
Comunicação para a Transformação Social: intervenção a partir da Folkcomunicação e da Comunicação Comunitária no Bairro Morada do Sol em Picos/PI¹

Ana Vanessa Torres BARROS²

Flávio Menezes SANTANA³

RESUMO

Este trabalho apresenta os resultados parciais do projeto de intervenção desenvolvido no bairro Morada do Sol, em Picos/PI, cujo objetivo é propor a união da Folkcomunicação e da Comunicação Comunitária para a transformação social da localidade. Para isso, parte-se de uma revisão bibliográfica em torno das atualizações e recentes contribuições da Folkcomunicação e da Comunicação Comunitária ao processo de transformação social, para, logo após, apresentar a proposta e as principais atividades desenvolvidas. Até o presente momento, observou-se que o projeto tem contribuído para uma melhor percepção da realidade e das necessidades comunicacionais do bairro.

PALAVRAS-CHAVE: Folkcomunicação; Comunicação Comunitária; Morada do Sol; Picos/PI; Transformação Social.

Prelúdio – A Comunicação para a Transformação Social

A formação geográfica brasileira, caracterizada por distinções regionais e padrões culturais diversos, influenciou diretamente os fluxos comunicacionais e a maneira como se deu a restrição comunicacional a poucos grupos sociais. “A natureza continental e a topografia acidentada do espaço brasileiro inibiram, durante vários séculos, a interiorização dos fluxos comunicacionais” (Marques de Melo, 2015, p. 17).

Nas perspectiva da América Latina, a denominação Comunicação para o Desenvolvimento (*Communication for development*) surgiu com o objetivo de atingir a participação e a mudança social através da comunicação interpessoal aliada aos meios de comunicação de massa, a fim fortalecer a aplicação de políticas sociais voltadas ao desenvolvimento. A experiência da região permitiu que a comunicação sempre fosse

¹ Trabalho apresentado no IJ06 – Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Esta proposta apresenta dados parciais do projeto de pesquisa “Comunicação para a transformação do bairro Morada do Sol a partir da Folkcomunicação e da Comunicação Comunitária”, financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí (FAPEPI).

² Estudante do 7º semestre do curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (Uespi), campus Prof. Barros Araújo. Bolsista pelo Programa de Bolsas de Iniciação Científica (PBIC) da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí (FAPEPI); e-mail: anavannessatb@aluno.uespi.br.

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (Uespi), campus Prof. Barros Araújo; e-mail: ms.flaviosantana@hotmail.com

pensada a partir de conceitos, processos e ritmos próprios em vista ao desenvolvimento, à participação e à libertação (Rincón, 2018).

A partir dessa concepção, entendia-se que o alinhamento do binômio Comunicação e Desenvolvimento, a partir de uma visão difusionista (Servaes, 2004), construiria uma esfera pública favorável que ocuparia o vazio comunicacional e permitiria maior alcance às populações menos favorecidas como fator integrador. Obviamente um ideal visto sob uma visão relativamente ingênua, já que para isso havia de se esperar que os meios de comunicação de massa atuassem alinhadamente às políticas governamentais dos países (Santana; Escudero; Fernandes, 2023). Ao contrário disso, o que se observou foi o estabelecimento de

um fluxo de informação a partir dos Estados Unidos e da Europa envolvendo desde agências de notícias, exportação de filmes cinematográficos, revistas, programas de televisão etc., por meio dos quais, política e ideologicamente, julgavam-se negativamente os países de orientação socialista e, ao mesmo tempo, “vendia-se” a bonança dos países centrais do ocidente. (Peruzzo, 2014, p. 180).

Por esse aspecto, os meios de comunicação de massa se institucionalizaram alicerçados a uma lógica capitalista, baseados não só na produção de ideologias, mas no fazer e refazer a cultura, na comercialização dos formatos e na recriação de narrativas onde se entrelaçam o imaginário de mercado com a memória coletiva.

Essa realidade provocou Luiz Beltrão a se perguntar quando o Brasil falará consigo mesmo, dentre outros questionamentos que põem em cheque a situação comunicacional de um país que se industrializava e avançava tecnologicamente, sobretudo com a ligação com o sistema mundial de telecomunicações por satélite, mas que vivenciava entraves burocráticos e de outras ordens (Gurgel, 2014).

As críticas latino-americanas ao modelo difusionista partiram do entendimento de que a comunicação vertical é dominante, manipuladora e impositiva e não pode ser pensada fora do contexto de forte poder econômico, político e cultural. É por este aspecto que o modelo participativo (Servaes, 2004), uma alternativa ao difusionista, que visava a participação e o engajamento dos indivíduos em sociedade na emissão de mensagens, surge como estratégia para horizontalizar a comunicação (Beltrán, 2019; Peruzzo, 2014).

A comunicação tem por garantia lugar de destaque no espaço social, por constituir-se como um dos direitos fundamentais da humanidade, que afeta diretamente à

participação e inclusão social. Ruan Díaz Bordenave (1994, p. 12) entende participação como um mecanismo capaz de promover a interação, a igualdade e a manutenção do controle entre os indivíduos em sociedade. É através dela que se provoca “o crescimento da consciência crítica da população, fortalece seu poder de reivindicação e a preparar para adquirir mais poder na sociedade”.

Nos últimos anos, a expressão “Comunicação para a Mudança Social” (Tufté, 2013) tem se tornado alternativa à C4D, não só para propor os meios como instrumentos de difusão na ampliação da participação e da cidadania. Esse âmbito de estudo parte, também, de pensar em atividades de cunho participativo e comunitário, com o intuito de levar conhecimento aos diversos grupos sociais. Assim, tornou-se ainda mais relevante por propor alternativas de artifícios de comunicação e midiatização, no tocante aos últimos avanços tecnológicos, e pensar as relações e a participação dos indivíduos em sociedade (Peruzzo, 2015).

Por essa abordagem, a discussão sobre estratégias de comunicação voltadas à inclusão social parte da possibilidade de incremento da prática comunicação em resolução à exclusão comunicacional na transformação da comunicação vertical em horizontal. Estratégias como essa ressaltam ainda mais a relevância da comunicação no cotidiano social das comunidades em situação de marginalidade (Marques de Melo, 2015; Beltrán, 2019).

Por considerar a necessidade de um projeto de autotransformação social, que inclua a indagação das divergências na estrutura social contemporânea, faz-se necessário questionar até que ponto a Comunicação, aliada ao desenvolvimento, condiciona o pleno funcionamento de uma sociedade pautada pela democracia e pela pluralidade. Leva-se em conta que as políticas introduzidas nas sociedades são responsáveis pelas formas de distribuição de renda e na formação de desigualdades sociais (Cardoso, 1979, Santos, 2008, Furtado, 2009, Santana, 2020).

Frente a essa realidade, diferentes localidades se tornam alvo de investigações sociais – sobretudo em um país cujo passado histórico justifica a forte desigualdade social – nos espaços que ainda carecem de atenção a políticas públicas efetivas (ou da falta delas). Na cidade de Picos/PI, especificamente na comunidade do bairro Morada do Sol, observa-se que a falta de infraestrutura e saneamento básico, ruas sem pavimentação e condições de moradia desfavoráveis para a sobrevivência dos indivíduos que ali residem,

demonstram a carência de necessidades básicas que colocam o indivíduos que ocupam tal espaço em situação de vulnerabilidade social que afeta sobretudo o exercer da cidadania.

Picos é a terceira maior cidade do Piauí, com uma população estimada de 78.627 pessoas, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021). O município fica localizado na região centro-sul do estado, no principal entroncamento rodoviário do Nordeste que liga o estado do Piauí ao Maranhão, Ceará, Pernambuco e Bahia. O município é detentor do maior IDHM (0,698) e ocupa a 3ª posição no Estado, acima da média estadual (CEPRO, 2016). Por outro lado, esses números não refletem bem a realidade do bairro Morada do Sol acima apresentada. O que se percebe é a omissão do Estado frente à realidade picoense, sobretudo em bairros periféricos que necessitam de maior atenção. Em 2022, por exemplo, o IBGE com base na Síntese dos Indicadores Sociais 2022, concluiu que a condição de pobreza no Piauí atingiu 44,7% da população, um crescimento de 6,3% em relação ao ano de 2020.

Trata-se de uma realidade perversa visualizada a partir do cenário de crise sanitária que evidenciou os principais problemas sociais, até então dissimulados pelos meios de comunicação tradicionais. Não bastaram os esforços tomados desde a redemocratização, atualmente a sociedade brasileira vive uma crise econômica, política e social que põe em jogo direitos sociais já alcançados. Um cenário que desafia, principalmente, o campo acadêmico-científico das Ciências Humanas e Sociais Aplicadas a entender o intercâmbio dos fenômenos comunicacionais desenvolvidos pelos indivíduos em situação de marginalização social, dentro da perspectiva de uma comunicação voltada ao desenvolvimento e à transformação social.

Deste modo, este artigo tem por objetivo apresentar os resultados parciais do projeto de intervenção desenvolvido no bairro Morada do Sol, da cidade de Picos/PI. A partir da união da Folkcomunicação e da Comunicação Comunitária, foi proposto um método de intervenção que contribua na transformação social da comunidade. Para isso, fez-se necessário uma revisão bibliográfica em torno das atualizações e recentes contribuições da Folkcomunicação e da Comunicação Comunitária ao processo de transformação social, a fim de contribuir na sistematização dos principais aportes de tais perspectivas teóricas.

Acredita-se que a perspectiva da Folkcomunicação aliada à Comunicação Comunitária contribuem na percepção crítica do processo de comunicação e seus efeitos na sociedade, principalmente porque não se trata apenas de compreender as relações

sociais, mas, também, os fenômenos sociopolítico e socioeconômico dentro do espaço social.

Comunicação Comunitária e Cidadania

Após os questionamentos e críticas ao modelo difusionista, o viés participativo ganhou ênfase e novas abordagens teóricas surgem, como é o caso da comunicação popular, comunitária e alternativa, que se expressam com certo distanciamento das propostas da Comunicação para o Desenvolvimento, já que esta se desenvolveu baseada nos paradigmas da modernização. Cabe ressaltar que os meios de comunicação tradicionais – privados e públicos –, continuam a se expressar majoritariamente a partir dos interesses com o grande capital e representam interesses políticos e ideológicos de grupos econômicos e político-partidários de forte poderio social.

Bordenave (1994, p. 12) entende a participação como um mecanismo capaz de promover a interação, a igualdade e a manutenção do controle entre os indivíduos em sociedade. É através dela que se provoca “o crescimento da consciência crítica da população, fortalece seu poder de reivindicação e a prepara para adquirir mais poder na sociedade”.

A Comunicação Comunitária e suas expressões congêneres, como a popular e a alternativa, privilegia a horizontalidade e atua a serviço da ampliação da cidadania por considerar que esta só pode ocorrer se for construída pelos próprios indivíduos em sociedade. Esta proposta parte de uma alternativa ao controle oligopólico dos meios de comunicação tradicionais que disseminam seus conteúdos a partir dos interesses dos grupos dominantes (Peruzzo, 2014).

Deste modo, a Comunicação Comunitária valoriza uma mobilização coletiva da comunidade, cujo objetivo parte da reivindicação de melhorias para a sua realidade através do fluxo de informações sobre temas de interesse comum em prol do exercício da cidadania. Ou seja, “[...] aquela que pertence a comunidades e a grupos sociais autônomos, é orgânica a eles, não tem fins lucrativos e é participativa, na sua expressão mais genuína.” (Peruzzo, 2014, p. 184). Atua também na busca pela inserção das organizações populares na grande mídia convencional como forma de dar visibilidade às lutas sociais e de obter a legitimidade pública.

Nesta perspectiva, entende-se que a proposta da Comunicação para a Transformação social respalda que “o processo [de comunicação] é mais importante do

que os produtos, tal como se sucede com Comunicação participativa e alternativa” (Gumucio-Dagron; Tufte, 2008, p. 23). Deste modo, reconhece-se que o processo depende de cada realidade, no que se refere às suas condições culturais, e parte da “participação e apropriação comunitária de meios de comunicação; da língua e pertencimento cultural; da geração de conteúdos locais; do uso de tecnologias apropriadas e da formação de redes nas comunidades e para além delas [...]” (Peruzzo, 2014, p. 184). Ou seja, não basta falar da eficácia dos meios de comunicação quando utilizados na difusão de mensagens, mas de inserir a comunicação na realidade dos grupos que se mantém à margem em prol da transformação.

Em uma perspectiva difusionista, a possibilidade de utilização dos meios de comunicação para atuação nos diferentes espaços sociais como fornecedores dos conhecimentos locais, através de sua proximidade com a vida social, a fim de “manter e promover uma saudável vida democrática, permitindo a troca de ideias, favorecendo o debate e procurando fazer com que os seus leitores se interessem pelo ambiente que os rodeia, de forma a levá-los a assumir uma atitude participativa do ponto de vista social” (Dornelles, 2010, p. 241).

Entende-se que a Comunicação, dentro do âmbito das Ciências Sociais Aplicadas, produz valor social, cultural e político. Trata-se de assumir que a esta área tem por garantia lugar de destaque no espaço social, por constituir-se como um dos direitos fundamentais da humanidade, que afeta diretamente a participação e inclusão social. Assim,

[...] as propostas de uma comunicação que favoreça a transformação social inserem o debate sobre políticas nacionais de comunicação democrática capaz de corresponder às necessidades dos povos por um desenvolvimento benéfico a todos e que não desprezasse a realidade de cada local. (Peruzzo, 2014, p. 182).

É por este aspecto que Cicilia Peruzzo (2022b) aponta a importância dos entrecruzamentos da Folkcomunicação e a Comunicação Comunitária, Popular e Alternativa, no que se refere a observar os elementos da primeira no âmbito da prática da segunda, quando esta se desenvolve por meio dos movimentos sociais. “[...] as culturas populares também perpassam a Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa, que, desde as suas origens, está alinhada a movimentos de resistência à opressão e de mudança

social, mas que incorpora elementos folkcomunicacionais nas formas de expressão nas lutas das quais participa.” (Peruzzo, 2022b, 32).

Folkcomunicação e mudança social

A abordagem comunicacional brasileira, denominada de Folkcomunicação, demonstrou um cenário onde os métodos e atitudes da massa confirmavam total inoperância do povo frente aos meios de comunicação massivos. Ao contrário do que muitos paradigmas apontavam a respeito do poder absoluto dos meios, o povo recebe e interpreta as mensagens transmitidas pela mídia. Concluía-se que à medida que a sociedade avançava, se distanciavam cada vez mais os grupos e seus ideais, com a criação de entraves na comunicação que se refletiam nas diferenças sociais, econômicas e culturais (Beltrão, 1980; 2014).

Denominou-se, deste modo, de Folkcomunicação como “o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta e indiretamente ligados ao folclore” (Beltrão, 1980, p. 24). Essa teoria parte de enxergar e compreender os grupos marginalizados – muitas vezes distantes e não diretamente engajados *mass media* –, pela sua condição dinâmica de criar, reproduzir e contestar estereótipos e hierarquias constantemente transmitidos pelos meios de comunicação e propor estratégias que contribuam na supressão dos problemas da comunicação.

A dissertação intitulada “O Caranguejo e a construção da identidade cultural de Aracaju: uma análise folkcomunicacional”, de autoria de Flávio Santana (2020), demonstrou que o processo de marginalização social cumpre um campo de carências – nas ofertas de políticas de valorização trabalhista e econômicas e nos serviços públicos básicos, como educação, saúde, mobilidade e saneamento básico – que se auto perpetua tanto pela inexistência de políticas eficazes, quanto pela omissão da mídia local. Ou seja, a marginalidade é resultado de um processo de subalternização, operado e reforçado pelo sistema de comunicação na sociedade contemporânea (Santana, 2020).

À vista disso, entende-se que a cultura ganha dimensão de dominação. A partir da lógica histórica em acordo com os sentidos construídos por comportamentos sociais entre os seus próprios agentes, ditados por valores e costumes intrínsecos e característicos da localidade, essa dominância impede que haja compreensão do seu próprio caráter histórico. Ao mesmo tempo, a carência de oportunidades inviabiliza esses indivíduos de

desfrutarem de seus direitos. A política vigente, por sua vez, torna-se ineficiente, justamente pelos modos de vida, recursos econômicos e o nível cultural da localidade, justificados e enquadrados socialmente como fatores de marginalidade (Santana, 2020).

O indivíduo da comunidade, por sua vez, assimila em seu discurso as problemáticas do campo no qual atuam, e sua representação é tanto fruto quanto fator integrador do sistema da marginalização. Tratam-se de concepções que sustentam a marginalidade nas relações sociais, e as interações entre as agências culturais de manutenção de dominação e os sujeitos a elas expostos (Santana, 2020).

Martin-Barbero (2010) enxerga a comunicação como método de solidariedade à exclusão social, política e cultural, em busca da integração entre os povos, em reforço a necessidade das políticas culturais como maneiras de cessar os problemas sociais e promover a transformação. Nesta concepção, a Folkcomunicação tem utilizado as mediações culturais como mecanismo de desenvolvimento local, juntamente com os atores em situação de marginalização. Assim, a arregimentação das potencialidades, por meio das políticas culturais, impulsiona o desenvolvimento e aproveitamento das capacidades (Maciel, 2012).

Diante de tais apontamentos, entende-se que a comunicação carece de inserção de acordo com a realidade que busca ser modificada, voltada à capacitação dos indivíduos e introdução de seus modos de vida à uma perspectiva que vise o desenvolvimento comunitário. Na concepção da teoria da educação como liberdade, Freire (2018) destacou a possibilidade de se pensar em uma comunicação dialógica por considerar, assim como Beltrão (1980; 2014), que os sujeitos se expressam através de signos linguísticos próprios, se a comunicação não for direta e sem interrupções, não há comunicação entre dois espaços. Logicamente, o desenvolvimento social não será efetivo se o indivíduo não estiver inserido em questões sociais, políticas, econômicas, educativas (Freire, 1983).

Frente ao pensamento científico colonial no âmbito da cultura e da comunicação, da clareza da exclusão dos estudos voltados às manifestações tradicionais locais e regionais impostos pela ciência moderna, a Folkcomunicação torna-se alternativa para se pensar em propostas de “reconhecer as singularidades dos pensadores regionais ou nacionais que os precederam, legando-lhes contribuições inovadoras ou problematizantes” (Marques de Melo, 2003, p. 43). Esta ideia baseia-se nos pressupostos teóricos que visam a decolonialidade (Escudero; Santana, 2022) que questionam as diferenças entre os marcos teóricos e a realidade estudada, já que recorrentemente as

nações do sul tem utilizado de teorias e conceitos inadequados na busca de desafios e soluções.

Proposta de intervenção e resultados parciais

Esta proposta se baseia em utilizar as ferramentas da Folkcomunicação e da Comunicação Comunitária para propor e executar estratégias de comunicação por considerar: a) a carência de políticas públicas mais inclusivas no cenário brasileiro; b) a capacidade dialógica de avaliar as reações, anseios e meios de organização alternativos da recepção; e c) a necessidade de demonstrar que a comunicação popular também se faz importante no âmbito social.

A fim de responder aos principais objetivos, foi analisada a realidade do bairro, hábitos e modos de vida e a maneira como os meios de comunicação influenciam a localidade, por meio de entrevistas aprofundadas do tipo semiestruturada com vinte moradoras e moradores. Para isso, os indivíduos abordados receberam todos os esclarecimentos necessários antes, durante e após a finalização da pesquisa, com a garantia da omissão total de informações que permitam identificá-los.

A escolha das fontes se deu a partir do aceite e disponibilidade em contribuir com a pesquisa e também por sugestão da própria população. Levou-se em consideração a estrutura de desenvolvimento da localidade, por isso, optou-se por abordar o mesmo quantitativo de pessoas da parte alta e da parte baixa. Além de uma divisão exata por gênero e faixa etária.

Na tentativa de compreender o cenário onde se desenvolvem as comunidades, faz-se importante utilizar a observação participante, que consiste na interação com o ambiente a ser pesquisado (Peruzzo, 2005). Por fim, a partir dos dados coletados, é necessário utilizar dos mecanismos da Análise de Conteúdo, proposta por Laurence Bardin (1988), por meio da categorização, cujo objetivo busca “fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos”.

O contato com a população foi essencial para entender as problemáticas sociais e comunicacionais da comunidade. Através das entrevistas foi possível perceber que a maioria dos entrevistados compreende o papel da mídia, mas entendem que o bairro não é bem visto pelos profissionais da imprensa. Inclusive, é importante considerar que a população do bairro não tem acesso direto a muitos veículos de comunicação de Picos, sobretudo as emissoras de TV, já que a estrutura da localidade não permite o sinal. É no

Instagram que a população tem acesso a muitas notícias locais. O WhatsApp é a ferramenta que a comunidade usa para se comunicar através de grupos. Foi percebido, também, que o rádio tem pouco espaço no cotidiano do bairro.

Por ser um bairro marginalizado e esquecido, é, também, comunicacionalmente deficiente. Ao pensar as estratégias de comunicação, foi necessário elaborar ideias que atingissem os moradores do bairro e o restante da população picoense em diferentes meios e plataformas, usando também os meios que a comunidade do Morada do Sol já está inserida.

Diante de tais considerações, para a aplicação da proposta, será necessário seguir etapas para inserção concreta e diária no cotidiano da comunidade, garantindo assim contato constante e permitindo visualizar as interações internas e externas do bairro. Portanto, visualizou-se a possibilidade de resgate de jovens em situação de vulnerabilidade social, fator preponderante para o projeto proposto. Por isso, percebeu-se a necessidade de maior engajamento dos pesquisadores com a população por meio do WhatsApp.

O contato direto com a população ajuda a estabelecer a confiança entre os pesquisadores e desenvolvedores do projeto e a comunidade, uma vez que fica claro que o projeto tem como um dos objetivos ajudar comunicacionalmente a população, através da folkcomunicação e da comunicação comunitária. Outro importante ponto é colocar os membros da comunidade como atores e autores da própria transformação social, incentivando-os a expressar suas opiniões, permitindo também a troca de saberes dentro e fora do bairro.

Analisando essas condições, os principais meios utilizados para execução das estratégias são o WhatsApp e o Instagram, com acréscimo de um portal de notícias sobre o bairro. Cada ambiente terá a adaptação necessária do conteúdo e da linguagem para veiculação da maneira correta, chegando assim aos moradores e aberto ao restante do público da cidade.

O portal de notícias será focado em pautas que abordem a cultura da comunidade, trazendo a história do bairro e suas vivências, colocando os moradores como protagonistas e dando visibilidade à real situação da localidade, conforme a proposição da Folkcomunicação e Comunicação Comunitária. A página do Instagram também terá conteúdo adaptado e visa mostrar o dia a dia do lugar, além disso, sendo porta para divulgar as postagens do portal de notícias.

Igualmente, no WhatsApp, haverá uma adaptação da linguagem e da mensagem que está sendo transmitida. Com textos mais curtos, nessa plataforma é possível fazer uso de podcast e produções fotográficas e audiovisuais, visto que durante as visitas e entrevistas, foi notório o baixo nível de escolaridade entre os moradores, onde muitos escrevem apenas o próprio nome.

Alinhando as estratégias, os meios que serão utilizados e as formações dos membros do projeto, foi pensado o desenvolvimento de um documentário audiovisual, colocando em evidência os problemas enfrentados pela comunidade, mas também as reais histórias e vivências dos moradores e do bairro.

A produção do conteúdo será recorrente, estimulando a participação dos moradores, fazendo com eles percebam a importância da voz da comunidade e para que se enxerguem como agentes ativos no processo de transformação social. Para isso, dentre as estratégias, serão realizadas oficinas, palestras e encontros promovendo educação midiática entre os moradores.

Considerações e perspectivas futuras

Como resultado principal da presente proposta, espera-se identificar as carências sociais, por meio de um trabalho exploratório e conceitual, a fim de contribuir para a transformação social da comunidade trabalhada. As experiências certamente permitirão enxergar as imbricações da articulação folkcomunicacional dos indivíduos da localidade (comunicação interna de viés participativo) com a prática midiática comunitária (de viés participativo) com e para a população receptora.

Com relação aos aspectos teóricos da Comunicação e seus avanços enquanto campo do conhecimento científico, pretende-se alcançar três resultados: a) Avanço do arsenal metodológico da Folkcomunicação, proposta já lançada por um dos autores deste trabalho (Santana 2020), sobretudo no que se refere a pensar em ações de comunicação para a transformação de outras realidades. Assim, espera-se enxergar os processos de exclusão comunicacional, as principais contradições e desafios das comunidades em situação de marginalização social para o desenvolvimento social. Subsídios necessários para propor estratégia de comunicação que contribua na inclusão social, em benefício de uma sociedade mais justa e igualitária.

b) Contribuir com a discussão sobre Comunicação Comunitária e seus desdobramentos teóricos (Peruzzo, 2022; Paiva; Barbalho, 2005; Paiva, 2007; Silva,

2021), que parte de entender: como o campo comunicacional pode se constituir uma força contra-hegemônica; como as práticas comunicacionais atuam na direção a uma multiplicidade de vozes, não só para ir de encontro a um espaço de diálogo e participação, mas de diminuir visões preconcebidas e preconceituosas sobre a diversidade de grupos sociais; como esse campo permite construir novas formas e linguagens e capacita os indivíduos que nele atuam a interferir no sistema produtivo; como a comunicação em um viés horizontalizado e de participação que integra consumidores e produtores e privilegia a educação em um processo dialógico e formativo, a exemplo da performance da união da comunicação com a educação que tem como norte a ampliação da cidadania.

c) O diálogo com pesquisas contemporâneas que têm se dedicado à trabalhar a interface entre a Comunicação Comunitária e a Folkcomunicação, a exemplo de Peruzzo (2022), Santana (2020) e Dornelles e Reis (2016), entre outros. Tratam-se de autores e autoras que têm pesquisado imbricações das estratégias de comunicação popular, especificamente no ambiente folkmidiático, nas práticas de Comunicação Comunitária e seus desafios na luta pela comunicação horizontalizada como possibilidade de transformação social.

No que se refere ao aspecto empírico, são dois os resultados pretendidos: a) Prático – empírico: Identificação e seleção das necessidades sociais – moradia, emprego, saneamento básico, segurança pública, sistema de saúde, educação, etc. – da comunidade do bairro Morada do Sol para análise empírica desde as ferramentas da Folkcomunicação e da Comunicação Comunitária, processo que consiste em conhecer a diversos aspectos da realidade trabalhada. Ou seja, uma possibilidade de situar o cenário frente a cidade de Picos, demonstrar a insatisfação da população local e interferir na dinâmica, a fim de fomentar novos olhares para uma outra realidade possível.

b) Prático – social: Suporte técnico aos integrantes da comunidade do bairro Morada do Sol em um processo de ensino e extensão da pesquisa à sociedade, a fim de propor conjuntamente desenvolvimento e execução de ações de comunicação ou a produção de itens isolados, a depender da necessidade, como veículos impressos, radiofônico, digitais (sites, mídias sociais digitais) e/ou audiovisuais; e projetos de assessorias baseados nas perspectivas da comunicação popular (a Folkcomunicação) e da Comunicação Comunitária.

c) Teórico-prático – contextual: Contribuição a partir dos dados empíricos e reflexões sobre a realidade social da comunidade do bairro Morada do Sol, um contexto

que carece de iniciativas de transformação diante da necessidade do diálogo entre pesquisa e atores sociais, de modo a estimular a inclusão, a interação e uma visão mais ampliada do estar no mundo. A este desafio, soma-se às particularidades da sociedade brasileira, que vive um período completo de retirada de direitos e desvalorização científica e acadêmica. Essas limitações nos colocam diante de condições que limitam o aprimoramento profissional e desenvolvimento da pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas e que, portanto, requerem esforços pessoais na busca do desenvolvimento científico, em vista a uma sociedade justa e igualitária.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988.
- BELTRÁN, L. R. Adeus a Aristóteles: Comunicação Horizontal. In: PRATA, N.; JACONI, S.; SANTANA, F. (orgs.) **Pensamento Comunicacional na América Latina** – textos antológicos e autores emblemáticos. São Paulo: Intercom, 2019. p. 167-201.
- BELTRÃO, L. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.
- BELTRÃO, L. **Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. 2. Ed. Porto Alegre, EDIPUCRS & FAMECOS, 2014.
- BORDENAVE, J. E. D. **O que é participação**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- CEPRO. **O IDHM dos municípios do Piauí por território de desenvolvimento**. Sério Inclusão Social Nº 1. Teresina: Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí, 2016.
- DORNELLES, B. O localismo nos jornais do Interior. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 237-243, set./dez., 2010.
- DORNELLES, B.; REIS, K. M. Do espelho às ondas do rádio: a força da comunidade pela folkcomunicação. **Comunicação & Sociedade**, v. 38, n. 3, p. 228-339, 2016.
- DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, p. 62-83, 2006.
- ESCUADERO, C.; SANTANA, F. Comunicação, informação e cultura: a agenda de resistências e lutas de comunidades brasileiras no exterior a partir do olhar decolonial. *Revista Eptic*, São Cristóvão, v. 24, n. 1, p. 187-204, jan./abr. 2022.
- FERNANDES, G. M.; SANTANA, F. M.; WOITOWICZ, K. J. Folkcomunicação e resistência: elementos de uma práxis informacional. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 20 n. 38, p. 60-71, set./dez. 2021.
- FREIRE, P. **Educação e mudança**. 38 ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2018.
- FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 1983.
- FURTADO, C. **Desenvolvimento e subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.

GUMUCIO-DAGRON, A. G.; TUFTE, T. Raíces e importancia: introducción. *In: GUMUCIO-DAGRON, A. G.; TUFTE, T. (orgs.). Antología de comunicación para el cambio social. Lecturas históricas e contemporáneas. La Paz: Plural, 2008. p. 16-45.*

GURGEL, E. A. Comunicação estratégica. *In: MARQUES DE MELO, J; GURGEL, E. A. (orgs.). Luiz Beltrão: singular e plural. São Paulo: Intercom, 2014. p. 235-254.*

MACIEL, B. Folkcomunicação e desenvolvimento local. *In: LOPES FILHO, Boanerges Balbino; FERNANDES, G. M., et al. (orgs.). A Folkcomunicação no limiar do século XXI. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2012. p. 43-52.*

MARQUES DE MELO, J. **História do pensamento comunicacional**: cenários e personagens. São Paulo: Paulus, 2003.

MARQUES DE MELO, J. Políticas públicas de comunicação: desafios brasileiros na era digital. *In: SCHMIDT, C; VALENTE, H; PRADOS, R. M. Mídia e políticas culturais. São Paulo: Ícone, 2015. p. 52-64.*

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

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

PAIVA, R; BARBALHO, A. (orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

PERUZZO, C. M. K. Observação participante e pesquisa-ação. *In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. p. 125-145.*

PERUZZO, C. M. K. Comunicação para o desenvolvimento, comunicação para a transformação social. *In: MONTEIRO NETO, A. (org.). Sociedade, política e desenvolvimento. Brasília: Ipea, 2014. p. 161-195.*

PERUZZO, C. M. K. Culturas populares na folkcomunicação e na comunicação popular, comunitária e alternativa: da decodificação midiática à resistência política. *In: SCHMIDT, Cristina; HOHLFELDT, Antônio; MERGULHÃO, Eliane. (orgs.). A comunicação dos marginalizados nas rupturas democráticas. Porto Alegre: Edipucrs, 2022. p. 31-66.*

RINCÓN, O. Mutações bastardas da comunicação. **MATRIZES**, n. 12, v. 1, p. 65-78. 2018.

SANTANA, F. M. **O Caranguejo e a construção da identidade cultural de Aracaju**: uma análise folkcomunicacional. 2020. Dissertação de mestrado em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP, Brasil, 2020.

SANTANA, F. M.; ESCUDERO, C.; FERNANDES, G. M. **Aproximações teóricas e metodológicas entre a folkcomunicação e a Comunicação para o Desenvolvimento (C4D)**. **Intercom RBCC**, São Paulo, v. 46, p. 1-16, 2023.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**. Do pensamento única à consciência universal. 29. Ed. Rio de Janeiro, Record, 2019.

SERVAES, J. Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. **Comunicação Midiática**, Bauru, a. 1, n. 1-2, p. 19-53, 2004.

TUFTE, T. O renascimento da Comunicação para a transformação social – Redefinindo a disciplina e a prática depois da ‘Primavera Árabe’. **Intercom RBCC**, São Paulo, n. 36, v. 2, p. 61-90, jul./dez. 2013.