

Comunicação comunitária e cidadania: uma experiência de ensino

Paulo Roberto Botão
Universidade Metodista de Piracicaba

A Universidade Metodista de Piracicaba vive um momento bastante especial em sua história, quando se busca imprimir em todas as suas práticas a marca de sua política acadêmica. Isto implica em uma valorização permanente de sua qualidade de ensino, a partir da dimensão ética que a inspira, ou seja, "a construção da cidadania enquanto patrimônio coletivo da humanidade" (UNIMEP, 1992:p.21).

Este esforço é particularmente importante na atual conjuntura brasileira, pois o resgate do conceito de cidadania vem sendo perseguido a partir de um importante conjunto de iniciativas da sociedade. Um dos exemplos mais significativos é o da "Campanha da Ação da Cidadania contra a fome e pela vida". Este é um esforço fundamental para que uma multidão de excluídos possa novamente sonhar com o exercício de seus direitos fundamentais na esfera social, política e civil.

Neste aspecto, o ensino da disciplina Comunicação Comunitária, no Curso de Comunicação Social da UNIMEP, ao longo dos últimos anos especialmente, tem se constituído um espaço rico para pensar as múltiplas maneiras que a Universidade dispõe para contribuir nesta gigantesca tarefa, a de construir uma cidadania plena.

A disciplina é oferecida aos estudantes das habilitações em jornalismo e publicidade e propaganda. Seu objetivo é provocar uma reflexão sobre o papel que a comunicação desenvolve na organização da sociedade. Isto implica numa avaliação sobre os meios de comunicação social e de massa, e também na definição de parâmetros que possam impulsionar uma produção alternativa, popular e comunitária.

Tanto no jornalismo, como na publicidade e propaganda, um dos aspectos cruciais da reflexão recai sobre o papel ético político do profissional de comunicação social. Comunicadores sociais, sejam eles jornalistas, publicitários, radialistas, dentre outros, não podem ser meros manipuladores de instrumentos técnicos. Há que se desenvolver a capacidade de percepção da amplitude de dimensões que envolve a comunicação no mundo contemporâneo.

Visando atingir estes objetivos, a disciplina se atém a conceitos como o de comunidade, comunicação comunitária, comunicação popular e alternativa,

comunicação e cultura, cultura de massa *versus* cultura popular, comunicação e história política mais recente, como o período de enfrentamento do regime militar e a conquista da abertura, onde tiveram um papel decisivo organizações da sociedade civil preocupadas com a transformação social.

Em seguida, os estudantes são estimulados a enfrentar um desafio: identificar experiências que se adequem ao conceito de comunicação comunitária, relacionar-se com os integrantes de grupos que vivenciam estas experiências e, na medida do possível, apresentar um projeto que possa contribuir com o seu desenvolvimento.

Este contato pressupõe toda uma concepção de relacionamento, que procura respeitar a autonomia destes diversos segmentos. Deve ficar claro a estudantes e membros da comunidade os propósitos e limites do trabalho proposto, sem a preocupação de escamotear eventuais contradições presentes no processo. Uma visão dialética da realidade exige este tipo de comportamento.

O desenvolvimento dos trabalhos tem se dado, tanto em publicidade e propaganda, como em jornalismo, em duas vertentes: a divulgação e potencialização destas experiências, numa perspectiva mais externa à comunidade; e a dinamização e organização do trabalho, numa contribuição mais para dentro da comunidade.

Os resultados têm sido riquíssimos, pois têm possibilitado aos estudantes o convívio com experiências concretas de organização social, de um lado, a manipulação de conceitos teóricos, de outro, num aprendizado que se orienta em grande medida por uma das perspectivas fundamentais da política acadêmica universitária: a indissociabilidade entre o ensino, a pesquisa e a extensão.

Para exemplificar o alcance da iniciativa, apresento alguns dados relativos ao segundo semestre letivo de 1993, dando conta dos temas tratados, das organizações contatadas e dos principais "produtos" apresentados pelos estudantes. Estes dados, naturalmente, têm a capacidade de mostrar apenas um lado mais mensurável, ficando implícita toda uma riqueza de detalhes que também fazem parte do processo de ensino.

JORNALISMO E COMUNIDADE

Em jornalismo os temas desenvolvidos pelos estudantes foram Imprensa Comunitária, imprensa de bairro, manicômios e tratamentos alternativos, pastoral da criança, participação popular no orçamento municipal de Piracicaba, cultura popular e tratamento do câncer infantil. Foram desenvolvidos 10 trabalhos, nas cidades de Piracicaba, Campinas, Salto, Sorocaba, Americana e Rio Claro.

O aspecto mais importante foi a possibilidade de contato dos estudantes com uma gama variada de organizações sociais, como o Hospital Seara e a Casa de Amparo à Criança, em Americana, o Centro Infantil Boldrini, em Campinas, a Pastoral da Criança, a Prefeitura Municipal de Piracicaba, a Regional de Centros Comunitários de Piracicaba, a Sociedade São Vicente de Paulo, a Sociedade Amigos do Bairro Central Parque, em Sorocaba, e a Associação dos Moradores do Bairro Santa Cruz, em Salto.

Com os trabalhos se possibilitou a produção de murais, painéis ambulantes, boletins impressos, um programa de rádio, relatos de pesquisas e vídeos. A maior parte destes materiais teve uma destinação à comunidade, sendo oferecidos aos grupos como contrapartida das atividades desenvolvidas. Em alguns casos se possibilitou a perspectiva de continuidade das experiências, especialmente no que se refere à produção de materiais jornalísticos, como boletins e programas de rádio, devendo-se destacar um sentido de compromisso nos alunos envolvidos.

PROPAGANDA SOCIAL

Já em publicidade e propaganda os temas desenvolvidos foram saúde de gestantes, cultura popular, planejamento familiar, informação e educação para a comunicação, influência da TV sobre as crianças, reforma agrária e a Campanha da Ação da Cidadania Contra a Fome e pela vida. As campanhas, num total de 11, foram realizadas junto a entidades das cidades de Piracicaba, Sorocaba, Campinas, Sumaré e Hortolândia.

Entre as diversas entidades contatadas pelos estudantes, é oportuno destacar a Comissão Pastoral da Terra, o Movimento Ação da Cidadania Contra a Fome e pela Vida, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, Escolas de Rede Estadual de primeiro e segundo Graus, o ACTA (Ação Cultural e Tecnologia Apropriada), a Associação dos Favelados de Piracicaba, o Centro comunitário do Piracicamirim e o Orfanato Lar Caminho da Verdade.

Mais internamente à Universidade vale também destacar trabalhos que tangenciaram outras disciplinas e cursos de Graduação. Em um dos trabalhos ocorreu o concurso de estudantes do Curso de Psicologia, e em outro o acompanhamento das disciplinas Metodologia da Pesquisa em Comunicação e Estatística, com produtos diferenciados em torno de uma mesma temática, possibilitando uma soma de esforços e uma melhoria na qualidade do trabalho desenvolvido.

Um dos referenciais bastante utilizados dentro da propaganda tem sido a chamada propaganda social, denominação que PINHO (1990:p.24) atribui a "todas as campanhas voltadas para as causas sociais: desemprego, adoção do menor, desidratação, tóxicos, entre outras (...) programas que procuram aumentar a aceitação de uma idéia ou prática social em um grupo-alvo". Isto possibilitou aos estudantes uma importante reflexão acerca do exercício da profissão, do uso dos meios de comunicação de massa e comunitários e do seu papel enquanto agentes técnico-políticos.

Os limites da experiência são muitos, é óbvio. Há que se pensar, sobretudo, um rigor metodológico maior para o seu desenvolvimento. Também no que se refere ao relacionamento com a sociedade ou com as comunidades envolvidas, uma forma de garantir experiências mais duradouras, que não sejam interrompidas ao ritmo dos semestres letivos que se sucedem. Principalmente, há que se refletir sobre o potencial transformador de tais atividades, possibilitando o estabelecimento de projetos com objetivos táticos e estratégicos mais claros.

De qualquer modo, a meu ver, não há como negar os avanços que enseja. A sociedade brasileira vive um momento onde se elitiza a Universidade, onde infelizmente ainda predomina o descompromisso do saber com o fazer popular, com o cotidiano das grandes massas de excluídos de qualquer dimensão de cidadania. Esta experiência é a contramão deste tipo de comportamento.

A proposta possui, nesta ótica, dois méritos principais. Um, interno, mais afeto ao processo de ensino. Ela possibilita o rompimento com métodos de ensino baseados unicamente em concepções de transmissão cultural ou em romanticismos, caminhando em direção a dinâmicas mais progressivas quando prioriza o trabalho em equipe, a discussão em sala de aula, e mesmo uma dimensão de pesquisa e extensão.

De outro lado, no âmbito mais externo, possibilita o contato da Universidade com os mais diversos segmentos das comunidades local e regional, principalmente os menos favorecidos, que normalmente apresentam uma carência em relação ao seu direito à comunicação. Este diálogo universidade/comunidade é condição indispensável a uma proposta de ensino comprometida socialmente, amparada na busca permanente de construção de uma ética baseada na cidadania plena, entendida como o direito à vida estendido a todos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. COVRE, Maria de L. Manzini. *O que é Cidadania*. 2a. Ed. São Paulo, Brasiliense, 1993.
2. DEMO, Pedro. *Metodologia Científica em Ciências Sociais*. 2a. Ed. São Paulo, Atlas, 1992.
3. GODOY, Arilda Schimidt. *Didática para o Ensino Superior*. 2a. Ed. São Paulo, Iglu, 1988.
4. PINHO, J.B. *Propaganda Institucional - Uso e Funções da Propaganda em Relações Públicas*. São Paulo, Summus, 1990.
5. UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA. *Política Acadêmica da Universidade Metodista de Piracicaba*. Piracicaba, Ed. Unimep, 1992.