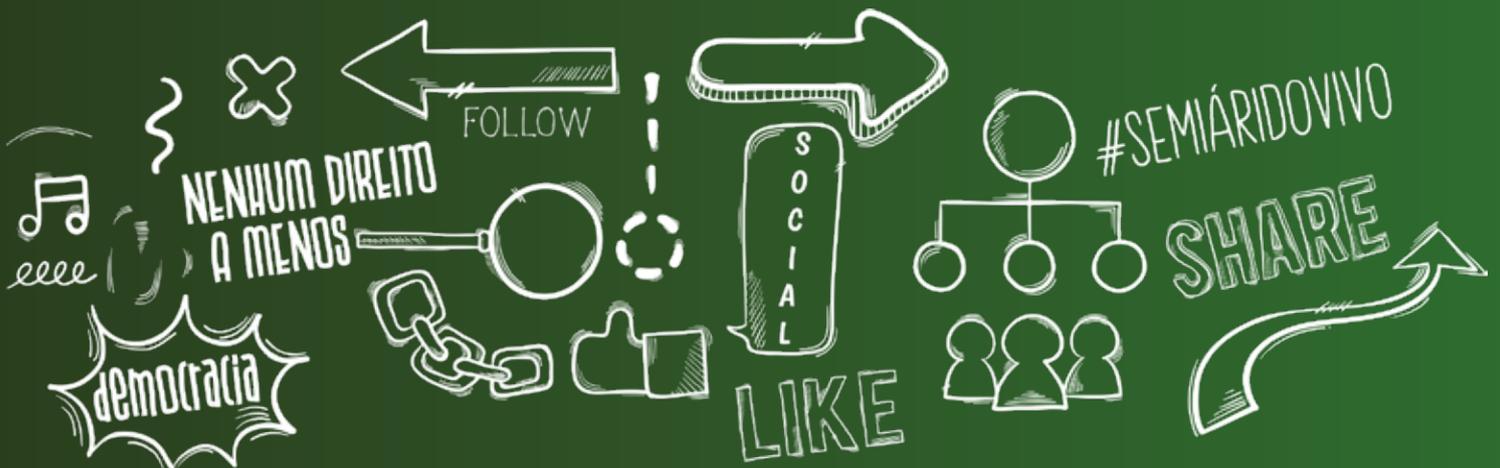


COMUNICAÇÃO PARA A CONVIVÊNCIA COM O SEMIÁRIDO





FICHA TÉCNICA

Instituto Regional da Pequena Agropecuária Apropriada (Irpaa)

Diretoria

Harald Schistek – Presidente
João Mendes de Sena – Vice Presidente
Adilson Ribeiro dos Santos - Tesoureiro
Refaisa – Rede das Escolas Famílias Agrícolas Integradas do Semiárido - Secretária

Conselho Fiscal

Amefas - Associação Comunitária Mantenedora da Escola Família Agrícola de Sobradinho
Ednalva dos Santos
Luís Araújo de Castro

Coordenação Colegiada

Cícero Félix dos Santos – Coordenador Geral
Nívea Solange Rocha da Silva – Coordenadora Administrativa
Tiago Pereira da Costa – Coordenador Institucional

Publicação

Textos

Érica Daiane da Costa Silva
Karine Pereira da Silva

Edição

Álvaro Luiz Alves da Silva
Gisele Ferreira Ramos

Revisão

Conselho Editorial - Irpaa

Projeto Gráfico

Imburanatec Design

Ilustrações

Hernandes Nascimento

Capa

William França

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

F981e

Instituto Regional da Pequena Agropecuária Apropriada (Irpaa)
Comunicação para a Convivência com o Semiárido - Bahia, 2019. il. color.
ISBN: 978-85-88104-08-2 | **1. Comunicação. 2. Convivência com o Semiárido. I. Título**

CDU 641-1.

SUMÁRIO

Apresentação	4
Introdução	5
O que é comunicação?	6
Meios e mensagens	8
Monopolio da mídia	16
Como a mídia mostra o Semiárido	20
Qual o problema?	24
Qual Semiárido a mídia não mostra?	26
Democratização da comunicação	28
Comunicação é um direito humano!	30
A nossa comunicação é comunitária e popular	32
Como estimular a comunicação na comunidade?	34
Como criar um meio de comunicação?	36
Educomunicação	38
Experiências	39

APRESENTAÇÃO

Pensar e defender uma comunicação que promova a Convivência com o Semiárido parte da necessidade de entendermos o poder da comunicação, principalmente, na construção de estereótipos desta região, e como a manipulação dos meios de comunicação determinam definições e conceitos sobre aspectos geográficos, econômicos, políticos, culturais, climáticos e sociais do Nordeste e do Semiárido brasileiro.

A compreensão desse campo, pouco discutido pelas populações do Semiárido, tem como base a Educação para as mídias ou crítica da mídia, a democratização da comunicação e o direito humano à comunicação. Para debater estas questões junto às comunidades, a cartilha foi dividida em quatro partes, a saber:

A primeira parte faz uma abordagem geral sobre o que é a comunicação; A segunda parte trata do monopólio dos meios de comunicação, apontando o cenário da comunicação no país, quais os meios e mensagens, qual o efeito deste monopólio e a crítica da mídia; A terceira parte aborda a comunicação para a Convivência com o Semiárido como um contraponto ao monopólio da mídia; A quarta parte aponta caminhos para o exercício da comunicação popular na busca pela garantia do direito humano à comunicação.

A discussão é apresentada a partir de imagens e apontamentos para análise das mesmas, tomando como base as seguintes perguntas:

O que a gente vê? Momento de pedir aos participantes a falarem o que estão vendo na imagem;

O que isso significa? Momento onde quem facilita a atividade fala sobre o assunto mostrado na imagem;

O que aprendemos com isso? Momento do debate entre os/as participantes e os mediadores do conteúdo debaterem sobre o assunto, pontuando aprendizados e compreensões.

Esta cartilha não é um livro de receitas. A intenção é apresentar as imagens e lançar as perguntas, uma de cada vez, fazendo com que ocorram as interpretações e compreensão do conteúdo da cartilha por parte de quem a estuda em uma formação, e que este conteúdo também sirva de material de apoio para as pessoas compartilharem em suas comunidades.

Boa leitura e bom trabalho!

INTRODUÇÃO

A defesa da Convivência com o Semiárido que vem sendo feita pelo Instituto Regional da Pequena Agropecuária Apropriada - Irpaa desde sua fundação em 1990 sempre incluiu a comunicação como elemento importante para a mudança de paradigma no que diz respeito ao olhar para a região semiárida do Brasil.

Nos anos iniciais de trabalho da instituição, especialmente no chão das comunidades rurais e envolvendo organizações populares, surgiram as inspirações para confecção de cartilhas e cartazes que até hoje levam para o público em geral mensagens de como é possível conviver com o clima a partir de uma boa relação também com os aspectos ligados à água, terra, produção apropriada e educação contextualizada. A comunicação sempre esteve presente também a partir da arte popular como o teatro de bonecos, a produção de vídeos e exibição de imagens em uma época em que poucas comunidades rurais possuíam energia elétrica. Andar com baterias e/ou geradores era uma prática comum da equipe de comunicação na primeira década de existência do Irpaa.

Hoje em dia, em tempos de internet, cujos conteúdos alcançam a maior parte dos mais longínquos povoados, a necessidade da Comunicação para Convivência com o Semiárido só aumenta. As formas de interação mudaram, ousamos ocupar mais os espaços midiáticos produzindo conteúdos regionalizados, contextualizados com a diversa realidade desta região.

Com a internet, sem dúvida a pluralidade de vozes é bem maior. Mas ela não está acessível a todos e todas e no contexto geral prevalece o monopólio da chamada "grande mídia". Mesmo se tratando de concessões públicas, o império de pouco mais de cinco grupos empresariais define o que deve ser notícia e entretenimento nos canais de informação, estimula o consumo de produtos e ideias e acabam por forjar a chamada "opinião pública", que, na verdade, é uma opinião que atende aos interesses dos Meios de Comunicação e seus financiadores. Estes interesses não são os mesmos de grande parte dos grupos sociais que habitam o Semiárido.

Esta cartilha busca apresentar um pouco da formação em Comunicação para Convivência com o Semiárido que o Irpaa vem promovendo ao longo desses anos, buscando seguir as mudanças no cenário da comunicação no país, porém sempre defendendo esta como um direito humano, o qual é essencial para consolidação da Convivência com o Semiárido.

Boa conexão!

O QUE É COMUNICAÇÃO?

O que a gente vê?

Pinturas rupestres, pessoas e balões, jornal impresso, computador, câmera filmadora, telefone, bola e mão gesticulando uma regra do esporte.

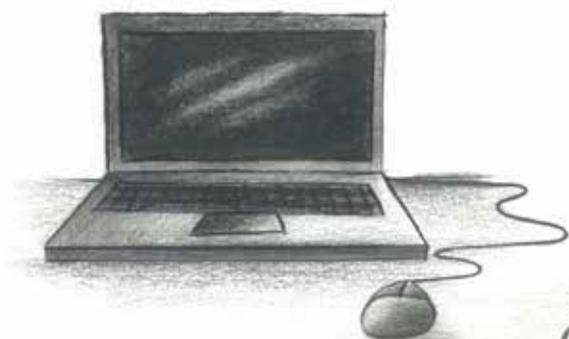
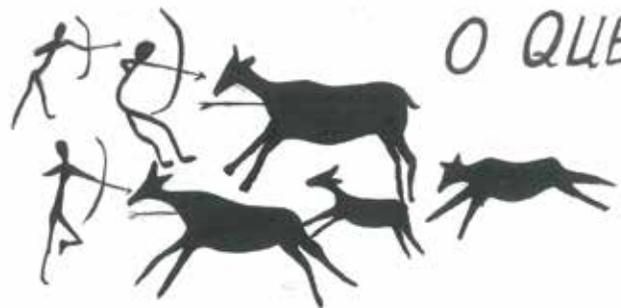
O que isso significa?

A imagem mostra diversos elementos que representam diferentes formas de comunicação. Quando nascemos a maioria de nós, de imediato, já nos comunicamos por meio do choro. Daí em diante são inúmeras as formas de comunicação na vida em sociedade. As pinturas rupestres, por exemplo, representam uma comunicação entre os povos, que há milhares de anos viveram em determinada região, com as gerações atuais. A comunicação interpessoal aparece representada pelos dois bonecos e seus balões, como se mostrassem um diálogo entre duas ou mais pessoas. Vemos ainda no desenho alguns meios de comunicação. Podemos compreender que se tratam de meios de comunicação usados para aproximar pessoas distantes, como é o caso do telefone, ou para compartilhar informações para um grande número de pessoas ao mesmo tempo, a exemplo do jornal, do audiovisual e da internet.

O que aprendemos com isso?

A comunicação é inerente ao ser humano, portanto é um direito. Nos comunicamos em diversos ambientes, seja no convívio familiar, na comunidade, nos grupos sociais que integramos. Praticamos diariamente a comunicação interpessoal através da fala e da audição, da linguagem de sinais, dos gestos, entre outras. Já os meios de comunicação são instrumentos tecnológicos que foram inventados pelo ser humano com o objetivo de facilitar o processo de comunicação, incluindo aí o desejo de socializar informações em larga escala, ultrapassando a comunicação interpessoal e atingindo o que chamamos de Comunicação de Massa. Ao longo dos anos os modelos e as funções desses meios vem se modificando, provocando uma verdadeira revolução na comunicação.

O QUE É COMUNICAÇÃO?



MEIOS E MENSAGENS

O que a gente vê?

Abaixo da pergunta "Quem?" vemos uma pessoa em pé e quatro logomarcas de empresas de comunicação existentes no Brasil ligadas ao corpo dessa pessoa. Há também uma logomarca no lugar da cabeça dessa pessoa.

O que isso significa?

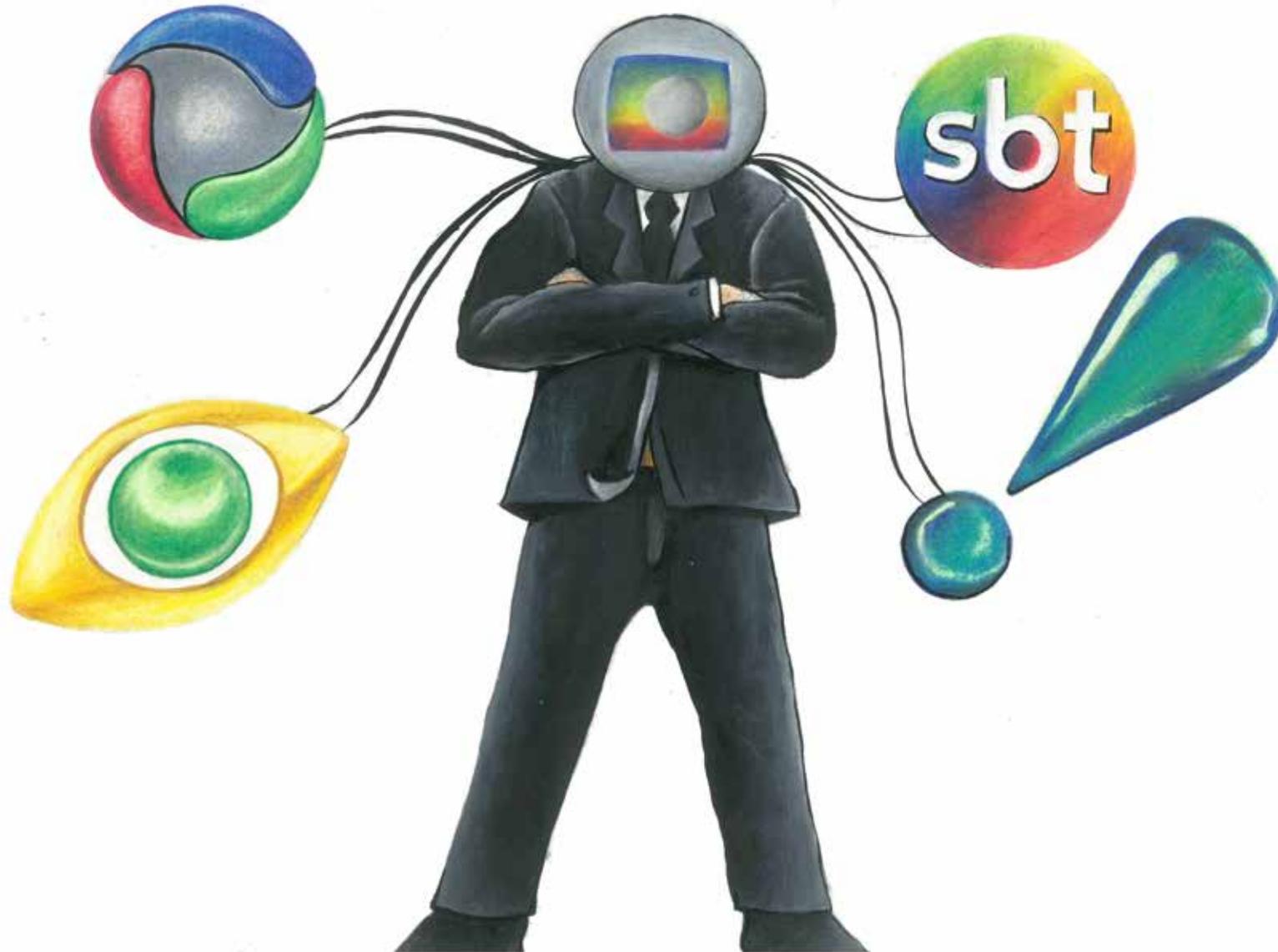
Ao responder a pergunta "Quem?" o desenho nos mostra a logomarca da maior empresa de comunicação do país no lugar da cabeça da pessoa e as logomarcas de outras empresas também ligadas ao corpo como se dominassem esse ser humano que se mantém de braços cruzados.

O que aprendemos com isso?

Os meios de comunicação são capazes de dominar as pessoas. No Brasil são poucos grupos que exercem esse poder, constituindo assim uma minoria (Quem) que emite mensagens para a maioria consumir, muitas vezes sem abrir espaço para o direito de questionar, discordar ou expressar suas opiniões.

Que a informação é transformada em produto a ser consumido, como um programa de TV que diz o que é moda ou não é, o que é bonito e o que não é, cria padrões, verdades e interfere na opinião da população sobre assuntos como alimentação, beleza, etc. Faz um papel de assessor do mercado.

QUEM ?



MEIOS E MENSAGENS

O que a gente vê?

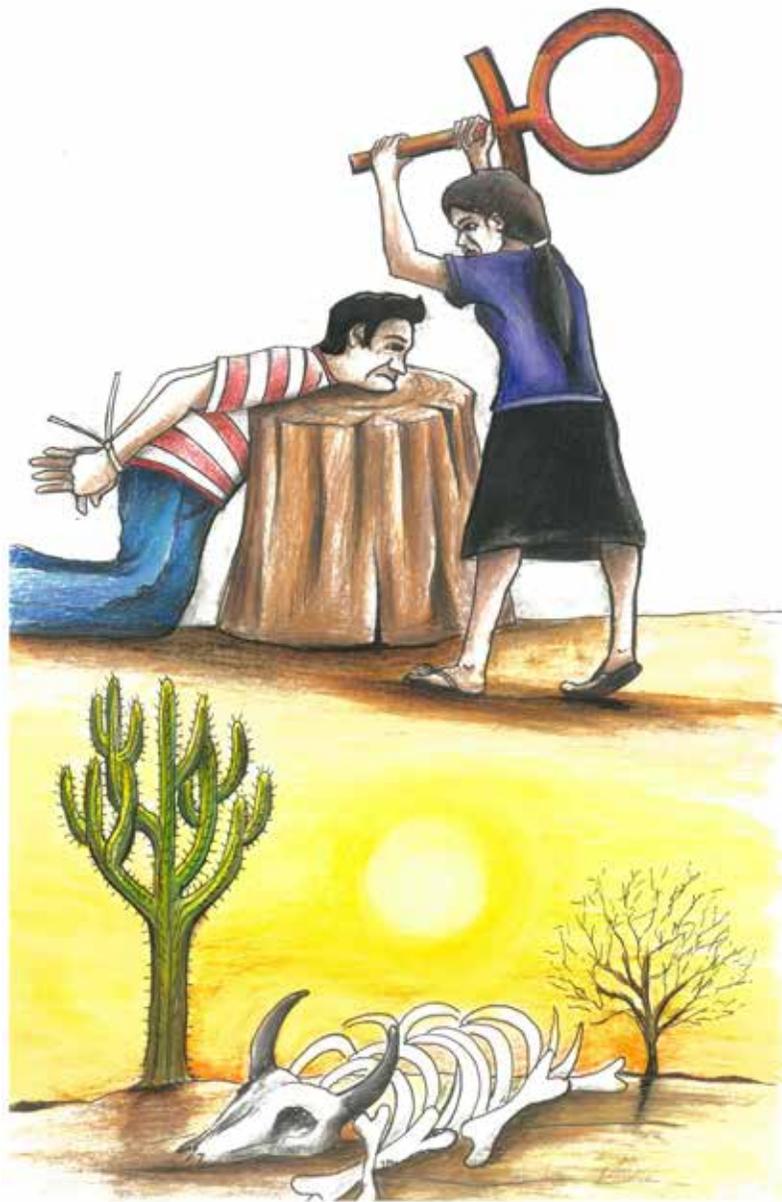
Abaixo da pergunta “Diz o quê?” vemos uma mulher com o símbolo do feminismo na mão agredindo um homem; o desenho mais largo do corpo de uma mulher com uns pontilhados na parte mais interna e uma miniatura de uma mulher bastante magra sendo segurada na mão; um mandacaru com sol ao lado e um esqueleto de vaca no chão.

O que isso significa?

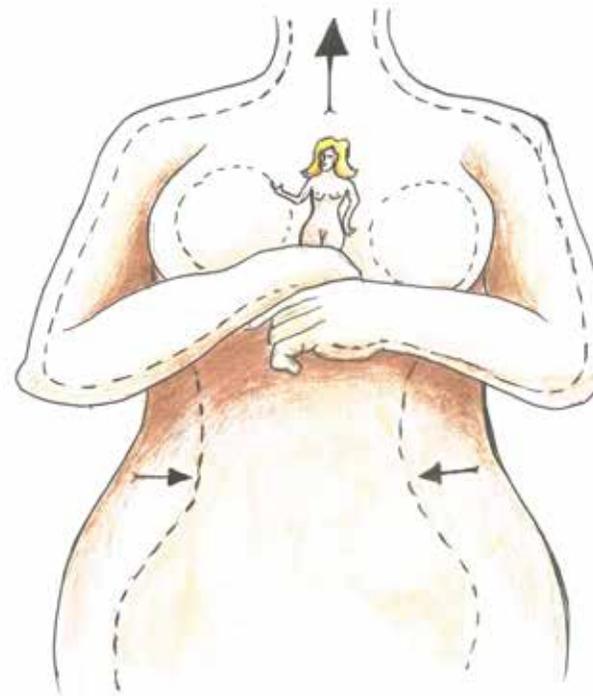
Ao responder a pergunta “Diz o quê?” a mulher agredindo o homem com o símbolo do feminismo remete a ideia de que o feminismo quer inverter a forma de exploração, fazendo com que as mulheres deixem de ser oprimidas e passem a ser opressoras, ou ainda a compreensão de que os homens são dispensáveis. Na imagem seguinte, o corpo de uma mulher em diferentes proporções representa a busca feminina pelo corpo perfeito, considerando as mulheres mais magras e com curvas bem delineadas como o padrão de corpo ideal. A composição do mandacaru, do sol e da carcaça de gado é uma imagem bastante usada no país quando se deseja representar o sertão, o Semiárido ou até mesmo o Nordeste. Esta imagem é sempre associada à visão de seca.

O que aprendemos com isso?

Os meios de comunicação lançam mensagens distorcidas, interpretando de forma equivocada posições ideológicas de determinados setores da sociedade. Em vez de mostrar para a sociedade que o feminismo é a luta por igualdade de direitos entre homens e mulheres, acabam reforçando o entendimento de que as mulheres querem inverter a lógica e agora oprimir os homens como uma espécie de vingança. Da mesma forma, a mídia define padrões de beleza e estimula as mulheres a seguirem esses padrões. O objetivo disto é apenas incentivar o consumo de produtos vendidos por empresas que financiam os meios de comunicação. Propagar a imagem do Semiárido como local de seca e miséria é também uma estratégia para atender a elite política e econômica do país, que quer manter a indústria da seca, inviabilizando as políticas públicas que podem garantir o bem viver na região.



DIZ O QUÊ?



MEIOS E MENSAGENS

O que a gente vê?

Abaixo da frase "A Quem?" vemos uma televisão emitindo raios sobre uma multidão.

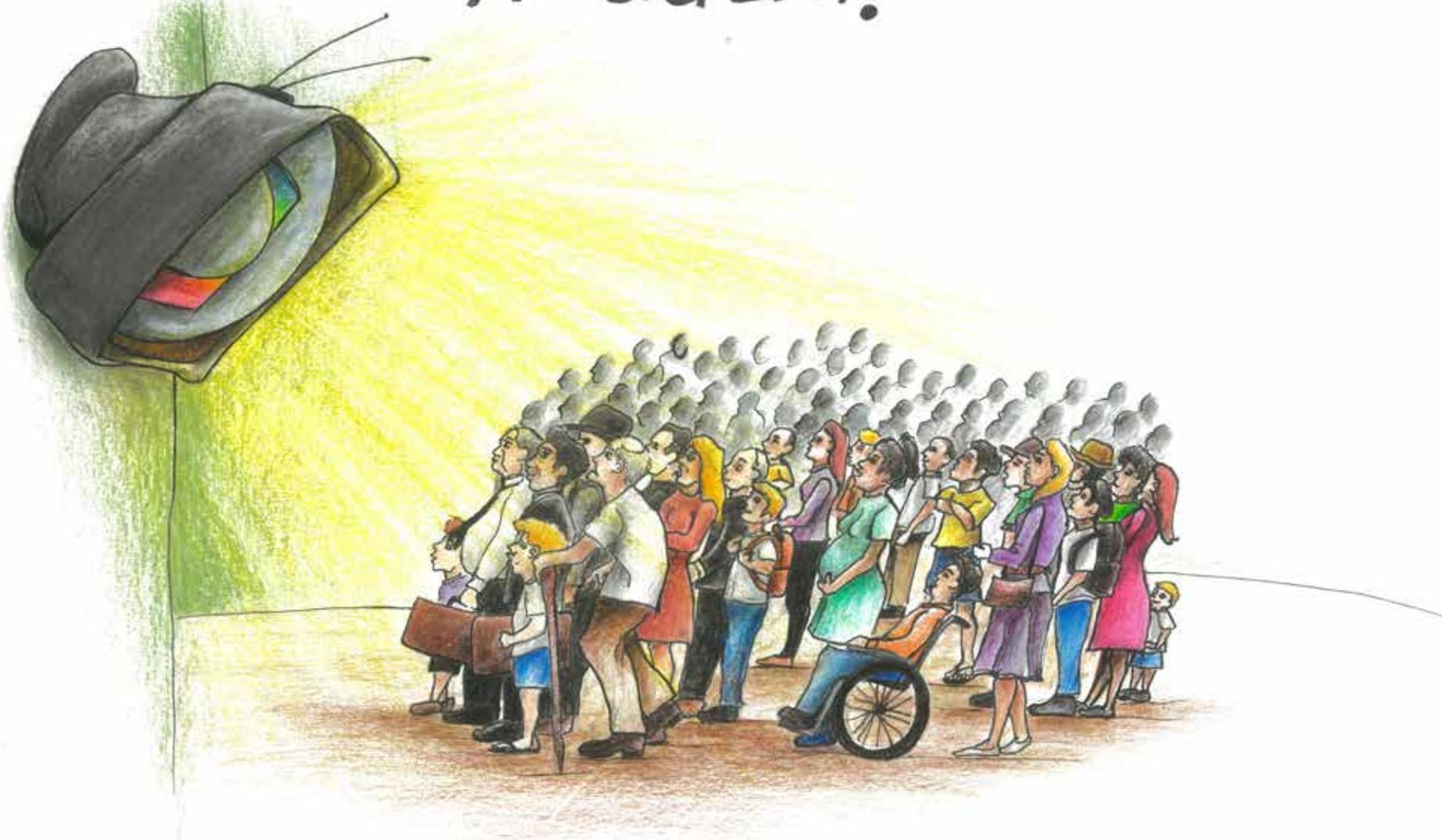
O que isso significa?

A imagem é bastante simbólica. Ela traduz o poder que os meios de comunicação exercem sobre as pessoas, o público consumidor de informações, também chamado de Massa.

O que aprendemos com isso?

Alguns estudos desenvolvidos acerca da comunicação classificam a Massa como um conjunto de indivíduos que recebem informações de forma passiva, ou seja, sem possuir senso crítico ou oportunidade para discordar ou questionar. A maior parte dos Meios de Comunicação segue essa lógica e enxerga o público como esta Massa.

A QUEM?



MEIOS E MENSAGENS

O que a gente vê?

Após a frase “Com que efeito?” vemos três imagens: A primeira mostra uma bota, aparentemente de um militar, pisando nas pessoas e algumas segurando a bota, enquanto outras participam de uma manifestação; Na segunda há vários dedos apontados para duas crianças, sendo uma branca e uma negra e balões com falas dessas pessoas; Na terceira imagem vemos um bebê com diversas logomarcas de empresas.

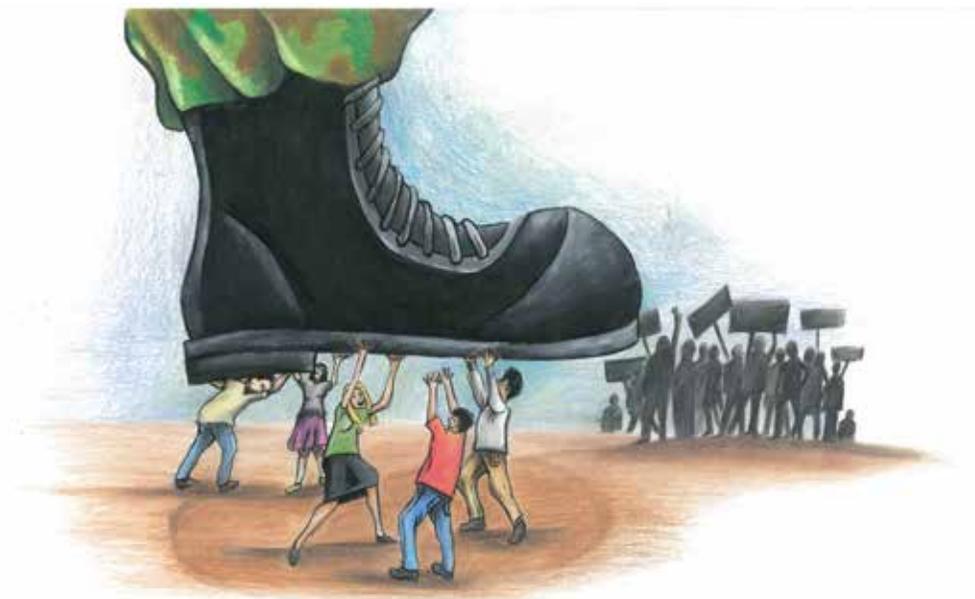
O que isso significa?

A primeira imagem está relacionada a repressão dos movimentos sociais pelos poderes constituídos. Isso decorre principalmente do tipo de cobertura que a mídia faz, muitas vezes omitindo informações ou divulgando de forma que ajuda a criminalizar, a exemplo da forma como as manifestações de rua são noticiadas. Já a segunda imagem mostra como os meios de comunicação ajudam a disseminar o racismo ao tratarem de formas diferentes crianças ou adolescentes brancos/as e negros/as. Isso é muito comum em programas que tratam de conteúdos ligados à violência. A imagem do bebê nos remete ao consumismo, evidenciando que logo ao nascer as pessoas já são levadas a comprarem produtos e assim se tornarem consumidoras/es, cada dia mais dependentes de diversas empresas, as quais financiam os meios de comunicação.

O que aprendemos com isso?

O significado desses desenhos nos mostra que as mensagens veiculadas pelos meios de comunicação provocam diversos efeitos nas pessoas, inclusive produzindo e reproduzindo preconceitos, discriminação e desigualdades. Um determinado tema pode ser bem visto ou mal visto pela população a depender da abordagem que a mídia faz, como é o caso da criminalização dos movimentos sociais. O consumismo também é um problema muito grave na sociedade capitalista que é estimulado pelos meios de comunicação. O consumismo e as desigualdades sociais são fatores que contribuem para o aumento da violência.

COM QUE EFEITO?



MONOPÓLIO DA MÍDIA

O que a gente vê?

De um lado vemos um pedaço de um mapa do Brasil e a inscrição de vários nomes de famílias ao lado de logomarcas de empresas de comunicação existentes no Brasil; Logo abaixo vemos um homem em pé de costa e com uma bandeira do Brasil estampada na camisa; Ao lado vemos um polvo com um desenho de um olho na parte superior e com meios de comunicação e a bandeira dos Estados Unidos presos em seus membros; Há ainda a expressão Capitâneas Hereditárias acima do símbolo que representa os pontos cardeais do país.

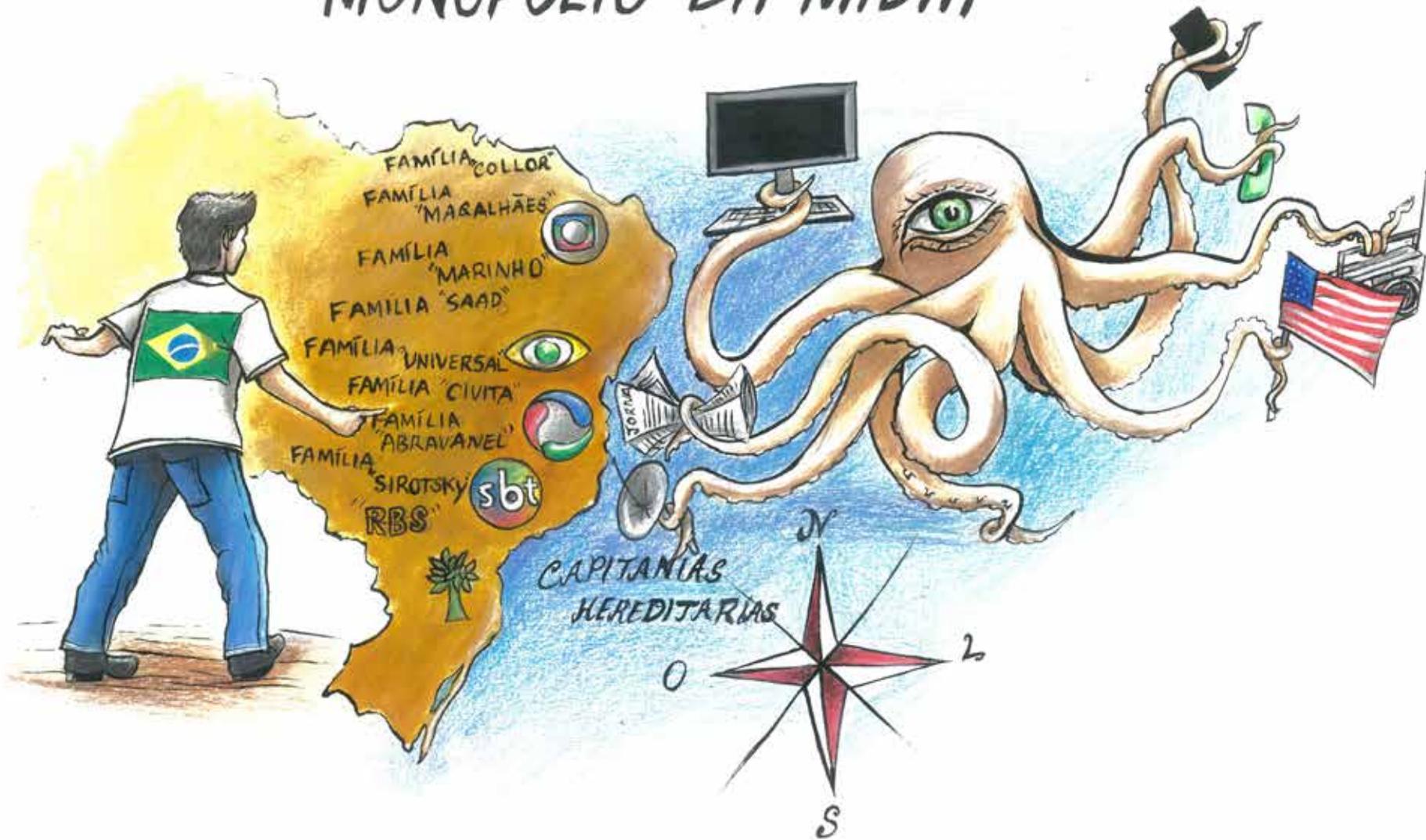
O que isso significa?

A distribuição das terras brasileiras para poucas famílias no período de colonização, o que deu origem as capitâneas hereditárias, é representada na imagem do mapa fazendo uma relação com a distribuição de autorizações para algumas famílias/empresas operarem o sistema de radiodifusão no Brasil. Assim como as capitâneas deram origem a grandes latifúndios, o monopólio das comunicações também é decorrente de um injusto processo de distribuição das concessões públicas. O polvo, neste caso, representa este monopólio e oligopólio que detém o poder da informação e com isso sustenta alianças entre setores econômicos e políticos do país e das grandes potências, a exemplo dos Estados Unidos. Nesse cenário, a população aparece numa situação de passividade, onde considera ter pouco ou nenhum poder de intervir. Assim como a concentração de terras, a concentração das concessões de comunicação contribuem para a manutenção ou aumento da desigualdade de renda existente no país.

O que aprendemos com isso?

No Brasil, assim como a terra está concentrada nas mãos de uma pequena parcela da sociedade, os meios de comunicação também estão. Em muitos casos os proprietários de grandes áreas de terra são também donos de veículos de comunicação. São eles que decidem que informações devem ou não serem levadas para a população e como essas devem ser repassadas. Isso impede a pluralidade de ideias e, conseqüentemente, de opiniões, massificando apenas o que é de interesse dos donos da mídia.

MONOPÓLIO DA MÍDIA



MONOPÓLIO DA MÍDIA

O que a gente vê?

Na primeira imagem vemos uma mão saindo de dentro de um aparelho de TV e manipulando uma pessoa como se faz com uma marionete; Já na segunda imagem vemos um homem sentado sobre um aparelho de TV manipulando o mapa do Brasil, este homem tem o símbolo da Rede Globo representando sua cabeça e um nariz de Pinóquio.

O que isso significa?

As duas imagens transmitem a ideia da manipulação que os meios de comunicação exercem na sociedade. A televisão aparece representando todos os meios de comunicação de massa, especialmente os de maior influência no país, que também são chamados de grande mídia. Na primeira vemos a manipulação de pessoas, uma vez que cada indivíduo é atingido pelos conteúdos dos meios de comunicação conforme seu contexto social e carga de conhecimento. Já na segunda imagem vemos que as empresas de comunicação são tão poderosas que são capazes de manipular um país inteiro.

O que aprendemos com isso?

Através dos conteúdos jornalísticos, de entretenimento ou publicitários, os meios de comunicação influenciam o pensamento das pessoas e assim difundem uma ideia que é abraçada pela maioria, o que é chamado de opinião pública, mas que na verdade é uma opinião forjada a partir dos interesses econômicos e políticos de uma pequena parcela da sociedade, onde estão inseridos os donos da mídia.



COMO A MÍDIA MOSTRA O SEMIÁRIDO?

O que a gente vê?

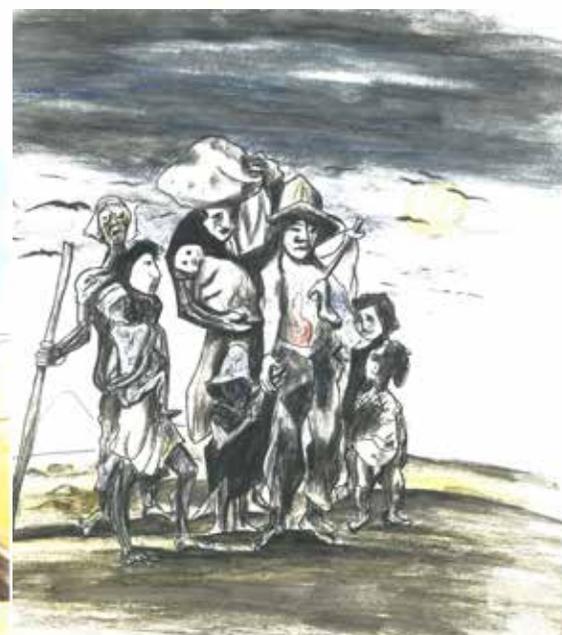
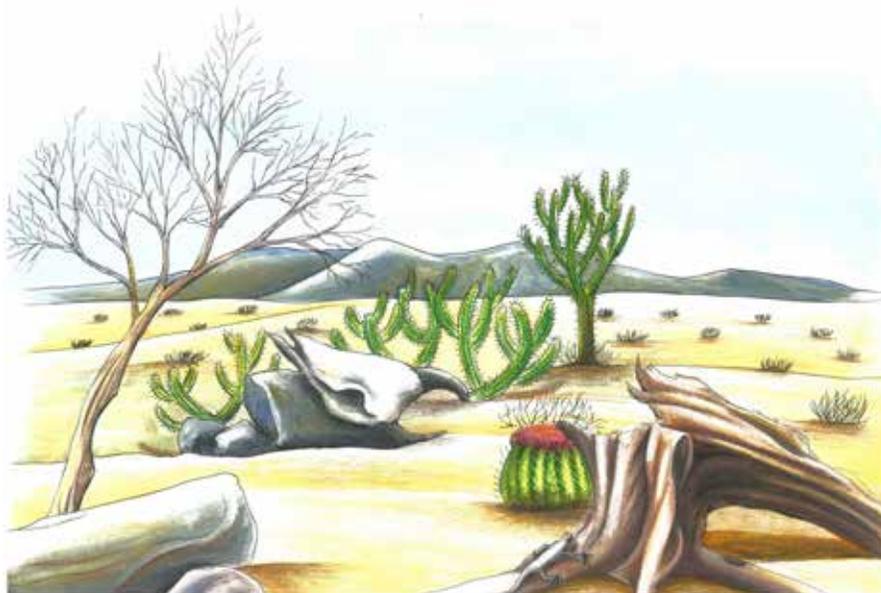
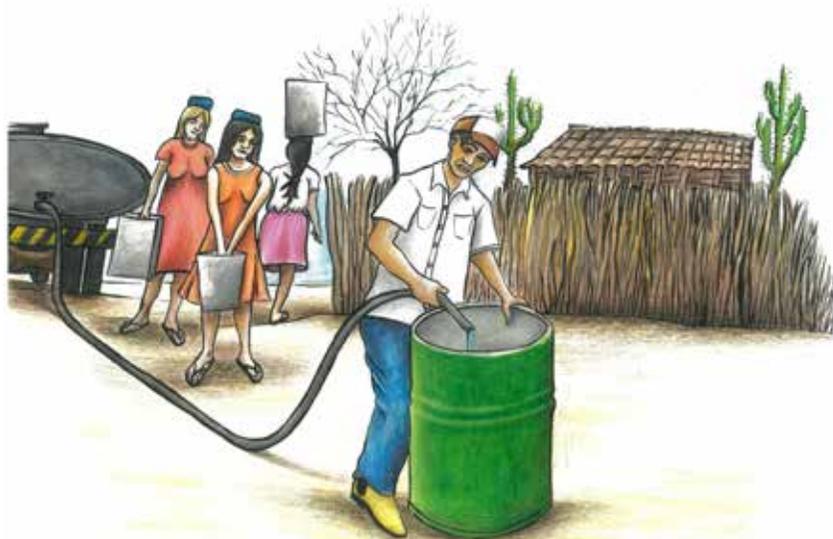
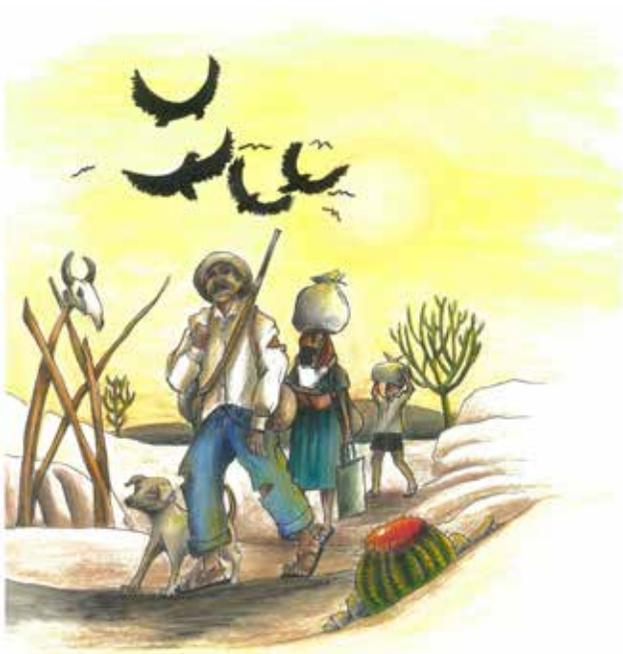
Na primeira imagem vemos um homem com vários pertences e uma cachorra ao seu lado, uma mulher que carrega uma criança e uma trouxa de roupa na cabeça e logo atrás um menino. Todos estão na estrada, caminhando para algum lugar. A segunda imagem mostra um homem segurando uma mangueira e abastecendo vasilhames e atrás dele mulheres que seguram baldes. A terceira imagem traz um solo rachado e seco, com plantas retorcidas, cactos e um sol aparentemente quente. A quarta imagem é uma referência à famosa tela *Os Retirantes*, do artista Cândido Portinari.

O que isso significa?

A primeira ilustração retrata a obra literária *Vidas Secas*, de Graciliano Ramos, onde a família de Fabiano e a cachorra Baleia fogem do sertão devido a fome e miséria, uma cena que retrata o êxodo, problema social do Nordeste durante muitas décadas. A segunda imagem tenta retratar uma realidade comum na década de 1980 com relação ao abastecimento de água em comunidades rurais do Semiárido, principalmente nos períodos de longa estiagem. Muitas famílias faziam filas na sede dos povoados para abastecer dornas ou baldes com a água que era distribuída nos carros pipas ou oriundas de poços artesianos. A terceira imagem foi retirada de um livro didático de geografia que dizia ilustrar a Caatinga, caracterizando como um bioma com pouquíssima vegetação, sendo os cactos únicos “sobreviventes” na mata, que sofre com o sol sempre presente e um solo seco, sem animais, sem chuva. A quarta imagem mostra uma obra de arte que também remete à migração, uma forma de fugir da seca e que por muito tempo proporcionou mão de obra barata para as grandes cidades.

O que aprendemos com isso?

As quatro imagens demonstram que tanto a literatura nacional, como o jornalismo, o livro didático, dentre tantas outras linguagens contribuíram para construir e disseminar no imaginário popular o estereótipo da região semiárida como seca, o que só gera miséria e fome. Tal compreensão sustentou a Indústria da Seca, viabilizando políticas e gestão de recursos públicos a partir da lógica do “combate à seca”, o que amenizava os efeitos da estiagem, mas não resolvia o problema. A oferta de políticas inapropriadas impactou negativamente na vida do povo que se beneficiava de ações paliativas como a distribuição de alimentos básicos e água, frentes de emergência, mas que normalmente funcionavam como troca de votos e em nada contribuíam com a emancipação dos sujeitos e a vida do meio ambiente. Isso influenciou a construção de uma identidade da região a partir de estigmas e estereótipos, desprezando a necessidade de compreensão de aspectos como clima e justiça social.



COMO A MÍDIA MOSTRA O SEMIÁRIDO

O que a gente vê?

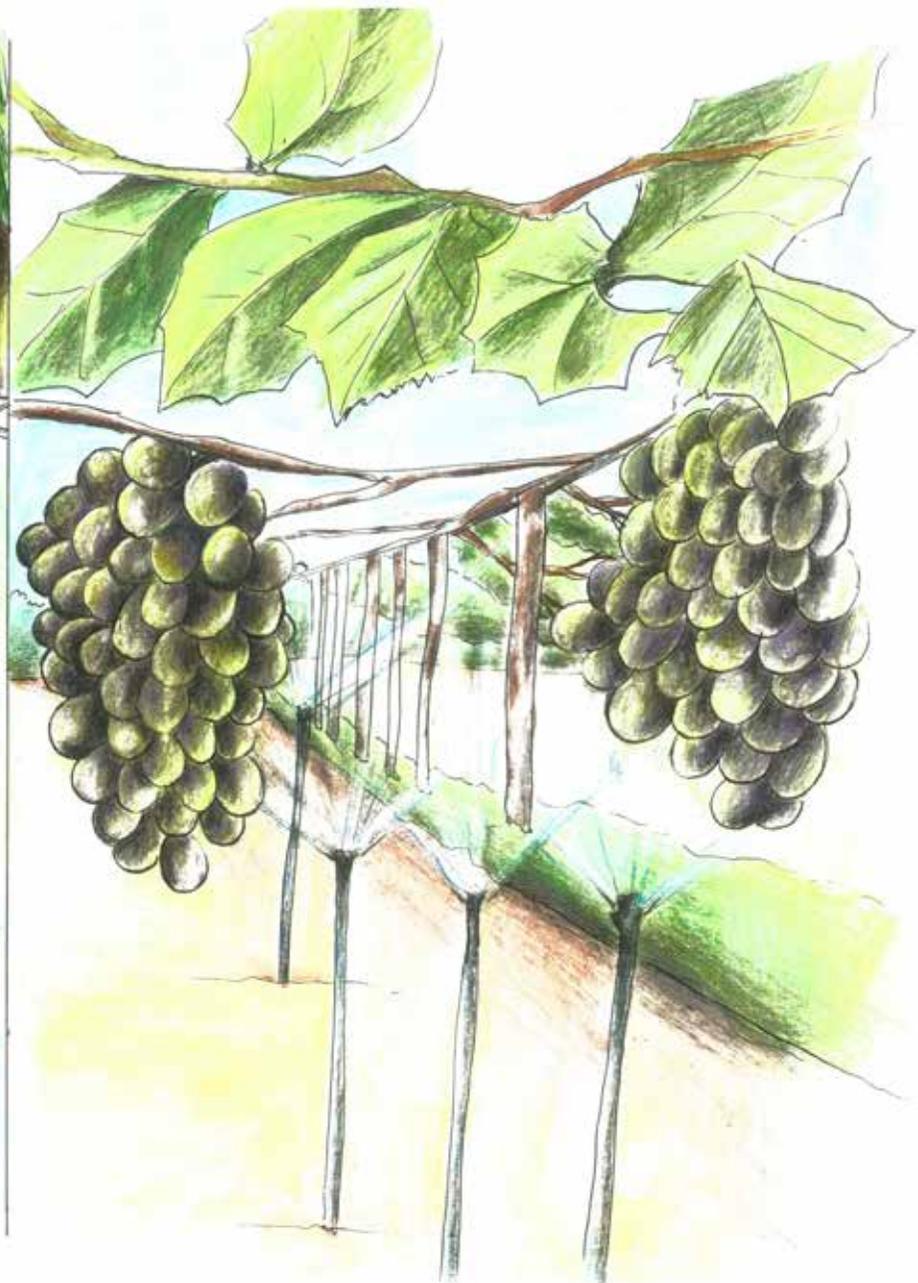
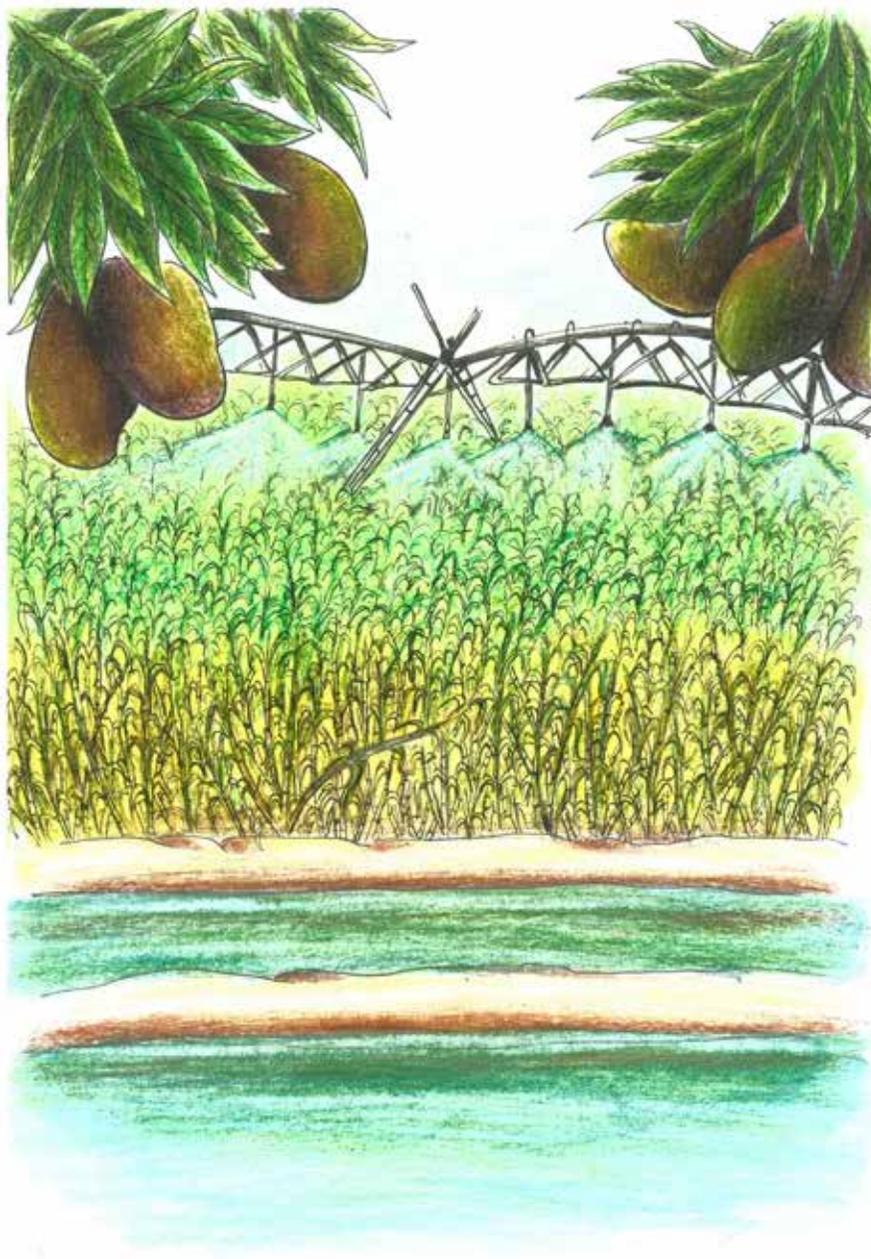
Monocultivos de frutas e grãos irrigados com tecnologias que consomem grande quantidade de água.

O que isso significa?

Os meios de comunicação tem investido em mostrar que o desenvolvimento ideal para o Semiárido deve ser a partir da lógica capitalista que investe na agricultura para exportação. A publicidade, somada aos noticiários, propagandas, novelas e até minisséries constroem novos cenários, apresentando um Semiárido verde e produtivo, a partir da política de irrigação e exploração dos bens naturais como caminho para a redenção da região que sempre foi vista como sinônimo de pobreza.

O que aprendemos com isso?

Ao mostrar esse modelo de produção, a mídia apresenta apenas uma visão positiva. Os conteúdos veiculados não trazem os prós e os contras dessa forma de desenvolvimento que não é sustentável. Muitas vezes financiados por empresas nacionais e multinacionais que lucram com a agricultura no Semiárido, os meios de comunicação dão ênfase ao verde da irrigação, às bonitas frutas produzidas, aos lucros obtidos com a exportação e números de postos de trabalho gerados. Porém, o que está por traz disso tudo não aparece. Por exemplo, para os monocultivos existirem é preciso derrubar a Caatinga e assim impactar a flora e a fauna do bioma que já está quase 50% devastado. O consumo de água é exagerado e o uso de agrotóxicos atinge índices altíssimos, contaminando os rios e solos. Além disso, os trabalhos gerados em sua maioria são temporários e/ou degradantes. Ou seja, esse tipo de desenvolvimento acirra ainda mais as desigualdades sociais e contribui com a destruição dos ecossistemas. Mas de modo geral a mídia não faz esse tipo de problematização.



QUAL O PROBLEMA?

O que a gente vê?

O desenho de uma área dividida por uma cerca: de um lado tem um chão rachado e um cacto. Do outro lado tem muita água.

O que isso significa?

De um lado a água está cercada. Do outro o chão está seco e rachado. A cerca separa os lugares, um com água e o outro sem. Quem está com a água? A quem interessa cercar a água? Qual o significado da cerca? Por que algumas pessoas sofrem sem água, enquanto outras, às vezes na mesma comunidade, têm água em abundância? É comum, numa mesma região, várias famílias terem dificuldade de acesso a água, enquanto grandes propriedades detêm boas reservas de água, o que ajuda a garantir inclusive a produção agropecuária.

O que aprendemos com isso?

No Semiárido existe água, mas a água está concentrada nas mãos de quem também domina as terras e tantos outros bens e recursos. Além disso, as políticas públicas apropriadas são insuficientes para garantir a captação, armazenamento, gestão e distribuição da água da chuva, levando em conta os períodos chuvosos e os períodos de estiagens, que tem seus ciclos previsíveis. O Semiárido brasileiro é o mais chuvoso do mundo. No entanto, a maior parte dos reservatórios é concentrada nas mãos dos grandes, que controlam e definem as formas de distribuição, muitas vezes usando a água como "moeda de troca". Essa imagem ilustra o trecho de uma música quando diz que "o problema não é a seca, e sim a cerca" e exemplifica também a frase de Dom José Rodrigues: "No Semiárido não falta água, falta justiça".

O PROBLEMA NÃO É A SECA...



QUAL O SEMIÁRIDO A MÍDIA NÃO MOSTRA?

O que a gente vê?

Na imagem vemos cidades separadas por um grande rio. Nestas cidades vemos residências, pessoas, comércios, centros de estudos e pesquisas, feiras livres, centrais de abastecimento de alimentos, hotéis, automóveis, muitas antenas, jovens jogando capoeira na praça, áreas centrais com boa infraestrutura e bairros periféricos com problemas como esgotos a céu aberto e péssimas condições de moradia. Na tela do celular vemos comunidades rurais com vegetação nativa, plantios diversificados, residências, escolas, associações comunitárias, pessoas, áreas de preservação, aguadas, tecnologias sociais, diferentes meios de transportes, manifestações culturais, energia elétrica e também antenas.

O que isso significa?

O semiárido é o clima, mas hoje em dia nos referimos assim também à região geográfica que possui esse tipo de clima, o que compreende a maior parte dos nove estados do Nordeste e o Norte de Minas Gerais. O Semiárido brasileiro compreende campo e cidade, é diverso em termos de bens naturais e culturais (sotaques, culinária, tradições, festividades, música). Possui também microclimas, vasto conhecimento popular e produz ciência. O campo e a cidade estão cada vez mais próximos em termos de tecnologias e a produção de uma variedade de alimentos também é um elemento forte na região, que possui uma vegetação nativa rica e diversa. Mas há também problemas, como por exemplo a ausência ou más condições de saneamento, o que interfere diretamente na de saúde pública.

O que aprendemos com isso?

A realidade climática e sociocultural da região é pouco estudada e assim pouco valorizada pelos órgãos governamentais e instituições nacionais de pesquisa. Os meios de comunicação por sua vez reforçam isso à medida que não exploram a realidade diversa apresentada nas imagens, ao contrário, ainda se limitam em falar do Semiárido levando em conta apenas os aspectos climáticos de forma superficial, apresentando como uma fatalidade, castigo de Deus e não como uma condição natural com a qual devemos conviver. É comum focar nas dificuldades vividas por famílias e comunidades do campo, que ainda sofrem com a ausência de políticas públicas que lhes garantam qualidade de vida onde estão, porém não problematiza, nem evidencia isso. A mídia deixa prevalecer o assistencialismo, sem trazer à tona a necessidade de uma Política Nacional de Convivência com o Semiárido, que deve considerar toda a diversidade natural e cultural da região.



DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

O que a gente vê?

Vemos a frase Democratizar as Comunicações é Democratizar o Brasil e logo abaixo vemos a letra X sobre a imagem de um homem rodeado de meios de comunicação de massa.

O que isso significa?

A letra X em vermelho sobre a imagem de um homem expressa que a concentração da mídia na mão de poucas pessoas deve ser extinta, ou seja, não existe democratização da comunicação enquanto os meios de comunicação estiverem a serviço de uma minoria.

O que aprendemos com isso?

É preciso haver um processo de democratização da comunicação no Brasil, uma vez que a comunicação é um direito humano e a negação deste direito impede também a reivindicação de outros. Isso passa pela garantia da liberdade de expressão, o que exige a construção de uma nova lei da mídia, a qual garanta pluralidade de ideias expressas através dos conteúdos e da representatividade, considerando aspectos fundamentais como etnia, regionalidades, gênero, religiosidade etc.

DEMOCRATIZAR AS COMUNICAÇÕES É DEMOCRATIZAR O BRASIL



COMUNICAÇÃO É UM DIREITO HUMANO!

O que a gente vê?

Vemos uma multidão de pessoas carregando uma faixa com a seguinte inscrição: “Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos” e “Capítulo V da Constituição Federal do Brasil”.

O que isso significa?

A imagem nos informa que a Comunicação é um direito Humano, pois isso consta em dois documentos importantes na história mundial e do nosso país: a Declaração Universal dos Direitos Humanos (proclamada em 1948) e a Constituição Federal brasileira (proclamada em 1988). Na Constituição do Brasil este direito está referenciado no Capítulo V, Inciso IX, Artigo 220. É preciso haver democracia no acesso aos meios de comunicação, não apenas no sentido de receber, mas de também transmitir informações a um grande número de pessoas.

O que aprendemos com isso?

No Brasil a lei que regula a Comunicação é de 1962, ela está defasada, não atende mais de forma alguma a realidade atual. Essa lei também nunca foi cumprida à risca e a justiça e o Congresso Nacional sempre fizeram vista grossa para isso. Uma série de critérios contidos nas leis são ignorados pelos meios de comunicação de massa, fazendo com que haja monopólio da mídia, ou seja, poucos grupos ou famílias comandam o que e como as informações chegam até a maior parte da população do país. Isso faz com que esse pequeno grupo, ligado a elite econômica e política do Brasil, influencie no que nós comemos, nos chamados padrões de moda e beleza, na nossa opinião sobre a conjuntura política, no nosso voto no período eleitoral. É preciso, portanto, mostrar às pessoas que dessa forma nós não estamos tendo nosso direito à comunicação garantido e mais que isso, é preciso construir maneiras de também produzir a chamada contrainformação, uma forma de contrapor às informações através da produção e veiculação de conteúdos.



A NOSSA COMUNICAÇÃO É COMUNITÁRIA E POPULAR

O que a gente vê?

A sede de uma rádio comunitária ao centro de um círculo formado por desenhos de outros meios de comunicação, dentro de um círculo maior formado por pessoas de mãos dadas.

O que isso significa?

A rádio comunitária é um importante meio de comunicação em uma comunidade, mas não é a única mídia que pode ser comunitária. Hoje vivenciamos o cenário da convergência midiática, onde diversos meios de comunicação podem estar conectados, veiculando conteúdo em favor da coletividade. Um meio comunitário tem a missão de ser um canal de expressão local, é formado pelas pessoas da própria comunidade, que começam a falar de si, das potencialidades, valorização da cultura local ou dos problemas coletivos, como a ausência do poder público, por exemplo. A gestão democrática destes meios deve ser um princípio básico.

O que aprendemos com isso?

A comunidade deve garantir que o veículo comunitário cumpra seu papel de transformação social e de liberdade de expressão dos diferentes grupos sociais, culturais e religiosos presentes na comunidade. No caso das Rádios comunitárias existe a Lei 9.612/98 que regula o funcionamento, apesar da Lei conter diversas contradições. Mas quando se trata de outros veículos, cabe ao grupo gestor estabelecer normas para uma gestão democrática e participativa. Uma mídia verdadeiramente comunitária não pode ter dono/dona, não pode pertencer a nenhum partido, grupo religioso ou mandato político. A regra é garantir a voz da comunidade, fortalecendo prioritariamente a cultura local, divulgando notícias, músicas e diversas informações que não violem os direitos dos grupos sociais, que não incentivem a violência contra mulheres e a negação de direitos, promovendo a valorização das identidades dos povos.

NOSSA COMUNICAÇÃO É COMUNITÁRIA E POPULAR



COMO ESTIMULAR A COMUNICAÇÃO NA COMUNIDADE?

O que a gente vê?

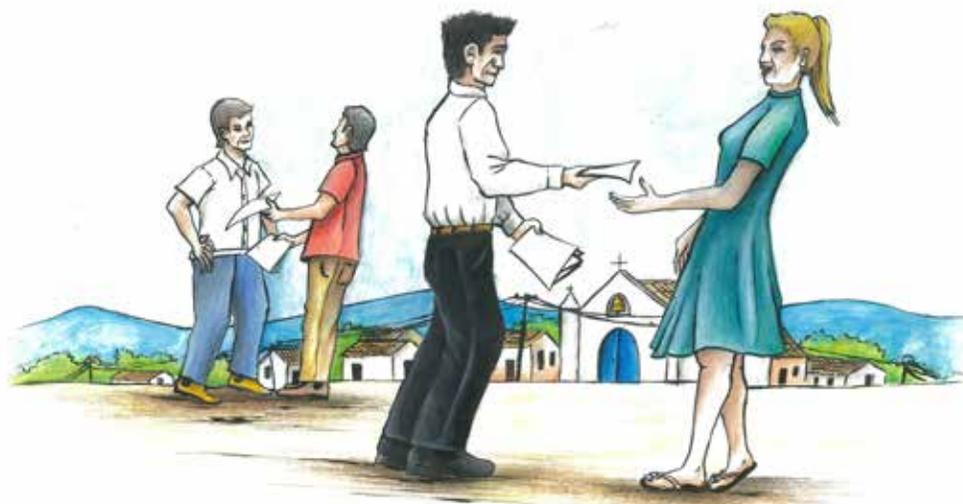
Na primeira imagem vemos uma pessoa utilizando um computador que está ligado a um globo terrestre por um cabo. A segunda imagem mostra duas pessoas lendo um jornal mural que está colado na parede da Associação Comunitária. A terceira imagem mostra uma mulher como fones de ouvido na frente de um microfone e ao fundo uma antena de rádio em meio a comunidade. A quarta imagem mostra pessoas distribuindo panfletos na comunidade.

O que isso significa?

Existem diversas possibilidades de manter uma comunicação comunitária, seja através de uma rádio comunitária, rádio poste, rádio web, rádio escola, de um jornal mural que pode ser exposto na sede da associação, da escola ou de outro espaço coletivo presente na comunidade, assim como produzir folhetos impressos que podem ser distribuídos na comunidade. Uma possibilidade que tem crescido muito é a transmissão de informação através da internet, usando as plataformas e mídias sociais como canal comunitário para difundir informações que contribuam com a qualidade de vida da comunidade, anunciar boas novas e denunciar injustiças, bem como informar a população local acerca de assuntos de interesses da coletividade.

O que aprendemos com isso?

A comunicação popular e comunitária tem a missão de ser um meio transformador de uma realidade através de atores sociais engajados, que conhecem seus direitos e lutam quando eles estão ameaçados. Portanto, a comunicação é um meio para as comunidades exercitarem a sua cidadania e liberdade de expressão, o que vai além da dominação da técnica de produzir e transmitir informações, mas busca garantir a pluralidade de ideias presentes em uma comunidade, bairro, vila, cidade, sendo um canal direto de diálogo entre as pessoas. A comunicação comunitária e popular é porta-voz das lutas, histórias, identidades de um povo quando este ocupa de fato o meio em prol do bem comum, do que é coletivo. O uso dos meios pela comunidade é uma oportunidade de empoderamento social.



COMO CRIAR UM MEIO DE COMUNICAÇÃO?

O que a gente vê?

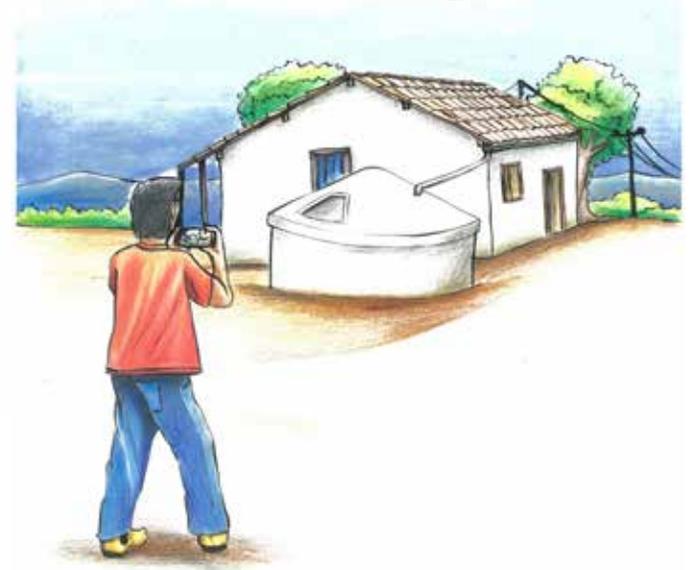
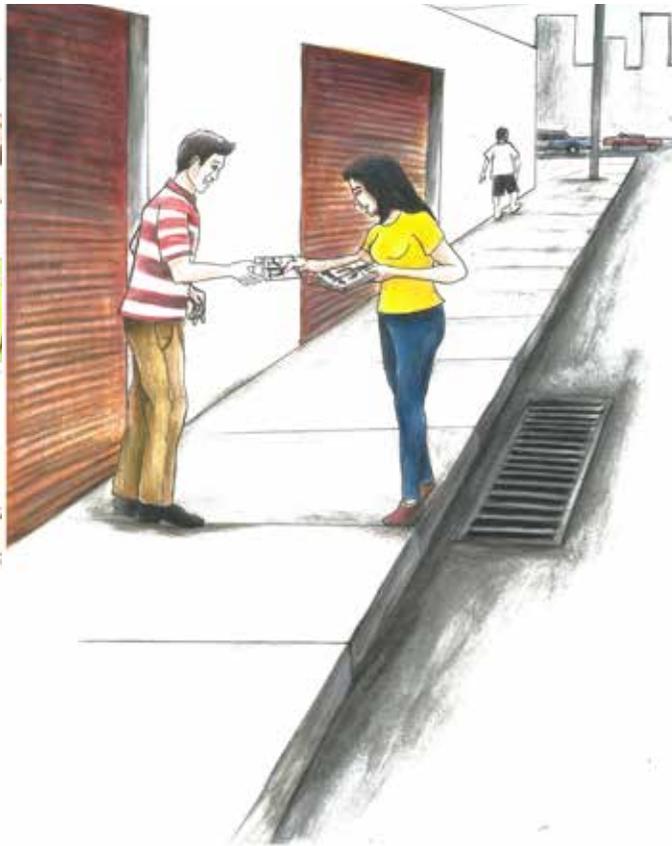
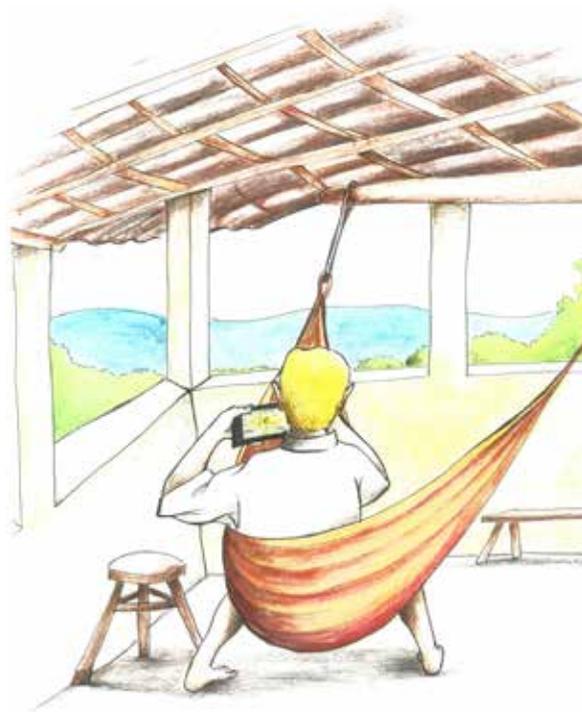
A primeira imagem é de um vídeo sendo acessado na tela de um celular; A segunda imagem mostra uma jovem distribuindo livretos de cordel; Na terceira imagem vemos um grupo de pessoas fazendo teatro de rua, enquanto um jovem filma uma cisterna com o celular.

O que isso significa?

As pessoas de uma comunidade, bairro, região podem criar os próprios meios comunitários de comunicação para divulgar as informações referentes à vida comunitária. As pessoas gostam de sentirem-se valorizadas, seus saberes difundidos e problemas coletivos também divulgados para alcançar soluções. Os conteúdos produzidos podem ajudar a divulgar serviços e produtos existentes na comunidade, como a culinária local, o artesanato, o turismo etc. A comunicação comunitária fortalece o sentimento de pertencimento.

O que aprendemos com isso?

Apesar da concentração dos meios de comunicação de massa, as comunidades podem criar canais próprios de comunicação comunitários, produzindo e divulgando assuntos comuns e de interesse de toda a comunidade, fazendo valer o exercício da liberdade de expressão e ampliar as vozes na própria comunidade. Trata-se de uma tarefa que exige apenas a união e o interesse coletivo nessa ação, que só vai elevar ainda mais a autonomia comunitária diante da luta por outros direitos básicos, como acesso à água, educação de qualidade, geração de trabalho e renda etc. Além disso, é uma maneira de garantir a formação de novas lideranças, especialmente dentre a juventude, que geralmente é atraída por este tipo de mobilização. No entanto, ainda é preciso lutar por uma comunicação mais justa, cumprindo o que prevê a nossa Constituição.



EDUCOMUNICAÇÃO

O entendimento de que a educação deve ser libertadora e a comunicação precisa ajudar a formar sujeitos críticos foram os elementos fundamentais que levaram pesquisadores/as a desenvolverem o conceito da educomunicação. Trata-se de uma aliança entre as duas áreas do conhecimento, uma relação indissociável onde teoria e prática precisam se encontrar.

A educomunicação é um campo de formação de cidadãos e cidadãs, por meio da apropriação de linguagens educativas e instrumentos de comunicação, para intervir na realidade, promovendo mudanças como a conquista de autonomia das pessoas e organizações sociais, fortalecimento de identidades, reivindicação de direitos básicos, desconstrução de preconceitos, por exemplo. A participação crítica e ativa das pessoas na sociedade é o que a educomunicação prevê alcançar.

No contexto atual do Brasil, vemos ganhar força o fenômeno das chamadas “fake news”, expressão em inglês que significa notícias falsas. Com a ampliação do acesso a internet, a facilidade de uma notícia se espalhar de forma rápida tem sido usada de má-fé por corporações de mídias, grupos políticos e econômicos, com o objetivo de manipular a opinião da maior parte da população.

Nesse cenário, uma leitura crítica da mídia se faz cada vez mais necessária. Assim como é indispensável o uso dos instrumentos de comunicação em favor da emancipação dos sujeitos, estimulando inclusive a produção de conteúdo com base na pluralidade de ideias e responsabilidade com a informação.



EXPERIÊNCIAS

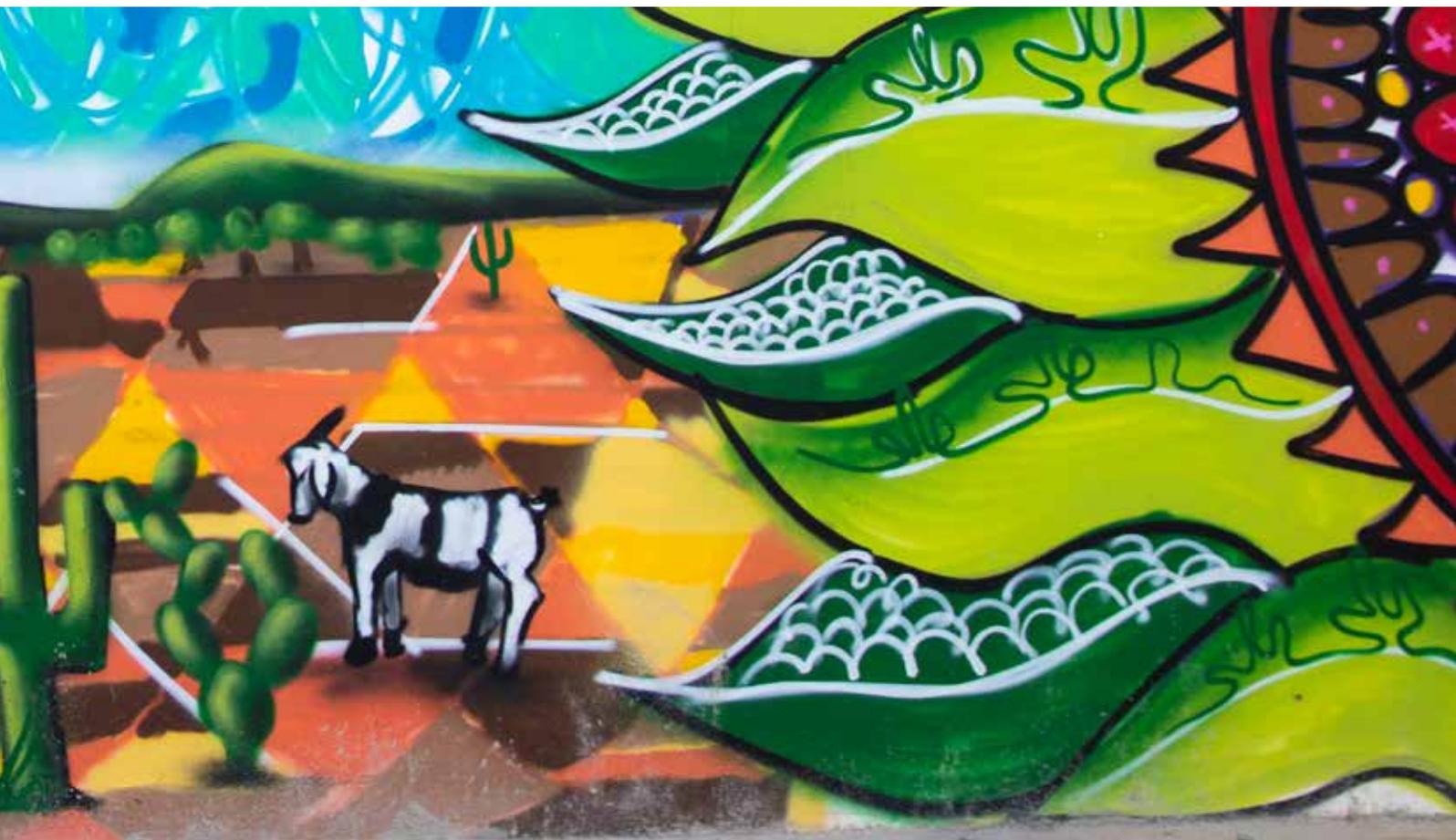
Abaixo indicamos algumas experiências de educomunicação e/ou de comunicação, cultura e educação popular que vem sendo desenvolvidas no Sertão do São Francisco - TSSF (Bahia e Pernambuco) e Piemonte Norte do Itapicuru – TIPNI.

Experiências desenvolvidas no campo

- Rede de Comunicação Jovens da Caatinga (comunidades do TSSF e TIPNI/BA)
- Jovens Comunicadores (TSSF/BA)
- Coletivo Carrapicho Virtual (Comunidades do Salitre, em Juazeiro-BA)

Experiências desenvolvidas na cidade

- Rede de Comunicação Popular Sou Periferia (Petrolina-PE)
- Grupo Galeota das Artes (Curaçá-BA)
- Trupe Novo Ato Contadores de Histórias (Juazeiro-BA)





WWW.IRPAA.ORG