

27 a 29 de setembro de 2016  
Jataí - GO  
UFG - Câmpus Cidade Universitária  
ISSN 2178181

## **Comunicação Popular: uma discussão do Candeeiro nos processos de articulação da ASA e a figura do comunicador popular**

Rosa da Conceição NASCIMENTO<sup>1</sup>  
Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, CE

### **Introdução**

A comunicação popular e alternativa tem sua origem nos movimentos sociais, nos anos de 1970 e 1980 e se utiliza de canais próprios para se estabelecer, segundo discute Peruzzo (2006). Consolida-se na perspectiva das lutas pela "transformação social" (OLIVEIRA, 1994, p. 22). "Estima-se que seja assim possível a inserção de grupos até então à margem do espectro da visibilidade" (FERREIRA *et al.*, 2008, p. 02). Pode se dizer também que são práticas socioculturais e educativas, bem como de luta por questões pertinentes na vida cotidiana. Nessa lógica, segundo Congo (1998), o receptor deixa de ser mero expectador e passar a atuar, rompendo com o paradigma social de invisibilidade, criado pela grande mídia.

A respeito desse tipo de comunicação muitos autores têm publicado artigos, dissertações e teses. Aqui, trabalharemos, principalmente a partir das ideias de Peruzzo (2006), Oliveira (1994), Congo (1998) e Puntel (1994), que apresentam estas práticas comunicacionais como sendo necessárias para dar visibilidade e fortalecer as experiências do povo.

Este artigo analisa o boletim informativo O Candeeiro, do Programa Uma Terra e Duas Águas (P1+2)<sup>2</sup>, da Articulação Semiárido Brasileiro (ASA)<sup>3</sup>, nos processos de mobilização dessa rede, na perspectiva da convivência com o Semiárido.

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: rosa.ugt.obas@gmail.com.

<sup>2</sup> O Programa Uma Terra e Duas (P1+2) é uma das ações do Programa de Formação e Mobilização Social para a Convivência com o Semiárido, da ASA, criado em 2007 com o objetivo de promover a soberania e segurança alimentar e nutricional das famílias agricultoras e fomentar a geração de renda, por meio da implementação de tecnologias sociais de captação de água para produção de alimentos e criação de pequenos animais, bem como estimular a consolidação de processos participativos de pessoas e grupos distintos para o desenvolvimento rural do Semiárido brasileiro. Na sua estrutura metodológica, consta a formação por meio de capacitações de gestão de água para produção de alimentos, sistema simplificado de irrigação para produção, intercâmbios, o informativo o Candeeiro, entre outros. Informações disponíveis em: < <http://www.asabrasil.org.br/acoes/p1-2>>. Acesso em: 29 de junho de 2016.

27 a 29 de setembro de 2016  
Jataí - GO  
UFG - Câmpus Cidade Universitária  
ISSN 2178181

O Candeeiro é um boletim impresso de uma página ou duas, frente e verso, que tem como objetivo dá visibilidade às experiências de agricultores, comunidades e grupos, no intuito de fortalecer a convivência com o Semiárido. Configura-se também como uma ferramenta de comunicação institucional no fortalecimento das organizações que compõem o coletivo da ASA.

Além de estabelecer uma relação entre comunicação popular, comunicação organizacional e as distintas experiências consolidadas, a partir dos movimentos sociais, em específico da ASA, este artigo se propõe a discutir também a figura do comunicador popular, baseando-se nas trajetórias de luta de pessoas que vivenciam essas experiências. Para isso, recorreremos à pesquisa bibliográfica para compreender essas questões levantadas. Para Leopardi (2001, p. 135), “trata-se de compreender um problema da perspectiva dos sujeitos que o vivenciam”, e entrevistas que possibilitassem fazer um paralelo no sentido de fortalecer essas discussões, confirmando a ideia de Minayo (2011), que a entrevista parte da intenção de obter informação para determinado objeto de pesquisa. Essa discussão faz parte da pesquisa insipiente de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Ceará (UFC), na linha Mídia e Práticas Socioculturais, que propõe analisar o boletim O Candeeiro e seus impactos na construção ou desconstrução da imagem do Semiárido brasileiro, a partir da combinação de vários métodos de investigação.

### **Contexto da pesquisa**

Este trabalho tem como objetos de pesquisa o boletim informativo O Candeeiro e a figura do comunicador popular, a partir de discussões teóricas e de experiências vivenciadas por atores distintos.

O Candeeiro é um boletim impresso do Programa Uma Terra e Duas Águas (P1+2), da Articulação Semiárido Brasileiro (ASA). É um dos componentes do P1+2, que durante a execução do programa se estabelece, inclusive como meta para o fortalecimento das ações

---

<sup>3</sup> A ASA é uma rede formada por cerca de três mil instituições da sociedade civil que se propõem a defender, propagar e desenvolver o projeto político da convivência com o Semiárido. Foi constituída em 1999 e atua em todo o Semiárido brasileiro (Alagoas, Bahia, Ceará, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Maranhão, Minas Gerais, Rio Grande do Norte e Sergipe). Disponível em: < <http://www.asabrasil.org.br/sobre-nos/historia>>. Acesso em: 29 de junho de 2016.

27 a 29 de setembro de 2016

Jataí - GO

UFG - Câmpus Cidade Universitária

ISSN 2178181

junto às famílias agricultoras, utilizado nos processos de formação, como, por exemplo, no Curso de Gestão de Água para Produção de Alimentos (GAPA) e Sistema Simplificado de Manejo para Produção (SSMP) e intercâmbios para troca de conhecimentos entre os atores distintos.

Esses eventos são considerados estratégicos no “fortalecimento dos processos educativos, sócio-organizativos e políticos locais, contribuindo para a autonomia e o protagonismo dos agricultores e agricultoras e suas organizações na construção do desenvolvimento sustentável”<sup>4</sup>, como bem menciona a ASA.

Essas questões são estratégicas no processo de mobilização que a ASA estabelece entre seus públicos. E, é daí que surge a ideia da comunicação para mobilização social, discutida pela rede. Ela acontece nos processos da convivência, da agricultura familiar, da agroecologia, da comercialização solidária nas Feiras Agroecológicas realizados nas comunidades e municípios, dos encontros de troca de conhecimento, e, inclusive do boletim O Candeeiro.

A ASA compreende que o Candeeiro possibilita a sistematização de experiências e se configura como um importante instrumento pedagógico, que pode contribuir com a construção coletiva do conhecimento. É o que discute Nascimento (2011), quando diz que comunidades no Semiárido brasileiro se articulam em um processo de troca de conhecimentos que contribuem para desenvolvimento sustentável.

O Candeeiro é apenas uma das ferramentas que fazem parte das estratégias de comunicação da ASA. Faz parte, inclusive dos instrumentais de sistematização de experiências. O banner O Candeeiro, os vídeos, os podcast também fazem parte desses processos. No entanto, como objeto de pesquisa o Candeeiro será mais aprofundado.

Essas sistematizações têm como foco as histórias de vida, como bem estabelece a articulação, independente da forma e eleva a autoestima das pessoas, bem como da consciência das famílias para o processo de produção. Essa é a ideia propagada tanto pelo programa, quanto pelas instituições da ASA, ao seu público interno e externo.

### **A ASA e a ideia de convivência com o semiárido**

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://www.asabrasil.org.br/acoes/p1-2>>. Acesso em: 14 de julho de 2016.

27 a 29 de setembro de 2016  
Jataí - GO  
UFG - Câmpus Cidade Universitária  
ISSN 2178181

A ASA é uma rede constituída do coletivo de cerca de três mil organizações da sociedade civil, que trabalham no Semiárido brasileiro as ações de convivência com a região. Foi constituída em 1999 e atua no Semiárido brasileiro, que compreende os nove estados do nordeste mais o norte do estado de Minas Gerais. As ações da ASA partem da perspectiva de convivência, que entre outras questões estabelece as práticas adequadas como tecnologias de captação de água da chuva para beber e produzir alimentos, estocagem de alimentos, o acesso à terra como bem necessário para viver com autonomia, educação contextualizada e promoção dos direitos do povo, conforme Malvezzi (2007).

A ASA estabelece como uma de suas estratégias de mobilização social para a convivência com o Semiárido, a comunicação popular. Uma das ferramentas desse tipo de comunicação proposta pela articulação é o Candeeiro, avaliado nesse artigo.

### **A Comunicação Popular e alternativa e os processos de articulação da ASA na perspectiva da convivência com o Semiárido**

De acordo com Peruzzo (2006), a comunicação popular tem suas características e especificidades próprias. Diferente da comunicação tradicional e de massa, esse tipo de comunicação (2006) é feita pelo povo e para o povo, nasce de suas experiências, na perspectiva de visibilizar as ações. Sobre sua consolidação e particularidades a autora vai dizer a seguir:

A comunicação popular representa uma forma alternativa de comunicação e tem sua origem nos movimentos populares dos anos de 1970 e 1980, no Brasil e na América Latina como um todo. Ela não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares. Essa ação tem caráter mobilizador coletivo na figura dos movimentos e organizações populares, que perpassa e é perpassada por canais próprios de comunicação". (PERUZZO, 2006, p. 02).

Esse tipo de comunicação, que emerge da ação do povo, pelo que afirma a autora, se apresenta como um meio necessário, pelo qual os movimentos sociais, grupos e comunidades se apropriam para dar voz aos sujeitos distintos, ou mesmo à determinada

**27 a 29 de setembro de 2016**

Jataí - GO

UFG - Câmpus Cidade Universitária

ISSN 2178181

causa. Ou seria o lugar de fala do subalterno, segundo Oliveira (1994)? Pelo que dialogam as autoras (1994; 2006), a comunicação popular é um meio alternativo pelo qual os grupos conseguem materializar sua fala, anunciar e denunciar, falar de si mesmos, dos seus projetos de vida, fortalecer suas lutas.

Puntel (1994, apud White, 1993), ressalta este aspecto referindo-se à comunicação nos movimentos populares vinculados à igreja católica. A hipótese de Puntel pode estar baseada na ideia de que são dos espaços onde as pessoas se reúnem que emergem as experiências de vida, e conseqüentemente as necessidades por visibiliza-las e fortalecê-las. O templo é uma referência de encontro para celebrações, reuniões, catequese, leilões, quermesses, e sem dúvida, para a partilha de vida das pessoas que vivem em comunidades, porque, ao se encontrarem, essas pessoas falam de si, de suas vidas, e é daí que nasce esse tipo de experiência (PUNTEL, 1994).

Por ser a comunicação popular construída pelo povo, para dar voz à determinada ação, Peruzzo (2006) a denomina também de alternativa, um meio pelo qual se pode falar, e atribui a ela a construção horizontal do conhecimento. Seus impactos dependem da forma e espaço onde se consolida, segundo a autora. A expressão alternativa é historicamente utilizada nos anos 1960, no Brasil, mas o sentido é o mesmo.

A comunicação também acontece em outros espaços como a feira livre, o carro de som, rádio, o açude, boletins informativos, entre outras ferramentas (OLIVEIRA, 1994). Por tanto, o que a difere da grande mídia é a forma como acontece, para quem acontece e o significado que se dá a ela. No caso do boletim O Candeeiro, avaliado aqui, configura-se como uma dessas formas alternativas de comunicação, porque apresenta essas características.

Parece ser nesse sentido que a ASA busca consolidar seus processos de comunicação. Para dar visibilidade às ações de convivência com a região Semiárida, desenvolvidas por agricultores e agricultoras? Para articular seus públicos e fortalecer as lutas por direitos básicos para se viver nessa região? Na compreensão de Brochartd (2013), a ASA se utiliza das estratégias de comunicação para mobilização social, que seria como forma de “[...] compartilhar sentidos, convocar pessoas [...]”; “[...] propõe um encontro de interlocutores da rede [...]” (p. 79).

27 a 29 de setembro de 2016  
Jataí - GO  
UFG - Câmpus Cidade Universitária  
ISSN 2178181

A Mobilização Social, segundo Brochartd (2013), se torna tão importante para a ASA que faz parte do seu propósito, de forma que integra o nome do principal programa da rede: Programa de Formação e Mobilização Social para a Convivência com o Semiárido: Um Milhão de Cisternas<sup>5</sup>.

De acordo com a autora (2013), é nessa perspectiva que a ASA busca desenvolver seus instrumentos e processos de comunicação, traçando caminhos e alternativas para que homens e mulheres participem, construam e fortaleçam juntos essa ideia de convivência, e empoderados de suas experiências, falem sobre sua vida, sobre suas descobertas, percebam-se capazes de falar por si.

São instrumentos de comunicação da ASA, além do informativo O Candeeiro, do qual aprofundaremos mais adiante, cartilhas; folders; banners, o portal [www.asabrasil.org.br](http://www.asabrasil.org.br); perfil no twitter @asa\_brasil; uma Fan Page no Facebook; boletim eletrônico Compartilhando Ideias; programas de rádio; vídeos; spots, entre outras ferramentas que fazem parte de sua comunicação organizacional.

### **Comunicação Organizacional**

Para entrar na discussão do informativo o Candeeiro, faz-se necessário uma compreensão breve do termo comunicação organizacional, uma vez que esse instrumento faz parte desses processos estratégicos, utilizados pela ASA.

Torquato (2004, p. 09) debate a comunicação como “um sistema-meio que se espalha na moldura ampla dos ambientes sociais, político e econômico”. Estabelece critérios e ações de funcionamento e estratégias de desempenho.

A comunicação organizacional entendida pelo autor (1986) é um sistema aberto interno e externo, que processa a informação como produto mediador dos interesses dos participantes, os interesses da empresa e os interesses da administração, com o objetivo de

---

<sup>5</sup> O Programa de Formação e Mobilização Social para a Convivência com o Semiárido: Um Milhão de Cisternas (P1MC), foi o primeiro a ser desenvolvido pela ASA, no ano de 2000. Nasceu no intuito de melhorar a vida de agricultores e agricultoras rurais da região semiárida brasileira, que não tinham água nem para beber, a partir da prática de estocagem, com armazenamento de água da chuva, em cisternas de placas, com capacidade de acumular 15 mil litros de água. Além dessas tecnologias sociais implementadas, o formato do programa garante também a capacitação para as famílias beneficiadas. Essas informações estão disponíveis no site da ASA: <<http://www.asabrasil.org.br/acoes/p1mc>>. Acesso em: 12 de junho de 2016.

27 a 29 de setembro de 2016  
Jataí - GO  
UFG - Câmpus Cidade Universitária  
ISSN 2178181

padronizar os comportamentos e provocar atitudes voluntárias pelos distintos públicos para os quais a empresa se dirige.

Nas instituições, de acordo com Torquato (1986), a comunicação organizacional tem como meta gerar consentimentos e produzir aceitação. Na definição do autor, pela técnica, a comunicação exerce o papel mediador dos fatos e acontecimentos e suas significações, como elementos necessários para a consolidação de metas e objetivos.

Para Bueno (2009), a comunicação organizacional deve ser entendida como um conjunto de ações estratégicas planejadas e desenvolvidas por determinada organização, de forma que estabeleça uma relação permanente e sistemática em seus públicos distintos.

Ainda segundo Torquato (1986), a organização se utiliza de seu poder expressivo para administrar as tensões internas e externas, construindo uma estrutura organizacional que transmita credibilidade para expandir suas ações.

Na ASA, a comunicação organizacional é feita com a participação, estruturação e construção coletiva das ações, com a colaboração de sujeitos distintos, dos estados do Semiárido brasileiro. A esse público a rede denomina de comunicador popular.

Nesse sentido, seria o Candeeiro um instrumento de comunicação da rede, na perspectiva de fortalecer sua estrutura organizacional e de negócios, ou um instrumento de comunicação popular, construído das experiências do povo e para o povo? As instituições que constituem a ASA dizem se utilizar dessa comunicação para visibilizar as ações pela convivência com o Semiárido. As discussões posteriores a respeito desse tipo de comunicação poderão fortalecer ou não essa ideia.

## **O Candeeiro como ferramenta de comunicação popular e alternativa utilizado pela ASA**

O Candeeiro é um boletim informativo impresso de uma ou duas páginas frente e verso, do Programa Uma Terra e Duas Águas (P1+2) <sup>6</sup>, da ASA, sistematizado a partir do

---

<sup>6</sup> O Programa Uma Terra e Duas Águas (P1+2) é uma das ações do Programa de Formação e Mobilização Social para a convivência com o Semiárido, da ASA, criado em 2007, com o objetivo de promover a soberania e a segurança alimentar



**27 a 29 de setembro de 2016**  
Jataí - GO  
UFG - Câmpus Cidade Universitária  
ISSN 2178181

compartilhamento de experiências vivenciadas por atores e grupos distintos. De acordo com a discussão da rede ASA apresenta-se como uma ferramenta de comunicação popular, utilizada para dar visibilidade às ações de convivência com o Semiárido, desenvolvidas pelas famílias agricultoras.

No processo de sistematização, o comunicador visita a família, ou grupo, conhece a experiência, conversa com ela, em alguns casos pedem que a família escreva sua história; em outros casos, o comunicador escreve, às vezes, em forma de cordel; outras vezes como narrativas; outras, ainda, por meio de entrevista *ping pong*. Geralmente, depois de inscrita, o comunicador volta à comunidade e apresenta o que escreveu, para que a família valide ou não. Se ela sugere alteração, o comunicador faz as alterações e leva para ser impresso. Depois de pronto, é entregue à família, às vezes em eventos comunitários; outras vezes, não. O intercâmbio e a feira agroecológica têm sido alguns dos espaços utilizados para apresentação e distribuição dessas experiências.

As histórias são identificadas pela comunidade e sistematizadas pelo comunicador popular contratado pelo programa, com a participação dos distintos atores de suas experiências. É distribuído em oficinas de capacitação, feiras, intercâmbios e outros eventos que agregam as pessoas. São distribuídos também pelos próprios detentores, durante visitas de outras pessoas em suas casas e na comunidade. O intuito é fortalecer essas práticas e expandir a ideia de convivência com a região (PAZ; NASCIMENTO, 2012), como apresenta na figura.

---

e nutricional das famílias agricultoras e fomentar a geração de renda, por meio da implementação de tecnologias sociais de captação de água para produção de alimentos e criação de pequenos animais, bem como estimular a consolidação de processos participativos de pessoas e grupos distintos para o desenvolvimento rural do Semiárido brasileiro. Na sua estrutura metodológica, consta a formação por meio de capacitações de gestão de água para produção de alimentos, sistema simplificado de irrigação para produção, intercâmbios, informativo como o Candeeiro, entre outros. Informações disponíveis em: < <http://www.asabrazil.org.br/acoef/p1-2>>. Acesso em: 29 de junho de 2016.



27 a 29 de setembro de 2016  
Jataí - GO  
UFG - Câmpus Cidade Universitária  
ISSN 2178181



## Entre fios e cores, mulheres tecem no Filé as estratégias de Vida

Alice Oliveira, Cleide Crisostomo, Daniela de Oliveira, Ivanilda da Silva, Luciana Crisostomo de Oliveira, Kátia Maria, Santana Maria de Aquino e Risonaide Marques residem na comunidade Trindade, zona rural do município de Pereiro, região Vale do Jaguaribe, no Ceará. Elas formam o grupo de mulheres do núcleo "Unidas para Vencer", e fazem da técnica do filé (artesanato) seu hobby de entretenimento e uma renda a mais para o sustento familiar.

Entre fios e cores, dedos, olhares e sentimentos entrelaçam-se, dando formas a pequenas peças ornamentais e artigos para cama, mesa e banho. O trabalho artesanal desenvolvido pelas mulheres da comunidade Trindade faz parte de uma rotina histórica na região do Vale, quando, no século passado, mulheres descobriram que com a arte poderiam aproveitar melhor o tempo ocioso e garantir mais renda familiar. Após o período chuvoso as famílias sentavam tecendo a malha, ou a tela, para vender em Jaguaribe, principal sede da atividade na região, onde a arte era finalizada.



As peças são tecidas na grade

No ano de 2008, as mulheres de Trindade foram convidadas para participar de um Curso de Capacitação promovido pela Associação dos/as Produtores/as de Artesanato de Pereiro (ASPAPE). Com o curso, elas aprenderam a formar os desenhos na tela, que até então eram vistos como um desafio para a finalização da arte.



O trabalho coletivo fortalece o grupo

"Nesse primeiro curso a gente aprendeu muita coisa sobre artes", conta Daniela, acrescentando que os cursos seguintes proporcionaram conhecimento diversificado e maior aperfeiçoamento. "Em cada curso a gente aprendia uma coisa diferente", conta Santana, artesã e também coordenadora do núcleo.

A partir de então se associaram à ASPAPE, e consolidaram o grupo de mulheres artesãs em Trindade, ao qual deram o nome de "Unidas para Vencer", e tem como coordenadora Santana Maria de Aquino.

O grupo trabalha coletivamente. Quando tem

Ceará 1

Figura 1 – Boletim informativo O Candeeiro.

Fonte: Rosa Nascimento (2015).

Na imagem, o boletim, que tem como título: Entre fios e cores, mulheres tecem no Filé as estratégias da Vida, apresenta uma a experiencia de um grupo de mulheres, da comunidade Trindade, no Ceará, que desenvolve esse trabalho de forma coletiva.

O objetivo do informativo é visibilizar essa experiencia, e, conseqüentemente, fortalecê-la, uma vez que, sendo divulgadas, outras pessoas vão conhecê-la, possivelmente vão reproduzi-la e adquirir o produto.

27 a 29 de setembro de 2016  
Jataí - GO  
UFG - Câmpus Cidade Universitária  
ISSN 2178181

A exemplo dessa experiência, outras são contadas e divulgadas pelo Candeeiro, de forma que, em outros estados, se conhece histórias do Ceará, inclusive resultando na troca de conhecimento, por meio de intercâmbios.

Assim, e pelo que discutem as pesquisadoras no assunto, Oliveira e Piuntel (1994) e Peruzzo (2008), essa ferramenta pode ser considerada como um instrumento de comunicação popular e alternativa, porque é construída a partir da história o povo, para dar voz às ações desse público que não pode ser visibilizado pelos meios convencionais, no entanto, ainda de acordo com as discussões a respeito desse tipo de comunicação, nessa perspectiva esse informativo tem suas fragilidades, considerando que no processo de sistematização a experiência do sujeito ainda é mediada, e que pode sofrer alteração ou não.

### **Comunicador Popular: uma discussão a partir da ASA e de pessoas envolvidas nesse processo**

Como mencionado anteriormente, Oliveira (1994) discute a comunicação popular como um meio de comunicação do povo, construída pelo povo, de suas experiências pertinentes do dia a dia. A pesquisadora não especifica as características do comunicador popular; no entanto, parece óbvia essa construção a respeito do assunto. Nos diálogos sobre a comunicação nas rádios pesquisadas, Oliveira (1994) discute, em quase toda a pesquisa, o tipo de comunicação estabelecida pelas rádios comunitárias dos anos 1980 e 1990. Ela fala de "ações comunicativas como parte de um processo dinâmico construído" (p. 27) e acrescenta novamente a essa discussão o significado do popular: "as experiências coletivas que não estão enquadradas diretamente em organizações político-partidárias, permitem descobrir um 'popular' mais integrado à vida cotidiana" (OLIVEIRA 1994, p. 27).

Sobre a pessoa diretamente envolvida nesses processos, e que, nesse trabalho, a partir das discussões dos atores, chamamos de comunicador popular, a autora aponta:

A cada experiência que acompanhamos, percebemos o modelo particular com que os atores sociais vivenciam as propostas de comunicação popular, a partir do seu modo de vida e de suas representações. Nesse sentido é importante considerar os agentes mediadores e o cruzamento das culturas que envolvem a ação comunicativa (OLIVEIRA, 1994, p. 77).

27 a 29 de setembro de 2016  
Jataí - GO  
UFG - Câmpus Cidade Universitária  
ISSN 2178181

A autora discute um ponto interessante que é a vivência dos atores nos processos e propostas de comunicação. Pelo envolvimento que eles têm com toda a dinâmica de organização do fazer o programa, de incorporá-lo como uma ação de luta, inclusive com falas de apropriação, percebe-se que são pessoas envolvidas nesse processo de transformação. Vale destacar, no entanto, essa fala de Oliveira (1994) sobre esses agentes e os distintos fatores culturais que envolvem essa ação. Essa questão pode ser considerada o ponto chave, para se estabelecer a figura do comunicador popular. Ele precisa dialogar nessa perspectiva da autora e isso lhe daria essa condição, que é o mesmo pensamento dos comunicadores entrevistados.

Muito além da forma comunicacional, os atores sociais dos quais fala Oliveira (1994), têm sempre uma preocupação em dialogar com os acontecimentos locais, tanto é que nos programas descritos na pesquisa da autora o conteúdo é todo voltado para as questões comunitárias, acontecimentos relevantes, como, por exemplo, no programa em que destaca as manifestações fora Color e de reivindicação por melhor educação para a comunidade.

A ASA discute o comunicador popular nessa perspectiva, no entanto há uma diferenciação. Para a rede, ele deve ser uma pessoa que interaja com as dinâmicas, para fortalecer as ações pela visibilidade, sendo uma ponte intermediadora junto aos agricultores.

"[...] É a pessoa de referência em comunicação das organizações que fazem parte da ASA (seja ele/ela formado na área ou não) e que ajudam a partilhar as experiências exitosas das famílias agricultoras do Semiárido, fortalecendo assim as ações de convivência e a cultura do povo que habita as zonas rurais da região" <sup>7</sup>.

O termo comunicação popular que a ASA se utiliza tem muito em comum com os teóricos: Peruzzo (2006), Oliveira (1994), Puntel (1994), Cogo (1998), entre outros. Para a rede, essa comunicação tem um papel fundamental que é o de fortalecer as lutas do povo pela consolidação de seus direitos na convivência com o Semiárido. Essa mesma discussão foi feita por Oliveira (1994) e Peruzzo (2008). É a partir dessas questões que a ASA

---

<sup>7</sup> MACEDO, Elka. **A figura do comunicador popular**. Recife, junho. 2016. Entrevista concedida a Rosa Nascimento.

27 a 29 de setembro de 2016  
Jataí - GO  
UFG - Câmpus Cidade Universitária  
ISSN 2178181

estabelece uma relação com o modo de pensar o comunicador popular das pesquisadoras, porém há uma diferenciação, a articulação o chama de mediador, como foi discutido anteriormente. A respeito disso, a assessora de comunicação da ASA vai dizer o seguinte:

"[...] a figura do “comunicador popular” denomina a pessoa que contribui para que a mobilização popular para acesso a políticas se efetive e se visibilize no Semiárido. Assim, este/a não precisa ter formação acadêmica para atuar como tal. O seu trabalho se baseia em ser uma espécie de “ponte” entre a base (agricultoras/es familiares) e a sociedade”<sup>8</sup>.

A ASA propõe outras características ao comunicador popular diferentes daquelas apresentadas por Oliveira (1994), de ser uma ponte entre agricultores familiares e a sociedade. Isso partindo do pressuposto de que ele pode fazer essa mediação de informação entre o e outro. Uma forma de estabelecer essa relação é o Candeeiro, embora não seja esse o único instrumento. Outras atividades junto às famílias perpassam essa ferramenta.

Sampaio (2016), ao discutir essa ideia de comunicador popular, também não estabelece uma definição rápida. Ele conta a história de luta pela concessão das rádios comunitárias do final da década de 1980 e 1990, bem como as atividades desenvolvidas na época, como a formação para comunicadores populares e o exercício na rádio, entre outras questões, para poder chegar ao assunto.

"Conhece a história do movimento comunicação popular? Essa história está muito ligada a Catarina Oliveira e Márcia Vidal. Em cada comunidade, tinha um comunicador popular, preparado com formação, passamos por formação, até técnica, para fazer um programa. A programação voltada para a linguagem da comunidade. Comunicação voltada para a comunidade".<sup>9</sup>

As características e necessidades inerentes ao comunicador popular, apresentadas por também não diferem das apresentadas pelos pesquisadores. Mas, para ele, essa pessoa precisa beber das experiências comunitárias, porque, só assim, consegue falar a mesma linguagem, comunicar os mesmos anseios. "Comunicador popular é alguém que se identifica com as lutas populares, busca meios de transformação da realidade local e uma transformação mais ampla de mundo de uma sociedade mais justa e fraterna" .

<sup>8</sup> -----Idem.

<sup>9</sup> SAMPAIO, Leonardo Furtado. **Comunicador Popular**. Fortaleza, Junho de 2016. Entrevista concedida a Rosa Nascimento.

**27 a 29 de setembro de 2016**  
Jataí - GO  
UFG - Câmpus Cidade Universitária  
ISSN 2178181

Diferente da grande mídia, o comunicador aqui apresentado busca levar uma informação que provoque nas pessoas o conhecimento do mundo em que se vive e do mundo que se sonha. Compreender de forma crítica para provocar transformação.

Outro aspecto apresentado foi a visão dos comunicadores em perceberem que a comunicação mais eficaz da época seria o rádio. Esse despertar surgiu da percepção de que o material impresso produzido por eles não dava conta de comunicar o que se queria.

"O leitor nosso era das comunidades periféricas, das favelas. Descobrimos que não eram todos que liam, talvez uns 20%, então essa comunicação nossa não chegava, daí vem a ideia da rádio para chegar até elas, ao invés de escrita, a voz, porque a gente fazia as reuniões, mas não atingia a massa, atingia os grupos, pequenos grupos, e a gente queria levar essa comunicação mais ampla pras massas, com o rádio a gente se comunicava com a voz" <sup>10</sup>.

As ferramentas de comunicação vão surgindo, e pelo que apresenta o comunicador, surgem das necessidades do povo. Na década de 1980, a rádio comunitária surgiu por uma necessidade, porque o jornalzinho produzido na comunidade não chegava às pessoas, as reuniões não atingiam o objetivo de comunicar. Na contemporaneidade, surgem outras ferramentas de comunicação e as pessoas vão se apropriando de acordo com suas necessidades. Sampaio chama isso de migração. "Eu cheguei à conclusão que poderia comunicar com a poesia, cordel para as pessoas lerem. Eu quero passar uma mensagem passo pelo cordel, que as pessoas leem. Eu migrei assim, para o espaço da academia, poesia, cordel e o blog" <sup>11</sup>.

O blog para Sampaio é uma forma de levar essas mensagens com a arte: o cordel, a poesia, outras formas de comunicar, segundo o comunicador.

Assim como Leonardo Sampaio, Aguinaldo Aguiar também apresenta características muito relacionadas a respeito do comunicador popular. Para ele, não existe comunicação popular sem uma ideia de construção voltada para o popular, assim como não pode existir comunicador popular sem uma perspectiva coletiva. Sobre esse assunto, ele

---

<sup>10</sup> -----Idem

<sup>11</sup> -----Ibidem



27 a 29 de setembro de 2016

Jataí - GO

UFG - Câmpus Cidade Universitária

ISSN 2178181

acrescenta: "[...] Quando a visão coletiva se materializa no conteúdo, na programação" <sup>12</sup>.

A comunicação popular se justifica por esse movimento.

Esse tipo de comunicação, para o comunicador perdeu força com o advento das ferramentas no ambiente digital, porque os movimentos não se renovaram, porque não se apropriaram, de forma que a comunicação popular não se renovou. "Não é que acabou, mudou numa perspectiva individualista. Não reforça os movimentos, não reforça os grupos" <sup>13</sup>, ou seja, a comunicação popular e o comunicador nessa perspectiva do coletivo perderam forças, e se fortaleceriam se tivesse um empoderamento dos novos meios.

### Considerações

A Comunicação popular nasceu dos movimentos populares dos anos 1970 e 1980, da necessidade de visibilizar suas ações (PERUZZO, 2008). Dos espaços onde as pessoas se reúnem (PUNTEL, 1994). Apresenta-se como outra forma comunicacional alternativa à dos meios convencionais. O que a caracteriza é a forma como acontece, para quem acontece e o significado que se dá a ela (OLIVEIRA, 1994). Esse tipo de comunicação, segundo as pesquisadoras, apresenta-se como um meio alternativo e se configura das necessidades de determinado público.

Partindo desse pressuposto, o Candeeiro, apresenta-se como uma ferramenta de comunicação popular, em contraposição ao modelo de comunicação convencional. A linguagem utilizada, a forma como acontece o processo de sistematização, bem como o seu propósito-, dar visibilidade às ações do povo, que não tem espaço na grande mídia, legitima essa ferramenta.

Dessa perspectiva, configura-se o comunicador popular, compreendido por Leonardo Sampaio como uma pessoa que se identifica com as lutas populares. Alguém que pensa a transformação social por uma visão coletiva. Uma espécie de ponte entre o povo e a sociedade, segundo a ASA (2016).

### REFERÊNCIAS

<sup>12</sup> AGUIAR, Aguinaldo. **A Figura do Comunicador Popular**. Fortaleza, junho de 2016. Entrevista concedida a Rosa Nascimento.

<sup>13</sup> Idem

27 a 29 de setembro de 2016

Jataí - GO

UFG - Câmpus Cidade Universitária

ISSN 2178181

BROCHARDT, V. S. **Comunicação Popular na Construção de Políticas de Acesso à Água no Semiárido: a Experiência da Asa**. Brasília: 09 de abril, 2013.

FERREIRA, G.; VIDAL, Márcia, Nunes.; PERUZZO, C.; PAIVA, R. **Comunicação Comunitária e Mobilização Social**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008.

LEOPARDI, M.T. **Metodologia da Pesquisa na Saúde**. Santa Maria: Palloti, 2001.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa Social – Teoria, método e criatividade**. 30 ed.– Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

NASCIMENTO, R. C. da; CÂNDIDO, R. P. **O Candeeiro: Estratégia de Comunicação para Difusão da Agroecologia no Semiárido**. Juazeiro do Norte, 2010.

OLIVEIRA, Catarina Tereza Farias. **Direito a palavra: comunicação, cultura e mediações políticas - a experiência das rádios comunitárias**. UFC, Fortaleza, 1994.

PERUZZO, C. M. K. Revistando os **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária**. 2006.

PUNTEL, J. T. **A Igreja e a democratização da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1994.

SAMPAIO, Leonardo Furtado. **O Comunicador Popular**. Fortaleza, junho de 2016. Entrevista concedida a Rosa Nascimento.

AGUIAR, Aguinaldo. **Comunicador Popular**. Fortaleza, junho de 2016. Entrevista concedida a Rosa Nascimento.

MACEDO, Elka. **A figura do comunicador popular**. Recife, junho, 2016. Entrevista concedida a Rosa Nascimento.

PERUZZO, C. M. K. Revistando os **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária**. 2006.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial-comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. 5a ed. São Paulo: Summus, 1986.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: Políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.