



## **BASES DE UMA METODOLOGIA PARA FORMAÇÃO EM COMUNICAÇÃO POPULAR: EXPERIÊNCIA COM JOVENS DE ASSENTAMENTOS RURAIS DO SERTÃO CENTRAL CEARENSE<sup>1</sup>**

Klycia Fontenele Oliveira<sup>2</sup>

Doze jovens de assentamentos rurais de Quixeramobim, Sertão Central cearense, e uma formação em comunicação popular e rádio. Desenvolvida, de 2003 a 2005, pela organização não-governamental Catavento Comunicação e Educação<sup>3</sup>, como ação do PDHC, Projeto Dom Hélder Câmara – do Governo Federal, em parceria com Fundo Internacional para o Desenvolvimento da Agricultura (Fida/ONU) – foi essa experiência a motivação para a produção deste ensaio. Mais do que narrar fatos, pretendemos explicar a motivação para metodologia e atividades utilizadas. Suscitaremos a reflexão de como a comunicação popular e o radiojornalismo contribuem para o despertar da consciência crítica.

---

<sup>1</sup> Ensaio a partir da monografia, “Catavento Comunicação e Educação Ambiental e a Experiência de Formação em Comunicação Popular”, de graduação em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Federal do Ceará (UFC), de Klycia Fontenele Oliveira, sob orientação de Kátia Regina Azevedo Patrocínio, mestra em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo.

<sup>2</sup> Especialista em “Teorias da Comunicação e da Imagem”, pela Universidade Federal do Ceará (UFC), com graduação em Comunicação Social-Jornalismo (UFC). Assessora de Comunicação da Secretaria Municipal de Assistência Social, de Fortaleza. Professora substituta da UFC, ingresso 2009.1. Associada da ONG Catavento Comunicação e Educação onde trabalhou, de 2001 a 2006, na produção e locução de programas de rádio e na mediação de oficinas de comunicação popular. Também presta serviço como jornalista para Fundação Cepema, onde é responsável pela produção da revista alternativa *Agrofloresta*.

<sup>3</sup> Na época, ainda era Catavento Comunicação e Educação Ambiental.

Buscamos ainda contextualizar a formação dentro da visão educacional do Catavento, registrando o processo da escolha de conteúdo e construção da metodologia das oficinas e da produção do programa de rádio. Refletir como a prática da formação e a produção do programa contribuíram para o despertar da consciência desses jovens foi o ponto de partida que nos motivou a registrar essa experiência. Algumas perguntas orientaram a escrita do trabalho. “Como foram construídas metodologia e conteúdo da formação? Conseguiu-se a troca de experiências e visões de mundo para construir conhecimentos? A formação conseguiu o objetivo de ensinar técnicas de rádio? O grupo de comunicação popular foi formado? Que resultados foram alcançados individualmente? Essa formação contribuiu para encurtar as distâncias sociais?”.

Participante de todo o processo, fui responsável pela construção da metodologia e mediação das oficinas até o acompanhamento da produção do programa de rádio Conversa de Alpendre. Ao refletir sobre a prática para este trabalho, debrucei-me sobre relatórios de acompanhamento; entrevistei os participantes e pessoas ligadas ao PDHC; e usei de bibliografias afins ao tema para embasar minhas reflexões. A pesquisa conseguiu esboçar um quadro sobre toda a formação, trazendo, inclusive alguns resultados desta, perceptíveis nas entrevistas e conversas com os participantes. Meu envolvimento com a formação contribuiu para me dar elementos difíceis de serem percebidos pelo pesquisador-observador. Aqui, além de observadora, fui também participante.

### **Era preciso mobilizar...**

O Projeto Dom Hélder Câmara (PDHC) mal começara no Sertão Central quando se iniciaram articulação e mobilização das comunidades para escolher dezoito jovens que participariam da primeira formação em comunicação popular<sup>4</sup>. A proposta inicial era focalizar a formação nos assentamentos de Quixeramobim, escolhendo dois jovens por cada um dos nove assentamentos do município, envolvidos no Dom Hélder Câmara.

Centralizar a formação e, conseqüentemente, o grupo de comunicação popular em Quixeramobim – o projeto acontecia em dezoito assentamentos rurais espalhados

---

<sup>4</sup> Compreendemos comunicação popular como a comunicação feita pelo povo e para o povo; pelas categorias menos favorecidas da sociedade, a fim de se contrapor ao status quo na tentativa de transformação social.

por Banabuiú, Choró, Quixadá e Quixeramobim – era uma tentativa de procurar elementos que ajudassem no surgimento de uma identidade entre aqueles participantes para facilitar a criação do grupo de comunicação popular<sup>5</sup>. Outros aspectos que orientaram a escolha dos jovens foram: interesse dos mesmos, envolvimento com suas comunidades e equidade de gênero (tema transversal do projeto).

A preocupação em fomentar a busca por uma identidade comum veio da compreensão de que a comunicação, em especial a comunicação popular, não acontece se não houver uma motivação vinculada a demandas sociais – como reivindicações por direitos civis, resistências culturais e de grupos sofrendores de discriminações, entre outras – que no caso perpassa por uma identidade comum.

Afinal, identidade e os vínculos coletivos não são assegurados pela tradição. Deve-se construí-los e “o processo comunicativo [...] passa a ser investido como estratégia racional de inserção do indivíduo na sociedade.” (Martino, 2001). Poderíamos, porém, dizer que ser jovem e assentado seriam identificações suficientes, mas a realidade se mostra diferente. A formação de identidades sofre influência da sociedade e esta deve ser considerada dentro do contexto das relações entre sujeitos. “Entre as fronteiras que demarcam as identidades sociais dentro do painel plural e hierárquico da sociedade brasileira. Trata-se de um processo que pode ser pensado como pautado pelo poder do sistema simbólico.” (Coelho, 2005).

Era preciso buscar um sentimento de comunidade que fizesse com que esses jovens se percebessem como parte de um todo, explicitamente, definido. Afinal, “ser negro, judeu, japonês [...] não são elementos suficientes para definir uma comunidade negra, judia, japonesa. Estes são, enquanto raças e tipos étnicos, somente grupos diferentes na sociedade. Não basta, portanto, a existência de uma característica básica comum.” (Marcondes Filho, 1986:158).

Além disso, a juventude é tão compartimentada que jovens da mesma idade podem ser completamente apartados, estranhos, variando sua identidade segundo seu grupo, sua turma. Melhor dizendo, variando com seus guetos: importantes para a autoafirmação e interação dos jovens na sociedade.

---

<sup>5</sup> A ideia era formar um grupo com jovens oriundos de camada economicamente menos favorecida que, através da comunicação comunitária e popular, fortalecesse seu segmento social, trazendo à tona reflexões e reivindicações comuns com vistas em mudanças sociais.

A tarefa de se identificar como assentado era, também, difícil. A maioria da juventude não se vê pertencendo a uma comunidade assentada, é mais comum o sentimento de “apenas vizinhos” prevalecer dentro dos assentamentos. Além disso, no cotidiano dos assentamentos, em geral, são considerados assentados apenas aqueles que possuem o cadastro legal do Incra (Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária), feito após a imissão em posse da terra, status na maioria reservado ao pai de família, ao “homem da casa”.

Foram buscados, então, pontos de interseção entre os participantes que precisaram ser descobertos e fortalecidos. No primeiro momento, prevaleceram como elementos básicos: condição social (filhos de assentados), territorial (moradores de assentamentos rurais de Quixeramobim) e faixa etária (entre 16 e 24 anos). E de uma forma mais subjetiva, foram levados em consideração o envolvimento nas atividades do assentamento e da associação comunitária e o interesse por comunicação.

Foram escolhidos dezoito jovens. Interessante frisar que a escolha final foi feita pela associação comunitária de cada assentamento, devido à compreensão de que tais jovens representariam suas comunidades e, portanto, precisavam ser respaldados por estas. Da primeira oficina até os encontros semanais de acompanhamento, aconteceram mudanças – alguns saíram, outros permaneceram e houve ainda aqueles que se engajaram durante o processo. Reflexo de uma dinâmica própria dos indivíduos e do grupo e que culminou ao final da formação em doze jovens comunicadores populares.

### **Primeiros passos: oficinas de formação**

Os conteúdos das seis oficinas que compunham a primeira fase da formação mesclavam técnicas radiofônicas com discussões sobre temas sociais para fomentar o pensamento crítico dos aspirantes a comunicadores populares. A mistura entre técnica e reflexão tinha como objetivo fortalecer a ideia sobre o papel da comunicação em uma sociedade formada por conflitos econômicos, estratificada por desigualdades sociais. Como também criar uma forma de comunicação própria entre os jovens que servisse de elo entre eles, na perspectiva da construção de um grupo.

Além da preocupação com o conteúdo das oficinas, mereceu atenção a metodologia utilizada, baseada na ideia de que o conhecimento não é transferido, mas

sim construído. Orientada pelo princípio de “saber que ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua própria produção ou a sua construção.” (Freire, 2005: 47.), a metodologia estimulava a troca de saberes entre os presentes na formação e a construção de novas formas de ver o mundo. O uso de conhecimentos já existentes e a criação de outros tantos se mostravam como o caminho mais coerente para o Catavento – catalisador e mediador do processo – que traz em sua missão a busca por uma comunicação democrática, horizontalizada, libertária e libertada. Uma comunicação transformadora.

O primeiro passo foi discutir o que é comunicação, como tentativa de ampliar o conceito para além dos meios de comunicação de massa e desmistificar a ideia de que somente iluminados podem produzir informações e notícias. Ideia essa que tem na mídia sua grande propagadora. Onde a comunicação de massa ganha maior status do que outras formas de comunicação, como a interpessoal, a popular e a comunitária. A primeira oficina (20 e 21 de março/2003) trazia o tema “Sensibilizando para a Comunicação”. Sendo o ser humano um ser social cuja vida depende das inúmeras maneiras de se comunicar, o grupo discutiu a comunicação como expressão humana.

Quando se fala em comunicação social, a primeira tendência é a de pensarmos nos grandes ‘meios de comunicação’. [...] Isto é razoável, pois é através destes meios que se processa a maior parte das comunicações sociais modernas. [...] Mas é preciso ultrapassar essa percepção para aprofundar a compreensão tanto no que se refere ao próprio conceito de comunicação, como para um certo entendimento da sociedade que dispõe de tais tecnologias. A comunicação é co-natural ao ser humano. Não há sociedade, não há comunidade, sem comunicação entre os homens. Para agir em comum, os seres humanos interagem. (Braga e Calazans, 2001:14).

A partir de exercícios e dinâmicas de grupo tendo o corpo humano como ponto de partida – nosso primeiro meio de comunicação – o grupo trabalhou a ideia de que a essência do ser humano é comunicativa e que a comunicação permeia as relações sociais. Ainda na primeira oficina, o grupo refletiu sobre a mídia e sua importância, focalizando a discussão nos papéis que esta assume na sociedade, para depois pensar sobre que tipo de comunicação eles queriam. Todos os conteúdos foram trabalhados a partir do cotidiano do grupo. Assim, o corpo em questão era o corpo de cada um presente, as notícias e programas citados foram escolhidos entre aqueles que o grupo mais acompanhava e assim por diante.

Interessante perceber que somente quando a discussão caminhou para o reconhecimento de serem eles assentados, parte de uma parcela menos favorecida da sociedade e que a mídia, muitas vezes, tratava de forma depreciativa a luta pela reforma agrária é que o grupo começou a encontrar elementos de crítica à mídia. A percepção sobre os interesses políticos e econômicos que orientam a comunicação de massa desencadeou discussões sobre qual a melhor comunicação para a população carente, da zona rural do Ceará.

Foi lançada, então, a semente para análise crítica da mídia. Uma visão não só crítica, mas também que propunha; importante para a prática da comunicação popular. E quiçá para a criação de um grupo de comunicação popular que viesse, em momento próximo, ser responsável pela produção de um programa de rádio com compromisso social: uma rádio-revista de educação popular<sup>6</sup>.

A segunda oficina (5 e 6 de abril de 2003) tinha o tema “A Notícia Popular”. Munido da discussão sobre “que tipo de comunicação queremos”, o grupo começou a discutir as entrelinhas do poder que existem na construção das notícias e a importância da notícia popular como espaço onde o povo tem voz; uma notícia feita pelo e para o povo e que é base da comunicação popular.

A notícia popular é também a notícia que o próprio povo fornece. O povo que antes era somente receptor de informação, agora também se faz emissor da informação. O povo usa a notícia para se comunicar de grupo a grupo, de povo a povo. Usa a notícia para dialogar. A informação se torna horizontal. [...] A notícia popular é uma ferramenta nas mãos do povo organizado. (Geerts, 1987:18-19).

A discussão sobre notícia popular foi acompanhada de técnicas para produção de qualquer notícia. Elementos jornalísticos – como lead e pirâmide invertida, fontes, apuração e seleção das informações – foram apresentados. Se, na primeira oficina, a parte técnica ficou a cargo das características da mídia – diferenças entre rádio, jornal e televisão – na segunda, elementos específicos do rádio ganharam espaço. O grupo estudou as características do rádio, gêneros e formatos<sup>7</sup>, e a história desse veículo no

---

<sup>6</sup> Rádio-revista de educação popular: formato radiofônico cuja estrutura reúne diversos gêneros ou subgêneros do rádio, mas que traz um caráter de fomentar a educação entre as camadas mais populares, com a perspectiva da transformação social (Vigil, 1988).

<sup>7</sup> Existem variações entre os autores ao conceituar e classificar gêneros e formatos do rádio. Esse tema foi tratado na oficina muito mais para estimular a criatividade dos jovens do que para amarrar definições.

Brasil. Começaram a aprender como produzir o primeiro formato radiofônico: o sociodrama<sup>8</sup>, a partir do radioteatro<sup>9</sup>. Nessa segunda oficina, o grupo teve o primeiro contato com locução e gravação.

Observamos que toda a parte técnica trabalhada na oficina tinha uma finalidade, um objetivo anterior. Neste caso, era contar a história do rádio no Brasil. Assim, aprender as primeiras técnicas ganhava uma contextualização e razão para existir. Tal preocupação em dar sentido à prática, não ensinando técnica por técnica, partiu da compreensão de que “a reflexão crítica sobre a prática se torna uma exigência da relação Teoria/Prática sem a qual a teoria pode ir virando blábláblá e a prática, ativismo.” (Freire, 2005:22).

Com o tema “Cultura e Comunicação”, a terceira oficina (18 e 19 de outubro de 2003) inaugurou a discussão sobre cultura como formadora e produto da identidade dos grupos e de suas relações sociais. Na época, os participantes já se identificavam como grupo de comunicação popular e já participavam da produção do programa Conversa de Alpendre. A discussão proposta foi fundamental para instigar a reflexão que valorizasse a origem daqueles jovens e reforçasse o papel do grupo que se formava. Comparar culturas distintas sem hierarquizá-las foi ponto de partida para discutir cultura em um contexto amplo onde se relacionam hábitos da vida cotidiana às manifestações artísticas como elementos culturais.

Na discussão, a mediação trabalhou com o dia-a-dia do grupo, buscando origens de traços culturais, presentes nos cotidianos dos assentamentos. A discussão fomentou inclusive a elaboração de conceito sobre cultura, formado pelo grupo. Cultura passou, então, a significar: “modo de vida de cada pessoa ou grupo, dentro da sociedade em que

---

Como diz Vigil, falar de gêneros e formatos “não se trata de um exercício taxionômico ou de colecionar definições, mas de mostrar um menu amplo e apetitoso, a gama mais variada de formas, para estimular a criatividade dos radialistas.” (2003:118).

<sup>8</sup> “Formato que entrou na casa do rádio pela janela da educação popular. [...] Trata-se de contar uma história rápida do que está acontecendo no bairro ou na comunidade. E que seja contada por eles, gravada pelos próprios moradores.”. (Vigil, 2003:187).

<sup>9</sup> Gênero dramático, o radioteatro se caracteriza por ser uma esquete, ou seja, cena teatral que não necessita de divisão em capítulos.

vive. Há vários tipos de cultura, cada um com o seu valor. A cultura está sempre mudando, pois as pessoas/sociedades mudam. Somos a mistura das três etnias.”<sup>10</sup>.

O grupo trabalhou, com maior propriedade, o sociodrama: radionovela<sup>11</sup> e radioteatro, formatos que trazem elementos cênicos. A formação abria espaço, então, para atividades lúdicas, como imitar vozes e sons e brincar de contar histórias, atividades que contribuem com o aprendizado. Sendo o sociodrama e suas vertentes – radionovela e radioteatro – mecanismos usados para discutir o cotidiano das realidades que nos cercam, aprender esses formatos foi uma ponte para discutir questões sociais.

O grupo aprendeu também a produzir vinhetas<sup>12</sup>, jingles<sup>13</sup>, tendo noções sobre vinhetas – comerciais, promocionais e educativas – e sobre características<sup>14</sup>. Atenção dada para a vinheta foi por ser um formato onde se podem trabalhar vários elementos da linguagem radiofônica. Assim, a técnica da produção de vinhetas ajudou o grupo, posteriormente, a ousar em outros formatos. “As vinhetas, por sua brevidade, devem aproveitar ao máximo os recursos da linguagem radiofônica: criar imagens auditivas com palavras que possam ser vistas, sugerir cenários sonoros usando efeitos, aproveitar os diferentes gêneros, especialmente o dramático.”(Vigil, 2003: 419).

---

8

Todas as técnicas foram trabalhadas na prática onde o mote para a criação das peças foi a discussão sobre cultura. Mais uma vez, a técnica aparece como instrumento para realizar o objetivo de fomentar ideias sobre a realidade, estimuladas pela discussão sobre cultura. Importante, ainda, dizer que a técnica para produzir qualquer um dos tipos de vinheta é a mesma.

A diferença entre as vinhetas comerciais e as educativas não está na sua elaboração técnica. O que muda, fundamentalmente, é a maneira de ver e de sentir o público. Em um caso são clientes, no outro, cidadãos. [...] O publicitário procura persuadir o ouvinte, induzi-lo a comprar para aumentar os investimentos do empresário. O educador, por sua

---

<sup>10</sup> Conceito retirado do relatório da terceira oficina, “Cultura e Comunicação”. Os relatórios serviam como registro das atividades para prestação de contas do Catavento com financiadores do Projeto Dom Hélder Câmara, além de arquivo para novas propostas de ação da ONG.

<sup>11</sup> Formato também do gênero dramático, a radionovela é a dramatização de uma história feita em capítulos.

<sup>12</sup> O spot, também chamado de vinheta, é uma mensagem curta e repetida com o objetivo de vender alguma coisa, fortalecer uma imagem ou ainda passar alguma ideia. As vinhetas podem ser comerciais, promocionais e educativas. (Vigil, 2003).

<sup>13</sup> Vinheta cantada.

<sup>14</sup> Vinheta que identifica um programa ou um quadro deste.

vez, tenta convencê-lo de determinadas idéias que melhoram sua qualidade de vida. São processos com fins diametralmente diferentes. (Vigil, 2003:417).

Por conta disso e por a formação querer despertar a consciência crítica daqueles jovens para a formação de um grupo de comunicação popular a posteriori, os exercícios da oficina giraram em torno da produção de vinhetas feitas com base nas reflexões extraídas do próprio grupo, priorizando assim a produção de vinhetas educativas.

### **Conversa de Alpendre**

Conversa de Alpendre era o programa de rádio, produzido pela parceria do Catavento com PDHC, para o Sertão Central. O Conversa de Alpendre buscava sensibilizar a população para questões ligadas à agricultura familiar e aos assentamentos. O objetivo era mudar a visão negativa com relação à zona rural sertaneja e servir como laboratório de formação do Grupo de Comunicação Popular de Quixeramobim, tanto nos aspectos técnicos quanto nas reflexões que a prática do radiojornalismo e da comunicação popular pudessem suscitar. O programa trazia a perspectiva da comunicação educativa. Seja para ouvintes, seja para os comunicadores populares que ajudavam na produção do programa.

Com dois anos de existência – sua estreia foi em 8 de fevereiro de 2003 –, o programa era veiculado aos domingos, das 8 às 9h, pela emissora comercial Campo Maior, localizada em Quixeramobim e cujo alcance chegava a 30 municípios do Ceará<sup>15</sup>. Com uma hora de duração, a estrutura do programa tinha como característica a rádio-revista. Continha, portanto, diferentes gêneros e formatos radiofônicos.

Por seu caráter educativo, o Conversa de Alpendre aparecia como uma rádio-revista de educação popular. Mesmo veiculado em emissora comercial, o programa tinha autonomia e liberdade na produção, orientada por discussões feitas entre o Grupo de Comunicação Popular de Quixeramobim e o Catavento, como também, por assuntos da ordem do dia, relacionados ao semi-árido e ao PDHC.

Dividida em blocos, a programação era basicamente jornalística, com informações voltadas para a população da zona rural. Apesar de o programa ter surgido dentro de um projeto governamental, sua pauta não se limitava às ações específicas do

---

<sup>15</sup> Dados obtidos em entrevista com diretor da emissora Campo Maior, realizada em agosto de 2004.

Projeto ou do Governo. Por causa da perspectiva de desenvolvimento territorial, o Conversa de Alpendre diversificava as pautas, trazendo matérias sobre agricultura familiar, convivência com o semi-árido, educação, infância e adolescência, políticas públicas, cultura, entre outros temas.

Sem esquecer, contudo, de divulgar o que acontecia nos assentamentos acompanhados pelo PDHC e de contribuir para o controle social das ações previstas pelo projeto. Essa liberdade na definição das pautas era consequência, também, da parceria com uma ONG que possuía determinada autonomia na execução das ações, previamente definidas (por plano de comunicação popular para o PDHC) e contratadas.

Surgiram blocos com temáticas, formatos, tamanhos e periodicidades fixas. Esses blocos, além de criar uma identificação entre os ouvintes e o programa – tornava-se habitual que toda semana ou quinzenalmente determinados temas fossem abordados –, eram também uma forma de melhor ajudar no aprendizado das técnicas radiofônicas pelo Grupo, pois tais blocos criavam uma sistemática de produção. Constatamos, inclusive, que com o passar do tempo, o grupo se sentia cada vez mais à vontade para sugerir pautas e elaborar perguntas para entrevistas e as notícias. Além disso, havia certa rotina, formando um fluxo de produção.

Ao longo dos dois anos, surgiram: com veiculação semanal, o *Notícias Regionais*, *Notícias Locais* e *Momento Criança*. Quadros, com duração entre 5 e 10 minutos, que traziam informações rápidas sobre temas específicos que originaram os seus nomes. Havia ainda quadros quinzenais: *Conversa de Mulher* e *Vidas Sertanejas*. O primeiro trazia o formato de microprogramas, com entrevistas, músicas e notícias rápidas sobre o universo feminino. Já o segundo era uma entrevista em forma de relato oral, feita com idosos assentados. Os quadros tinham duração de 10 a 15 minutos. Nesses quadros, havia forte presença do gênero jornalístico.

Todos esses quadros surgiram por iniciativa do Catavento que compartilhou a ideia com o Grupo, co-produtor do Conversa de Alpendre. Por iniciativas individuais dos jovens comunicadores, surgiram quadros com veiculação quinzenal: *Lorotas e Poesias*: quadro cultural, de 15 minutos, feito por dois comunicadores populares, um deles cordelista; *Momento Esportivo*, programa sobre esportes da região e *Conversa*

*Boa*, quadro de entrevista ping-pong, com 5 minutos de duração. Esses quadros eram feitos pelos comunicadores que os criaram.

Outro quadro que surgiu e que servia como ponte entre o Grupo e jovens da região foi o *Recadinhos do Coração*. Havia, ainda, a utilização de radioteatros, vinhetas educativas e disco-debates<sup>16</sup> para complementar as informações veiculadas no programa. Com a entrada dos quadros feitos pelo Grupo, percebemos a variação dos gêneros radiofônicos e a entrada dos gêneros dramático e musical. Além de ampliar a aproximação com os ouvintes, caracterizando o *Conversa de Alpendre* como uma rádio-revista de educação popular.

A participação na produção do *Conversa de Alpendre* pelo Grupo de Comunicação Popular de Quixeramobim foi gradual. Com as três primeiras oficinas, os jovens iniciaram de forma pontual suas participações. A ideia era mesclar as oficinas de formação com a produção do programa, na perspectiva de aprender para fazer e fazer para aprender. A princípio, os jovens participaram como entrevistados, depois como debatedores em discos-debate, para logo em seguida se tornarem entrevistadores. Nesse momento, o Grupo já participava da reunião de pauta semanal onde, além da definição do programa seguinte, era feito acompanhamento das entrevistas previamente marcadas para que o Grupo produzisse. Assim, técnicas e discussões presenciadas nas oficinas começaram a aparecer com o dia-a-dia de produção do programa.

Com o tempo, a locução passou a ser o novo objetivo a conquistar. Primeiro de forma pontual em algumas matérias – a locução era feita por quem produzia a matéria –, depois o Grupo passou a fazer toda a locução do programa. Nesse momento, não só a definição de pauta passava por eles, mas também a maior parte da produção das entrevistas para as reportagens, ficando a cargo do Catavento a edição e montagem do programa, como a orientação de toda a produção. Foi nesse momento que surgiram os quadros pensados e produzidos por membros do Grupo. Como locutores, os comunicadores passaram a sentir os primeiros sinais de repercussão do programa ao serem identificados, elogiados e criticados por ouvintes. Todo esse processo de inclusão foi intercalado por momentos específicos de oficinas, reuniões de pauta e encontros de

---

<sup>16</sup> Recurso para dinamizar a reflexão coletiva, utilizando canção para estimular o debate. Ouvir música faz parte do cotidiano dos setores populares e usar o seu potencial educativo é uma boa estratégia para fomentar discussões sobre a realidade em que vivemos e favorecer o exercício do pensamento crítico.

acompanhamento que se tornaram mini-oficinas semanais, iniciados após o término das seis oficinas da primeira fase da formação.

É importante ressaltar que apesar de ser um grupo, foram respeitados ritmo de aprendizado e habilidades de cada jovem. Todos tiveram o mesmo ambiente propício para descobrir e desenvolver suas habilidades. O respeito também aos estilos de locução – importante frisar que foram valorizados a linguagem e o sotaque cearense, mas mantida a preocupação em separar o que seria próprio do linguajar da região, dos erros de português, frutos do pouco acesso ao ensino formal – interferiram na divisão dos grupos para a gravação dos programas.

Os doze jovens que terminaram a primeira fase da formação foram divididos em três mini-grupos com quatro participantes. A cada semana um grupo era responsável pela locução do Conversa de Alpendre. Eles tinham elementos para atuar de forma mais participativa na produção do programa que continuava coletiva. Estavam munidos de elementos primários para o domínio das técnicas radiofônicas e mais habituados a exercer a reflexão crítica antes da prática, gerando uma participação não só maior, mas também melhor qualificada. Havia a preocupação do Catavento de transformar a comunicação popular em espaço de expressão democrática. Pois a comunicação popular pode a princípio ser vista como democrática, mas “apesar de a democracia se fazer presente em muitos movimentos populares, ela não está necessariamente assegurada no nível da elaboração da comunicação.” (Peruzzo, 2004:126).

### **As oficinas continuam**

A quarta oficina, “*Técnicas de locução: para encontrar a sua voz no rádio*” (15 e 16 de maio de 2004), avançou na formação do Grupo de Comunicação Popular de Quixeramobim. A definição do conteúdo teve como base as demandas surgidas ao longo do primeiro ano de trabalho quando os jovens já se apresentavam como Grupo, mesmo sem uma compreensão hegemônica do significado de grupo de comunicação popular entre seus integrantes. Nesse período, os doze comunicadores populares já estavam envolvidos na produção e locução do programa. Daí, a preocupação maior com técnicas de locução e com a responsabilidade ética e social ao se falar no rádio.

O processo de formação partia ora da teoria (oficina, mini-oficinas de acompanhamento) ora da prática (reuniões de pauta e produção). O trabalho com locução começou da prática – na gravação do programa – para depois passar à teoria: realização de oficina. A atenção com a locução trouxe uma reflexão sobre como é forte o estigma que cerca a comunicação, a partir da mídia que se centra em um padrão na forma de falar. Nesse padrão, a linguagem, sotaque e expressões linguísticas estão fortemente influenciadas pelo Sudeste e Sul, regiões mais favorecidas economicamente no Brasil –, criando no imaginário popular a ideia de haver única forma certa de se falar.

Essa reflexão ganhou espaço na medida em que cada um tentava imitar locutor A ou B e se confrontavam com a proposta do Catavento de que cada um, no seu ritmo, encontrasse sua voz no rádio. A quarta oficina veio, portanto, para avaliar a locução já iniciada, como também para dar noções de dicção, entonação e interpretação de texto. Além de fomentar a reflexão sobre preconceito linguístico existente na homogeneização do linguajar do rádio, propagado especialmente pelas emissoras comerciais.

Quinta e sexta oficinas (24 e 25 de julho e 31 e 01 de agosto de 2004) tiveram como objetivos retomar todo o conteúdo apreendido pelo Grupo, seja nas oficinas anteriores seja na produção do Conversa de Alpendre. Nessas oficinas, além da revisão de técnicas radiofônicas, um bom espaço foi reservado para a reflexão sobre radiojornalismo, a partir da comunicação popular. Foram momentos de preparo para o passo seguinte que era ampliar a atuação do Grupo na produção do Conversa de Alpendre, refletindo como, objetivamente, esse programa contribuiria para o desenvolvimento rural, especialmente nas áreas de assentamento.

### **Acompanhamento cotidiano**

Após a primeira fase da formação (as seis oficinas, de 20 de março de 2003 a 01 de agosto de 2004) intercalada à produção do Conversa de Alpendre, iniciada em 8 de fevereiro de 2003, surgiu a necessidade de o Catavento acompanhar sistematicamente o desenvolvimento do Grupo de Comunicação Popular de Quixeramobim, com a perspectiva de ajudar em sua consolidação. Essa segunda fase da formação foi constituída por mini-oficinas semanais, com 8h. Nas mini-oficinas, além das reuniões de pauta, os conteúdos giravam em torno de exercícios para aprimorar as técnicas de

rádio – produção de vinhetas, radioteatros, entrevistas, exercícios de dicção, imitação de voz etc. –; e da fomentação do pensamento crítico, através de discussões sobre temáticas relacionadas à juventude, reforma agrária, assentamento, educação, saúde, cultura, políticas públicas, projetos como PDHC e qualquer outro tema referente à realidade do Grupo.

Tornava-se clara a relação direta entre conteúdo ministrado na primeira fase da formação, com o conteúdo das mini-oficinas. Elas também seguiram metodologia participativa, fortalecendo a ideia da construção do conhecimento e não do simples repasse. A junção prática e teoria, no período de acompanhamento, ficou mais evidente devido à proximidade entre os encontros nas mini-oficinas (uma vez por semana) e a produção semanal do *Conversa de Alpendre*. Interessante ressaltar que a forma como o *Catavento* mediava as oficinas de comunicação popular, preocupando-se com metodologias que garantissem a participação de todo o grupo, contribuiu para disseminar a visão de uma comunicação democrática, horizontalizada e com traços educativos.

As mini-oficinas, iniciadas em setembro de 2004, tinham ainda o objetivo de criar um cotidiano de encontro para os jovens. A ideia era de que o hábito de se reunir semanalmente contribuísse para consolidar o Grupo de Comunicação Popular de Quixeramobim. Assim, com o final do processo de formação, previsto para dezembro de 2004, o Grupo estivesse suficientemente fortalecido para continuar sozinho sua trajetória no *Conversa de Alpendre* e, quiçá, enveredar por outros meios de comunicação como impresso e áudio-visual. A programação das mini-oficinas era feita mensalmente em reunião onde se confrontavam as observações do *Catavento* com as opiniões do Grupo que listava temas para discussões e suas principais deficiências técnicas. Com o desenrolar das mini-oficinas e com a inclusão da experiência de algumas transmissões ao vivo do *Conversa de Alpendre*, era sentido maior entrosamento no Grupo.

Laços de amizade, solidariedade, companheirismo e ajuda mútua foram estabelecidos entre os indivíduos para além da produção do *Conversa de Alpendre*. Mais do que um Grupo de Comunicação Popular, os doze jovens se viam como um grupo de amigos, reunidos em torno do aprendizado da comunicação.

## Refletindo sobre a prática

É imperativo falarmos quem são os protagonistas desta história. O perfil do grupo além das características já citadas – jovens, filhos de assentados, envolvidos com suas comunidades e interessados em comunicação –, traz um ponto não muito comum no sertão: bom nível de escolaridade. Todos ou tinham concluído o ensino médio ou o cursavam. Apesar de escolaridade não ser exigência do Catavento, percebemos que as comunidades ao escolherem seus representantes, levaram este critério em questão. Possivelmente pelo senso comum que envolve de magia e status a comunicação, dentro da relação de poder exercida pela mídia junto à sociedade, especialmente junto às camadas mais pobres.

Façamos ainda um registro do nome e do assentamento de origem desses rapazes e moças que durante dois anos viveram no universo do aprendizado e do fazer da comunicação popular. Relacionamos, então, os doze jovens que participaram e compuseram o Grupo de Comunicação Popular de Quixeramobim. São eles: Danilo de Almeida, Lúcia Barbosa, Francilino Barbosa e Francisco Barbosa (Vista Alegre); Erivaldo Araújo (Recreio); Marta Gondim, Francisco Ademar, Izidia Inês e Rafael Pinheiro (Alegre); Francisco Nilwerley (Caraíbas, comunidade Caraíbas); Nara Edvânia (Caraíbas, comunidade Camará); e Rones Maciel (Muxuré Velho).

A formação trabalhada pelo Catavento no PDHC tinha como ideia original instigar o pensamento crítico desses jovens, a partir de discussões em torno dos processos de recepção e produção da informação e da prática da comunicação popular. Por isso, amparou-se no processo dialógico e buscou fortalecer a consciência dessa juventude para sua importância, dentro de suas comunidades e na sociedade em geral, como sujeitos históricos.

Como desdobramento dessa ação, o Catavento tinha como intenção a formação do Grupo de Comunicação Popular de Quixeramobim. A ideia era criar um grupo que atuasse de forma autônoma e auto-sustentável não apenas no rádio, mas em outras formas de se fazer comunicação popular. Nossa pesquisa verificou que esses dois objetivos – instigar o pensamento crítico e a atuação política/social e criar um grupo de comunicação popular – tiveram desenvolvimentos e resultados diferenciados.

O despertar da consciência cidadã dos jovens foi notado com o desenrolar da formação e do trabalho junto à produção do Conversa de Alpendre. Se no começo, percebíamos jovens tímidos, calados – não por ser a timidez característica pessoal, mas por não haver neles próprios auto-estima fortalecida que os estimulasse a expor suas ideias e sentimentos – passados alguns meses, foi notória a mudança de um grupo tímido para um grupo falante e crítico. Mais do que despertar consciências, a formação elevou a auto-estima dos jovens, revelando espaço para se desenvolver com mais afinco os potenciais de cada um. Eles aprenderam a falar e da fala para ação foi consequência. Além da participação ativa no programa de rádio e nas discussões levantadas nos encontros do Grupo, cada jovem procurou – em seus ritmos e de maneira espontânea, sem influência direta do Catavento – formas de atuação política/social.

Danilo virou presidente do grêmio estudantil do colégio, Francisco tornou-se presidente da Associação Comunitária do Assentamento Vista Alegre. Francilino e Rones foram incorporados à equipe do Catavento como estagiários. Erivaldo começou a participar da assessoria de comunicação do MST (Movimento Sem Terra) da região. Marta e Lúcia atuam, ainda hoje, na organização de grupos de mulheres em suas comunidades.<sup>17</sup> Percebemos que a comunicação social – especialmente a comunicação popular que tem no seu âmago o despertar da consciência – pode estimular a participação política. Um exemplo prático do que Peruzzo fala sobre comunicação, participação popular e construção da cidadania.

Em 1976, a Conferência das Nações Unidas deixou firmado que a participação popular é um direito humano, um dever político e um instrumento essencial de construção nacional. [...] Um das múltiplas instâncias pelas quais o homem pode exercer esse direito e esse dever é a comunicação social. (PERUZZO, 2004:275).

Lógico que o despertar do pensamento crítico não acontece de forma linear e homogênea dentro de um grupo e também não tem um término definido. Os indivíduos têm suas características pessoais e trazem seus históricos de vida: da família, amigos à escola e ambiente onde vivem. Então, nem todos do Grupo se engajaram em alguma organização como os acima citados. Mas, podemos dizer, através da observação-participante, que todos amadureceram seus modos de enxergar a mídia e a comunicação.

---

<sup>17</sup> Informações coletadas em entrevistas realizadas no final de 2004 e início de 2005.

Quanto ao segundo objetivo, percebemos resultados não tão satisfatórios. Era perceptível que os jovens se viam dentro de um grupo como comunicadores populares, mas não se percebia a compreensão do papel social que um grupo de comunicação pode ter, embora houvesse no grupo o discernimento da responsabilidade ética e do compromisso social que cabiam a eles por produzirem um programa de rádio. Avaliamos que o sentimento era mais de pertencimento a um grupo de aprendizes em comunicação popular do que membros de um grupo de comunicação popular.

De fato, a ideia de formandos em comunicação popular era justificável, pois eles concretamente participavam de uma formação. Mas acreditamos que haveria outra explicação que estaria na própria essência da comunicação popular cuja origem vem das demandas dos movimentos populares. “Ela [a comunicação popular] é resultado de um processo, realizando-se na própria dinâmica dos movimentos populares de acordo com as suas necessidades.” (Peruzzo, 2004:115). A autora ainda completa: “a comunicação popular tem como protagonistas o próprio povo e/ou as organizações e pessoas a ele ligadas organicamente.” (2004:127). Poderíamos dizer, ainda, que o tempo para consolidar o grupo fora pequeno (a pesquisa se voltou apenas para os dois anos da formação). Outra hipótese é a de que por essa experiência estar dentro de um projeto governamental, o Grupo teria seu espaço de intervenção limitado. Mas, discutir a criação e consolidação ou não desse grupo de comunicação popular, embora seja uma tarefa interessante, não encontra espaço no trabalho em questão cujo objetivo é relatar e discutir a formação em comunicação popular vivida por esses jovens assentados.

O que constatamos, nesse relato e análise, é que a comunicação popular trouxe ao Grupo, especialmente de forma individual, o instigar da consciência crítica, a constatação de que se é capaz de contestar o status quo. Enfim, a percepção de forma prática que se pode ser sujeito da história na busca por mudanças no cotidiano. E que esse despertar da consciência contou com um aliado fundamental: a comunicação popular como prática educacional.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAGA, José Luiz e CALAZANS, Regina. *Comunicação e Educação - Questões Delicadas na Interface*. 1 ed. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

COELHO, Merilane. “A Adesão Religiosa ao Vale do Amanhecer nas Cidades de Canindé e Juazeiro do Norte”. *Dissertação de Mestrado em Sociologia, Universidade Federal do Ceará*, Fortaleza, 2005.

FILHO, Ciro Marcondes. *Quem Manipula Quem? Poder e Massa na Indústria da Cultura e da Comunicação no Brasil*. 1 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1986.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da Autonomia, Saberes Necessários à Prática Educativa*. 31 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

GEERTS, Andréa. *A Notícia Popular Manuais de Comunicação*. 1 ed. São Paulo: Edições Paulinas, 1986.

MARTINO, Luís Cláudio. “Elementos para uma Epistemologia da Comunicação, in Campo da Comunicação”. Editora UFPB, João Pessoa. *Texto apresentado no V Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação (ALAIC)*, Universidad Diego Portales, Santiago do Chile, 2001.

PERUZZO, Maria Cicilia Krohling. *Comunicação nos Movimentos Populares - A Participação na Construção da Cidadania*. 3 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.

VIGIL, José Ignácio López. *Manual Urgente para Radialistas Apaixonados*. 1 ed. São Paulo: Edições Paulinas, 2003.

\_\_\_\_\_. *Rádio Revista de Educação Popular II*. 1 ed. São Paulo: Edições Paulinas, 1988.