



## **COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA NOS BAIRROS DE CRUZ ALTA E O EXERCÍCIO DA CIDADANIA**

TORRES, Isadora<sup>1</sup>; CAVALHEIRO, Ariane<sup>2</sup>, ISER, Fabiana<sup>3</sup>

**Palavras-Chave:** Comunicação Comunitária. Cidadania. Mobilização. Construção coletiva.

### **INTRODUÇÃO**

Este trabalho apresenta um projeto de pesquisa desenvolvido pelo curso de Jornalismo da Universidade de Cruz Alta – RS, cujo objetivo principal é refletir sobre a comunicação comunitária, sua relevância no contexto social e importância na construção da cidadania, a partir de uma pesquisa participante nos bairros de Cruz Alta, buscando contribuir na mobilização para produção de veículos comunitários neste universo.

As primeiras iniciativas em Comunicação Comunitária no Brasil são da década de 1940, entretanto, pode-se perceber um aumento significativo na proporção e alcance durante os anos 1970, apoiada a movimentos sociais, quando mostra caráter de resistência à imprensa vigente. Alguns dos fatores que caracterizam a Comunicação Comunitária e a diferencia dos padrões comerciais são: (1) o desinteresse econômico – não há, e nem deve haver, busca por lucro; (2) o método – a comunicação comunitária é feita dentro da comunidade por pessoas que a ela pertencem para ser consumida dentro desse grupo; (3) o motivo – o objetivo de um veículo comunitário é atender a demandas específicas do grupo, de uma forma que a imprensa tradicional é incapaz de fazer por conta de sua rotina produtiva, e promover cultura e cidadania.

A presença física da proposta de veículos e processos comunicacionais comunitários tem sido revisitada amplamente, e sempre fazendo cada vez mais sentido, especialmente em países oligárquicos como o Brasil, onde a questão fundiária se conjuga com favores estatais e negócios privados nos setores que poderiam e deveriam ser de acesso público. Vide saúde, educação e, por que não, também a mídia. (PAIVA, 2007, p.136)

---

<sup>1</sup> Bolsista PIBIC. Acadêmica do 8º semestre de Jornalismo da UNICRUZ. E-mail: isa\_daltrozotorres@hotmail.com

<sup>2</sup> Bolsista voluntária. Acadêmica do 8º semestre de Jornalismo da UNICRUZ. E-mail: ariirodrigues@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho, Professora do Curso de Jornalismo da UNICRUZ. E-mail: fiser@unicruz.edu.br



O desenvolvimento de veículos de comunicação comunitária amplia a participação e a oportuniza a construção coletiva do discurso socialmente relevante para a comunidade que a realiza (PERUZZO, 2006). Sendo assim, entendemos a urgência de iniciativas nesse sentido e a importância do estudo da temática aqui exposta.

## **METODOLOGIA**

O estudo desenvolvido neste projeto está dividido em três etapas: pesquisa bibliográfica, pesquisa exploratória e pesquisa participante. A pesquisa bibliográfica se desenvolve ao longo de todo o projeto, por meio dela conseguimos ampliar o entendimento dos conceitos de comunicação comunitária e cidadania, estabelecendo relações entre eles. A pesquisa de campo inicia com uma pesquisa exploratória por meio de um questionário semiestruturado realizado com líderes comunitários das associações de moradores existentes nos bairros de Cruz Alta. O resultado deste questionário é o levantamento de iniciativas que se assemelham ou são veículos de comunicação comunitária. Esse mapeamento é fundamental para a sequência do projeto. O momento seguinte do trabalho é a pesquisa participante. Nesta etapa teremos um contato mais próximo com as atividades realizadas dentro dos bairros a fim de compreendê-las. Entendemos que a pesquisa participante é a melhor forma de conseguir perceber o funcionamento e as motivações por trás dos veículos pelo viés do próprio grupo.

A pesquisa participante na área da Comunicação tem se concretizado num tipo de investigação em que o pesquisador interage com o grupo pesquisado, acompanha as atividades relacionadas ao “objeto” em estudo e desempenha algum papel cooperativo no grupo (PERUZZO apud DUARTE; BARROS, 2010, p.137).

Com o intuito de promover a interação entre os líderes, para que possam trocar experiências e de, mais uma vez, estimular a reflexão quanto a relevância da comunicação comunitária como um meio de levar cultura e cidadania para os bairros, a pesquisa participante também nos levará a organizar encontros com grupos focais.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Cruz Alta tem 63 divisões geopolíticas, entre bairros, localidades e distritos. Dentro dessas divisões, algumas conseguem se organizar em associações de moradores, com presidência ou diretoria. Cada organização se estrutura de maneira diferente, com mandatos,



eleições, regras e periodicidade distintas. Nem metade dos bairros da cidade possui uma associação organizada, o que mostra que o engajamento e o interesse político, que poderiam garantir mais acesso à cidadania e direitos fundamentais, são escassos. Mesmo dentre os bairros com associações, encontramos certa resistência por parte dos presidentes. Essa relutância em participar de nossa pesquisa foi demonstrada quando muitos atenderam nossas primeiras ligações e negaram contatos posteriores para participação no questionário. Outro aspecto que tornou dificultoso o encontro com fontes para a pesquisa exploratória foi a desatualização dos dados junto à prefeitura de Cruz Alta, onde a lista de associações de moradores de bairro é do ano de 2011.

Assim, foi possível realizar a pesquisa exploratória com 24 associações. Dessas, apenas duas possuem sede própria para a realização de reuniões. Os outros bairros, quando se reúnem, precisam fazê-lo na casa de um morador – comumente um dos membros da diretoria ou o presidente – em uma escola ou igreja que empreste o espaço. Quanto às reuniões em si, um ponto foi apontado com unanimidade: a participação dos moradores é pequena. Segundo os presidentes entrevistados apenas uma pequena parcela da população comparece às discussões. O número aumenta quando são reuniões em que autoridades municipais estão presentes, as chamadas reuniões de orçamento participativo, embora nem sempre esse aumento seja significativo.

Sobre a comunicação comunitária percebe-se um entendimento superficial do conceito e que algumas iniciativas aproximam-se do que entendemos por veículos comunitários, porém não atendem a todas as qualidades que estes exigem. Uma tendência observada é a utilização dos meios digitais para comunicar entre os moradores. Oito dos bairros, o que corresponde a um terço dos entrevistados e a mais da metade dos que possuem alguma iniciativa, criaram grupos nas redes sociais *Facebook* ou *Whatsapp* para repassar avisos e comunicados.

Essa é a iniciativa mais próxima de comunicação comunitária que os bairros têm realizado atualmente. Outras formas de repassar informações percebidas tem sido ligar para ou visitar cada morador e colar cartazes em pontos de passagem, como mercados e padarias. Com o mapeamento de iniciativas já realizado, atualmente, nosso estudo se encaminha para a pesquisa participante. Entendemos que essa etapa é de suma importância para os impactos sociais que a comunicação comunitária pode trazer para os grupos. Estamos então, contatando e mobilizando grupos focais para dar continuidade à pesquisa.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com as etapas já concluídas podemos confirmar um ponto que já era apontado no início da pesquisa bibliográfica: muitas vezes falta a motivação inicial das comunidades para que veículos de comunicação sejam criados. Entendemos que a universidade tem um papel importante no trabalho de conscientizar e promover a reflexão sobre comunicação comunitária, sendo esta capaz de proporcionar um espaço único de divulgação de opiniões, questionamentos e reflexões sobre os assuntos pertinentes ao grupo social. Isso representa certa independência em relação à mídia convencional, o que se torna vital para aprimorar as relações em uma comunidade. Os resultados deste projeto somarão às referências bibliográficas trabalhadas dentro da disciplina de Comunicação Comunitária do curso de Jornalismo, para que se conheça a situação local desse tipo de iniciativa. Além da dimensão teórica, esse estudo pretende ser a base de um futuro projeto de extensão que auxilie as comunidades na criação e manutenção de seus veículos.

## REFERÊNCIAS

PAIVA, Raquel (org). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

PERUZZO, Cicília M. K. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária**. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom. Brasília: UnB, 2006.

\_\_\_\_\_. **Observação participante e pesquisa-ação**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª ed. 4ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.