construir identificações culturais. Afinal a familiaridade é um dos elementos explicativos da mídia de proximidade

Há várias maneiras de participar dos meios de comunicação. Quando se telefona a uma emissora de rádio para pedir uma música ou bater papo com o locutor, participa-se. Ao dar uma entrevista para um jornal, participa-se. Se sua imagem é “roubada” por um fotógrafo ou cinegrafista e depois é exibida na mídia, você está participando do conteúdo do meio de comunicação. Se você atende a um telefonema de algum funcionário da revista, da qual é assinante, e dá sugestões de pauta, você está participando. Se você realizou algo importante ou cometeu um delito e mereceu uma nota ou uma reportagem na imprensa, está participando, e assim por diante. Os tipos de participação mencionados são comuns e importantes na mídia tradicional. Contudo, quando se fala em comunicação comunitária, outras formas de participação são possíveis e desejáveis.

Em síntese, a participação da população nos meios de comunicação popular na América Latina vem se realizando em níveis distintos, dependendo das estratégias traçadas que tem por base princípios democráticos (mais ou menos desenvolvidos) postos em prática. Nesta perspectiva, participação das pessoas pode se realizar:

- a) Como receptores dos conteúdos, o que ajuda a dar audiência, muitas vezes tomada como parâmetro para dizer se o meio de comunicação é “popular”. É uma participação passiva que interfere nos conteúdos apenas indiretamente.
- b) Participação nas mensagens: nível elementar de participação, no qual a pessoa dá entrevista, pede música etc, mas não tem poder de decisão sobre a edição e transmissão.
- c) Participação na produção e difusão de mensagens, materiais e programas: consiste na elaboração, edição e transmissão de conteúdos.
- d) Participação no planejamento: consiste no envolvimento das pessoas no estabelecimento da política do meio comunicativo, na elaboração dos planos de formatos do meio e de programas, na elaboração dos objetivos e princípios de gestão etc.
- e) Participação na gestão: consiste no envolvimento no processo de administração e controle de um meio de comunicação comunitária. (Peruzzo, 2004, p.140-147)²⁴

Em suma, a participação das pessoas pode tanto se concretizar apenas em seu papel como ouvintes, leitores ou espectadores, quanto significar o tomar parte dos processos de produção, planejamento e gestão da comunicação. Os níveis mais

²⁴ Os níveis de participação aqui apontados partem dos conceitos elaborados por Merino Utreras (1988), que sistematiza os princípios da participação na comunicação aprovados em reunião sobre autogestão, realizada em Belgrado em 1977, e em Seminário do CIESPAL/UNESCO, em 1978: participação na produção, no planejamento e na gestão.

avançados de envolvimento do cidadão pressupõem a permeação de critérios de representatividade e de co-responsabilidade, já que se trata de exercício do poder de forma democrática ou compartilhada” (Peruzzo, 2004, p.59). Pressupõe-se ainda que a participação popular se realize de modo livre e com autonomia, ou seja independente de pressões, manipulações e outras formas de interferência e controle de lideranças e instituições²⁵.

A participação popular nas experiências mais avançadas de comunicação comunitária representa um avanço significativo na democracia comunicacional. Ela é essencial das organizações populares porque pode se constituir na diferença que ajuda a ampliar o exercício da cidadania. A comunicação comunitária tem o potencial de contribuir para a ampliação da cidadania não só pelos *conteúdos* crítico-denunciativo-reivindicatórios e anunciativos de uma nova sociedade, mas pelo *processo* de fazer comunicação. Há uma relação dinâmica entre comunicação e educação que merece ser analisada.

Os meios de comunicação comunitários – nem todos obviamente²⁶ – têm o potencial de serem, ao mesmo tempo, parte de um processo de organização popular²⁷, canais carregados de conteúdos informacionais e culturais e possibilitarem a prática da participação direta nos mecanismos de planejamento, produção de mensagens/programas e gestão da organização comunitária de comunicação. Contribuem, portanto, duplamente, para a construção da cidadania. Oferecem um potencial educativo enquanto processo e também pelo conteúdo das mensagens que transmitem.

Por seus *conteúdos* podem dar vazão à socialização do legado histórico do conhecimento, facilitar a compreensão das relações sociais, dos mecanismos da estrutura do poder (compreender melhor as coisas da política), dos assuntos públicos do país, esclarecer sobre os direitos da pessoa humana e discutir os problemas locais. É conhecida a existência, por exemplo, de programas de rádio feitos pelos moradores de favela, em que se faz um trabalho educativo junto às crianças e jovens ensinando sobre os perigos do consumo e do tráfico de drogas. Podem facilitar a valorização das

²⁵ As várias formas de exercício da participação e sua relação com o poder (participação passiva, participação controlada e co-gestão e autogestão) estão trabalhadas no livro “Comunicação nos movimentos populares” (Peruzzo, 2004).

²⁶ Uma vez que muitos atuam numa linha de reprodução, em escala local ou comunitária, da estrutura e objetivos mercadológicos da grande mídia privada, ou servem ao proselitismo político ou religioso.

²⁷ Por exemplo o engajamento em movimentos de interesse coletivo, tais como um movimento comunitário, um mutirão para construção de moradia, um grupo de jovens, um serviço de atendimento á criança carente etc.

identidades e raízes culturais ao dar espaço, por exemplo, às manifestações dos saberes e da cultura da população: da história dos antepassados, das lendas às ervas naturais que curam doenças. Podem servir de canal de expressão aos artistas do lugar, que dificilmente conseguem penetrar na grande mídia regional e nacional. Podem informar sobre como prevenir doenças, sobre os direitos do consumidor, acesso a serviços públicos gratuitos (registro de nascimento ou acesso a defensoria pública) e tantos outros assuntos de interesse social (Peruzzo, 2002, p.5-6) .

É educativo pelo *processo* porque a participação direta ajuda desenvolver pessoas. O cidadão que passa a escrever para o jornalzinho; a falar no rádio; a fazer o papel de ator num vídeo popular; a criar, produzir e transmitir um programa de rádio ou de televisão; a discutir os objetivos, a linha editorial e os princípios de gestão do meio de comunicação; a selecionar conteúdos etc., vive um processo de educação informal em relação a compreensão da mídia e do contexto onde vive. Situação que ajuda a desmistificar a mídia, pois a mesma costuma ser vista como algo inacessível – como coisa só de especialistas, de “gente estudada” - pelo cidadão comum.

Os meios de comunicação produzidos por setores organizados das classes subalternas, ou a elas organicamente ligados, acabam por criar um campo propício para o desenvolvimento da educação para a cidadania. As relações entre educação e comunicação se explicitam, pois as pessoas envolvidas em tais processos desenvolvem o seu conhecimento e mudam o seu modo de ver e relacionar-se com a sociedade e com o próprio sistema dos meios de comunicação de massa. Apropriam-se das técnicas e de instrumentos tecnológicos de comunicação, adquirem uma visão mais crítica, tanto pelas informações que recebem quanto pelo que aprendem através da vivência, da própria prática. Por exemplo, a seleção de notícias a que a pessoa se vê obrigada a fazer na hora de montar o noticiário na rádio comunitária, bem como os demais mecanismos que condicionam o processo de produzir e transmitir mensagens com os quais se depara cotidianamente, lhe tira a ingenuidade sobre as estratégias e as possibilidades de manipulação de mensagens pelos grandes meios de comunicação de massa. Passa a conhecer as possibilidades de seleção das mensagens, os conflitos de interesses que condicionam a informação ou a programação, a dinâmica do mercado publicitário, além da força (poder de dar visibilidade pública e de influência) que tem um meio de comunicação, tal como o rádio, o jornal, a televisão, um sítio na internet etc. (Peruzzo, 2002, p. 6

As dimensões do engajamento na dinâmica local, conteúdo das mensagens e da participação em todas as fases do processo comunicativo, em geral, acontecem interligadas e se configuram como o ideal em termos de ação edu-comunicativa no âmbito dos movimentos comunitários. No entanto, é sabido que a questão da participação ativa²⁸ das pessoas nas várias fases de um processo de comunicação comunitária é algo ainda restrito a um número limitado de experiências. Não obstante, aquelas onde nem todos os três elementos se realizam interligados, também têm o seu valor. A participação só no conteúdo, por exemplo, mesmo que se dê isoladamente, assegura certo grau de potencialidade educativa. Um programa de televisão ou de rádio, mesmo que não seja produzido com a participação ativa da própria população (através de seus representantes) a quem também se destina o produto final, mas por uma equipe local de moradores, ou até pelos funcionários de uma organização não governamental ou de um sindicato, por exemplo, têm o potencial de contribuir na formação da consciência crítica e ampliação do nível de conhecimento dos emissores e dos receptores (Peruzzo, 2002, p.6).

Como se sabe, a educação, entre outras dimensões, implica um educar-se a si mesmo. Como diz Kaplúm (1999, p.74), “educar-se é envolver-se em um processo de múltiplos fluxos comunicativos. O sistema será tanto mais educativo quanto mais rica for a trama de interações comunicacionais que saiba abrir e por à disposição dos educandos”.

Os movimentos sociais têm o potencial de modificar valores e instituir mudanças de posturas. Ajudam a romper a “cultura do silêncio” das maiorias, como afirma Paulo Freire (1981), ou a cultura da submissão, do cidadão ausente, de um cidadão sem voz, para uma nova cidadania, como esclarece Jesús Martín-Barbero (1999). “Diluíram-se, em boa medida, aquelas instituições, aqueles espaços nos quais o cidadão se formava, ao mesmo tempo em que exercia a cidadania. No momento, (...) [existe] uma multiplicidade de movimentos, um pouco tateantes, construindo, por um lado, uma superação, em certa medida do silêncio. Isto é existe uma insubmissão, uma rebeldia frente ao poder da Igreja, (...) do Estado, (...) da escola... frente a muitos poderes. Tudo o que passa pelos movimentos feministas, pelos movimentos ecológicos, pelos movimentos homossexuais, étnicos, raciais, os movimentos dos negros. (...) Existem

²⁸ Participação ativa e ampliada da população é coisa que se constrói lentamente, na própria dinâmica social, por causa das condições encontradas e conforme o grau de compromisso das pessoas com a própria cidadania. Ver Peruzzo (2004).

elementos de uma nova sociabilidade, uma nova agenda de temas importantes para as pessoas. (...) Estes movimentos, pequenos, em sua maioria inarticulados, à medida que se articulem e articulem a escola, e os meios de comunicação municipais, comunitários, irão criando redes de formação de cidadãos que vão ser muito eficazes, para fazer com que essas vozes dispersas comecem a tomar corpo no espaço regional e, inclusive, no espaço nacional” (Martín-Barbero, 1999 p.78-79).

Como foi demonstrado, em processos participativos avançados os receptores das mensagens dos meios de comunicação se tornam também produtores e emissores das mesmas, como também gestores do processo de comunicação. O cidadão se torna *sujeito* dos meios de comunicação e tende a mudar o seu modo de ver o mundo e de relacionar-se com ele e com a mídia.

Para a concretização do envolvimento direto na produção e na gestão da comunicação comunitária há que existir canais abertos e desobstruídos de participação. Enfim, a participação precisa ser facilitada. Não bastam críticas (brincas) pela não participação, nem convites vagos e sem perspectivas concretas de viabilização.

Há ainda a necessidade de se ter clareza da importância da efetivação de mecanismos que facilitem a representatividade da população e de duas organizações nas várias instâncias de funcionamento de um meio de comunicação ou um conselho comunitário. Para tanto, basta que se valorizem as organizações locais dando-lhes espaço efetivo de participação na tomada de decisões. A formação de um conselho de comunicação local ou de associações comunitárias representativas contribui para abalar uma certa tendência ao autoritarismo, típico de nossa cultura e reproduzido por lideranças.

No fundo, participação implica na tomada de decisões políticas e no emprego de metodologias adequadas de ação²⁹. Se a estratégia comunicacional tiver no horizonte apenas a prática da grande mídia e das organizações tradicionais de ação comunitária, dificilmente seguirá por caminhos que não sejam a reprodução de estilos clientelísticos, de programação unidirecional e de ver o meio de comunicação apenas *como fim* (conscientizar, convencer, educar) e não como *meio facilitador* de um processo de auto-emancipação cidadã.

²⁹ Ver Peruzzo (2004)

Na concepção instrumental dos meios, ou seja quando são vistos como fim, são usados para doutrinar aqueles tidos como ignorantes, às vezes se apresenta como democrática, mas acaba sendo verticalizada e unilateral.

A questão central é tornar o ser humano sujeito do processo de mudança social, que passa pela comunicação, mas também pelos demais mecanismos de organização e ação populares. Queremos dizer que os vários processos aqui enfatizados não se limitam à ação de *meios* de comunicação. Estes podem ser facilitadores da ação cidadã e têm um papel importante, mas a dinâmica social local é mais ampla e complexa. Desse modo, todas as áreas da comunicação (relações públicas, publicidade, jornalismo, editoração etc.) e demais campos do conhecimento têm espaço potencial para ação concreta dentro de suas especialidades. O que mais importa é a conjugação de princípios que favoreçam a autogestão popular, o respeito ao interesse social amplo e a inserção das pessoas como protagonistas da comunicação e organização populares.

Comitê local de comunicação

Na diversidade característica de nossa sociedade em que a mídia tradicional cada vez mais revela o seu poder de influenciar a pauta do que (assuntos) e como (versão dada) se discute publicamente, as mídias comunitária e local vão marcando presença nas localidades. Começa a despontar, inclusive, a convocação de lideranças populares e de professores e alunos das faculdades de comunicação, para discutirem a comunicação comunitária, ao mesmo tempo em que há uma retomada da discussão sobre a democratização da mídia³⁰ na sociedade brasileira.

No contexto desses debates tem surgido a idéia de formação de conselhos ou de comitês locais de comunicação, como maneira de se avançar na utilização das tecnologias de comunicação para colocá-las a serviço do desenvolvimento comunitário e da cidadania.

³⁰ A título de exemplo, mencionamos a 1ª Conferência Metropolitana da Cidadania (Santos-SP, outubro de 2003), que colocou a comunicação cidadã no centro dos debates; a realização da 1ª Conferência Nacional de Comunicação Comunitária realizada em Pelotas-RS (novembro de 2003) que destinou todo o evento para a discussão do tema da comunicação comunitária. Há a experiência do Programa Comunidade Ativa – ligado ao projeto Comunidade Solidária – que investiu na formação de lideranças locais visando incrementar meios comunitários de comunicação (2002), a realização de fóruns em grandes cidades para debater a necessidade de democratizar os meios de comunicação, a inclusão explícita da defesa da comunicação comunitária na Campanha CRIS e no Fórum Social Mundial, entre outras iniciativas que evidenciam a retomada ascendente do tema.

Um organismo desse tipo pode constituir um *núcleo* facilitador da ação comunicativa e ajudar na consecução dos interesses coletivos em relação à mídia local, pode vir a ser até o embrião de um Conselho Regional de Comunicação.

Um Comitê Local de Comunicação pode ter como finalidade básica servir de pólo motivador, aglutinador e facilitador das atividades de comunicação relacionadas ao desenvolvimento comunitário. As possíveis atribuições de um Comitê Local de Comunicação³¹ são:

- a) Fazer um levantamento (diagnóstico) sobre quais são os meios de comunicação existentes na localidade e dentre eles quais seriam os mais adequados para servir como instrumento de comunicação local.
- b) Diagnosticar quais são as necessidades locais em matéria de comunicação.
- c) Contribuir para a formação de equipes de comunicação visando implementar sistemas de informação e comunicação comunitários, como por exemplo um boletim informativo, rádio comunitária, um sistema de alto-falantes, um programa de rádio para ser exibido em emissoras existentes etc.
- d) Contribuir para a melhoria da performance de meios comunitários já constituídos.
- e) Desenvolver mecanismos de mobilização e de incentivo à organização local para uso dos meios de comunicação comunitária.
- f) Organizar cursos e oficinas de capacitação para o uso da comunicação (exemplo: jornal, expressão verbal, rádio, vídeo, cartaz, internet etc.).
- g) Organizar treinamentos para elaboração de projetos de captação recursos.
- h) Ocupar espaços nos meios de comunicação locais (não só os comunitários) através de entrevistas, depoimentos, sugestões e até com programas próprios produzidos por alguma entidade popular ou equipes de comunicação da própria população;
- i) Divulgar as atividades das organizações comunitárias e contribuir para motivar as pessoas a participação na comunicação.

São proposições gerais elencadas como forma de contribuir para o debate, pressupondo-se que cada comitê constituído seja ajustado às condições e necessidades de cada lugar.

³¹ Trata-se de uma versão revista da proposta apresentada no Seminário "I Expo Brasil de Desenvolvimento Local", promovido pelo Programa Comunidade Solidária/ DLIS (Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável) / Comunidade Ativa, no dia 21 de novembro de 2002 em Brasília-DF.

Considerações finais

O processo de mudança social em curso cria novas demandas às comunidades. Entre elas estão os comitês locais que tendem a se formar; o surgimento das comunidades virtuais (numa conjuntura em que apenas o alto-falante ainda é o meio de comunicação acessível em alguns lugares); a prontidão social para exercício da cidadania; a configuração de processos plurais de comunicação em detrimento do sectarismo de uma outra época; os graves problemas de desigualdade social que colaboram para a exclusão do acesso à comunicação no sentido da capacidade de abstração e de expressão de pessoas etc. São indicativos da necessidade de mudança nas posturas das universidades e das empresas. É um ambiente em que há exigência de novos conhecimentos e nova postura no exercício profissional.

Na verdade a valorização do local e do comunitário na sociedade globalizada evidencia a busca pelo exercício da cidadania que está ao alcance de qualquer cidadão. A força da proximidade e da familiaridade com o contexto vivido e experimentado contribui para romper pressupostos teóricos e da prática jornalística tradicional condizentes com a grande mídia.

Há que se reconhecer a existência da diversidade de processos de comunidade na sociedade e respeitar as iniciativas autônomas da sociedade civil.

O acesso do cidadão aos meios de comunicação na condição de protagonista é fundamental para ampliar ao poder de comunicar. Quando esse protagonismo é desenvolvido pelas organizações de interesse social ocorre uma possibilidade maior de se colocar os meios de comunicação a serviço do desenvolvimento comunitário e desse modo ampliar os direitos à liberdade de expressão a todos os cidadãos.

Direito à comunicação não diz respeito apenas ao direito básico do cidadão em ter acesso à informação livre e abundante ao conhecimento produzido pela humanidade. Isso é essencial nas sociedades democráticas. Nem se cogita a possibilidade de restrições à liberdade de informação e de expressão. Porém, direito à comunicação na sociedade contemporânea inclui o direito ao acesso ao poder de comunicar, ou seja, que o cidadão e suas organizações coletivas possam ascender aos canais de informação e comunicação -rádio, televisão, internet, jornal, alto-falantes etc. – enquanto emissores de conteúdos, com liberdade e poder de decisão sobre o que é veiculado. Nessas condições o cidadão se torna sujeito, assume um papel ativo no processo de comunicação.

Os meios de comunicação são bens públicos constituído pelo conhecimento acumulado pela humanidade. Pertencem a sociedade e a ela devem estar subordinados. Tanto o controle oligárquico dos meios de comunicação, como o impedimento ao acesso amplo das comunidades aos canais de comunicação, decorrem de contingências históricas que podem ser transformadas pela ação dos próprios cidadãos.

Referências Bibliográficas

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BURCH, Sally. **CMSI: acuerdos mínimos y compromisos débiles**. 16 dez 2003. Disponível em: www.movimientos.org/foro_comunicacion (documentos). Acesso em: 12 fev 2004.

_____. FSM 2004: la necesidad de um movimiento por el derecho a la comunicacion. ALAI-América Latina. Buenos Aires: ALAI, 20 Jan 2004. Disponível em: www.alainet.org. Acesso em: 02 fev 2004.

CAMACHO AZURDAY, Carlos. El derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa. La Paz. Disponível em: www.felafacs.org/puertorico2003/mesa_1/Carlos%/20A%Camacaho.doc. Acesso em 13 fev 2004.

DECLARAÇÃO da Sociedade Civil. CMSI - Cumbre Mundial Sociedad Información: puntos de referencia esenciales de la sociedad civil para la CMSI. 15 Dez 2003. Disponível em: www.genebra2003.org/WSIS/index_c03_3_18htm. Acesso em: 13 fev 2004.

DEMO, Pedro. **Participação é conquista**. São Paulo: Cortez, 1988.

DOWNING, John D.H. **Mídia radical**. São Paulo: Senac, 2002.

FREIRE, Paulo. **A educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática: 1995.

LEÓN, Osvaldo. **Democratização das comunicações**. Disponível em: www.movimientos.org/foro_comunicacion (documentos). 20 jan 2002. Acesso em: 13 fev 2004.

HAMELINK, Cees. El derecho a comunicarse. **Boletim PADH**. Ecuador: Universidad Andina Simon Bolívar, nov.2002. Disponível em: www.uasb.edu.ec/padh/boletin4/cris/hamelink.htm Acesso em: 13 fev 2004.

KAPLÚM, Mário. Processos educativos e canais de comunicação. **Revista Comunicação & Educação**. São Paulo: Moderna/Eca-Usp, jan./abr. de 1999 .p.68-75.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Sujeito, comunicação e cultura. **Revista Comunicação & Educação**. São Paulo: Moderna/Eca-Usp, maio/ago.1999. n.15. – Entrevista concedida a Roseli Fígaro e Maria Aparecida Baccega.

MERINO UTRERAS, Jorge. **Comunicación popular alternativa y participatoria**. Quito: CIESPAL, 1988. Manuales didácticos.

OEYEN, Victor van; LIMA, Paulo & SALAIMEN, Graciela. A Campanha CRIS. **Revista do Terceiro Setor**. Extraído do texto “A Cúpula Mundial de 2003: a Sociedade Informacional”. São Paulo: RITS, junho de 2002. Disponível em: www.cmsi.org.br/cris.htm . Acesso em: 23 jan 2004.

PASQUALI, Antonio & JURADO, Jomel. **Propuesta de formulación del derecho a ala comunicación**. Junho de 2002. Disponível em: www.movimientos.org/foro_comunicacion (documentos). Acesso em: 12 fev 2003

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

_____. Webjornalismo: do hipertexto e da interatividade ao cidadão jornalista. **Verso e Reverso – Revista da Comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, n.37, p.77-95, 2003.

_____. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. **Revista PCLA – Pensamento Comunicacional latino Americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco-Umesp, v.4,n.1, p.1-9, 2002. Disponível em: <www.metodista.br/unesco/pcla>.

_____. Mídia comunitária. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, n. 30, p. 141-156, 1998.

_____. Ética, liberdade de imprensa, democracia e cidadania. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, n. 2, v. XXV, p. 71-88, 2002.

REIS, Miguel. **Variações sobre comunicação e direito**. Lisboa: Miguel & Associados – Sociedade de Advogados. Disponível em: www.mreis.pt/docs/dircom2.htm Acesso em: 23.jan.2004.

THE CRIS campaign. Sociedade da informação: de quem? Disponível em: www.crisinfo.org/livre/index.php?section= . Acesso em: 13 fev 2004.

VIEIRA, Liszt. **Cidadania e globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2000.