

# COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA NO GRUPO PELA VIDDA EM GOIÂNIA<sup>1</sup>.

Por **Evangelicléia Sousa da SILVA<sup>2</sup>**

Universidade Federal de Goiás

**Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER<sup>3</sup>**

Universidade Federal de Goiás

## RESUMO:

Este artigo constitui-se uma análise de uma experiência prática das redes sociais como ferramentas para a execução da comunicação comunitária desenvolvida na região metropolitana de Goiânia, direcionada para a ONG Grupo Pela Vidda (Valorização, Integração, Dignidade do Doente de Aids). Com a função de divulgar as informações sobre o Grupo Pela Vidda e, principalmente, levar informação aos internautas sobre os projetos do Grupo e suas necessidades, foi desenvolvido um blog, um e-mail, além da atualização e manutenção da página do orkut já existente. Este artigo mostra a importância das ferramentas tecnológicas e discute o termo comunicação comunitária, enfatizando a necessidade de uma comunicação compromissada com os anseios éticos, abordando a importância de criar meios alternativos que estejam compromissados com as questões ligadas à comunidade de forma cidadã.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ferramentas Tecnológicas, Comunicação Comunitária, Grupo Pela Vidda.

## INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, as manifestações e experiências das mídias comunitárias vêm revelando a existência de uma práxis comunicativa voltada para os interesses e as necessidades dos próprios grupos a que pertencem e/ou para movimentos comprometidos com interesses sociais mais amplos, potencializando a construção da cidadania.

Vivemos numa sociedade midiaticizada e da informação, que interage com o mundo através das novas mídias. De acordo com Lemos (2003), a sociedade da informação surgiu com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70.

A midiaticização, segundo Muniz Sodré (2006), é uma ordem de mediações socialmente realizadas e pode ser pensada como o quarto bios.

Da mídia para o público não parte apenas influência normativa, mas principalmente emocional e sensorial, com o pano de fundo de uma estetização generalizada da vida social, onde

identidades pessoais, comportamentos e até mesmo juízos de natureza supostamente ética passam pelo crivo de uma invisível comunidade do gosto, na realidade o gosto “médio”, estatisticamente determinado (SODRÉ, 2006, p. 23).

Um das características da midiaticização é a Cibercultura, que de acordo com Lemos (2003) é a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais. Segundo o autor, o termo Cibercultura passou a ser utilizado a partir do século XXI, para explicitar a convergência entre as telecomunicações e a informática. A partir de então, houve o surgimento da sociedade da informação.

Vivemos já a Cibercultura. Ela não é o futuro que vai chegar, mas o nosso presente (home-banking, cartões inteligentes, celulares, palms, pages, voto eletrônico, imposto de renda via rede, entre outros). A Cibercultura representa a cultura contemporânea sendo consequência direta da evolução da cultura técnica moderna (LEMOS, 2003, p.12).

Segundo Lemos (2003), para melhor avaliar os vários aspectos da sociedade contemporânea, existem as três Leis da Cibercultura. A Lei da Reconfiguração, onde há a agregação e não a eliminação das mídias anteriores. A Lei da Liberação do Pólo de Emissão, que permite a interação mútua entre emissor e receptor, ou seja, todos emitem e todos recebem. E a Lei da Conectividade, que permite a conexão generalizada sem restrições entre os indivíduos.

Para Lemos (2003), estamos diante da liberação do pólo da emissão – a segunda lei da Cibercultura – e do surgimento de uma comunicação bidirecional e novos instrumentos surge a cada dia. Lemos destaca que as novas ferramentas de comunicação geram novas formas de relacionamento social: “A Internet é um instrumento de comunicação e não uma mídia de massa” (Lemos, 2003, p.17). O projeto de criação das ferramentas de comunicação para o Grupo Pela Vidda tiveram o objetivo de proporcionar mais formas de relacionamento entre o grupo e os parceiros. Sendo assim, o grupo pôde ampliar a divulgação dos objetivos utilizando a internet e sem precisar buscar a mídia de massa.

As novas ferramentas de comunicação geram novas formas de relacionamento social e o maior uso da Internet é para buscar conexão social: “A Cibercultura é recheada de novas maneiras de se relacionar com o outro e com o mundo” (Lemos, 2003, p.17). Neste caso foi desenvolvido um blog, para o Grupo Pela Vidda, de acordo com a primeira lei da Cibercultura, ou seja, o grupo buscou comunicação por meio do blog sem a substituição dos meios de comunicação já existentes.

Para Augé (2006), estamos vivendo uma época do imediatismo e do instantâneo, devido o aparecimento do ciberespaço. Onde todas as in-

formações circulam rapidamente em todo o mundo.

A comunicação se produz na velocidade da luz. Assim, pois, nosso domínio do tempo reduz nosso espaço. Nosso “pequeno mundo” basta apenas para a expansão das grandes empresas econômicas, e o planeta se transforma de maneira relativamente natural em um desafio de todos os intentos imperiais (AUGÉ, 2006, p.105).

Diante da relevância das ferramentas de comunicação para as pessoas, empresas, ONGs, etc, se comunicarem, este trabalho propôs realizar um blog, um e-mail e atualizar o orkut já existente, para possibilitar mais opções de relacionamento entre o Grupo pela Vidda e os parceiros e colaboradores.

Segundo Ferrari (2007), o blog é uma ferramenta de comunicação onde são criadas novas formas de comunicação jornalística. É uma página onde são postados textos e fotos.

Outra ferramenta utilizada foi o orkut<sup>4</sup> que é uma rede social filiada ao Google, criada em 24 de janeiro de 2004 com o objetivo de ajudar seus membros a conhecer pessoas e manter relacionamentos. No Brasil o orkut é um fenômeno, é o país onde possui mais usuários. Seu nome é originado no projetista chefe, Orkut Büyükkökten, engenheiro turco do Google.

Além do blog e do orkut, outra ferramenta foi o e-mail<sup>5</sup> ou correio eletrônico, que é um método que permite compor, enviar e receber mensagens através de sistemas eletrônicos de comunicação. O termo e-mail é aplicado tanto aos sistemas que utilizam a Internet e são baseados no protocolo SMTP, como aqueles sistemas conhecidos como intranets, que permitem a troca de mensagens dentro de uma empresa ou organização e são, normalmente, baseados em protocolos proprietários. O correio ele-

trônico é mais antigo que a internet, e foi de fato uma ferramenta crucial para criá-la, mas na história moderna, os serviços de comunicação globais iniciaram no início da ARPANET. Padrões para codificação de mensagens de e-mail foram propostas em 1973 (RFC 561). A conversão da ARPANET à internet no início de 1980 produziu o núcleo dos serviços atuais. Um e-mail enviado no início de 1970 parece muito semelhante a uma mensagem de texto dos dias atuais.

De acordo com Gómez (2006), as mídias inseridas na sociedade no século passado como a televisão, por exemplo, perderam o destaque diante das tecnologias mais recentes.

No contexto de desordenamentos, a intenção é refletir sobre algumas das mudanças e rupturas, transições ou recomposições que experimentamos no âmbito da comunicação social, motivadas tanto pelo que considero sem precedentes, como por outras mediações que, entrelaçadas com a tecnológica, estão contribuindo de maneira contundente para que vivamos mais que em uma época de grandes mudanças, numa grande mudança de época (GÓMEZ, 2006, p.83).

### COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

Tendo como base Peruzzo e os demais autores consultados, entendemos que é importante esclarecer o que é comunidade. Ou seja, o pressuposto de que ela se constitui de um grupo cujos membros tenham uma proximidade, que pode ser geográfica ou não, marcada pelo sentimento de pertença, identidade e interesses comuns. A partir desta colocação Peruzzo conceitua:

Comunicação comunitária diz respeito a um processo comunicativo que requer o envolvimento das pessoas de uma 'comunidade', não apenas como receptoras de mensagens, mas

como protagonistas dos conteúdos e da gestão dos meios de comunicação. (PERUZZO, 2003, p.246)

A própria autora ressalta que este não é o único conceito e nem a única forma de fazer comunicação comunitária. Tendo em vista as mudanças sociais e a ocorrência de uma comunicação diferenciada em nível da sociedade civil, especialmente, nos movimentos gerados a partir do envolvimento no seio das camadas subalternas da população ou a ela ligados de modo orgânico, vem ocorrendo uma prática cotidiana voltada para os interesses e as necessidades dos próprios grupos de pertencimento ou de participação de movimentos sociais mais amplos que contribuem para a elaboração das culturas populares e a formação para a cidadania.

Segundo Abranches (1985, p. 9), "a cidadania refletia a integração do indivíduo à coletividade política". Historicamente, dependendo do período e do lugar, só uma parcela da população pode exercer plenamente a cidadania. Marshal (1967), afirma que:

A cidadania incorpora três tipos de direitos: os civis (direitos necessários à liberdade individual: liberdade de ir e vir, liberdade de expressão, pensamento e fé, o direito à propriedade e o direito à justiça, os políticos (o direito dos indivíduos de participar do exercício do poder, como membros de um organismo investido de autoridade política ou como eleitores de tais membros) e os sociais (refere a tudo o que vai do direito a um mínimo de bem-estar econômico e segurança ao direito de participar na herança social e levar a vida de um ser civilizado de acordo com os padrões que prevalecem na sociedade). (MARSHAL, 1967, p.63-64).

Entendemos que o cidadão tem direito e deveres, a cidadania é histórica (varia no tempo, no espaço e no

contexto vivido). É uma conquista do povo e as formas de participação são decorrentes do tipo de sociedade política em que se vive e não encerra suas dimensões nas questões da liberdade individual e da participação política, incluindo também os direitos sociais e coletivos.

Peruzzo (2003, p. 245) afirma que para alguns dos ideólogos do movimento pela democratização dos meios de comunicação, participantes do universo acadêmico, diante da situação encontrada e da crise ocorrida diante do vigor do processo de globalização “não fazia mais sentido falar de comunicação popular e comunitária”, posição da qual discorda.

Contra-pondo-se a esta posição, Peruzzo (2003) coloca em seu artigo que a comunicação comunitária se “revela revigorada e em múltiplas feições”, tendo em vista os complexos processos das relações sociais, que perpassam os interesses globais de pessoas e instituições, dirigindo-se àquilo que lhe está próximo: a vida da vila, do bairro, da cidade onde moram ou estão situadas. A autora coloca que ocorre, porém que:

A comunicação comunitária acaba por se revelar um fenômeno complexo, pois não tem a visibilidade amplificada como é a da grande mídia, além de poder ser compreendida de diferentes maneiras. Em suma, diferentes manifestações de comunicação que ocorrem em nível local são colocadas indiscriminadamente sob o rótulo de comunitárias, o que acaba por gerar distorções na compreensão do fenômeno. (PERUZZO, 2003 p.245)

A comunicação popular e comunitária vão se vincular em geral aos movimentos e manifestações reivindicatórios, sindicais e libertários, em prol da justiça social.

Tal conhecimento encontra reforço em teóricos como Peruzzo (1999, pag.

64), que diz que “nas democracias mais avançadas, o cidadão depois de ter conquistado o direito de participação política, percebeu que esta se insere num âmbito mais amplo, o da sociedade em seu conjunto”. E Bergher (1989) afirma que:

O estudo da comunicação popular redefiniu os marcos da problemática da comunicação: durante muito tempo, falar de comunicação significou falar de meios, canais, mensagens. Agora falar de comunicação popular implica falar de cultura, de relação. E necessita para tanto, da interdisciplinaridade em seu sentido mais profundo [...] A redefinição do popular permitiu pensar a diversidade e a pluralidade e revalorizar a relação entre comunicação de massa e comunicação popular. (BERGHER, 1989, p.19).

Aqui, no entanto, aparece em função dos meios de comunicação de massa, a padronização de bens, serviços e da própria cultura, em forma de mensagens padronizadas e em série. Esses meios de comunicação de massa, segundo Caparelli (1947), tornam-se intermediações pedagógicas do poder, que buscam criar uma ‘consciência feliz’ de que este sistema é um grande ‘padrasto protetor’.

Bordenave, citando Ramos (2001, p.31) afirma que a personalidade dos indivíduos é um produto social, gerado pela interação com as demais pessoas, onde ocorre a utilização de símbolos significativos presentes em sua cultura, que permitem apropriações mútuas das atitudes, que ocorrem por meio da comunicação e na comunicação. Essa afirmação encontra reforço em Barros (1997) que coloca:

Torna-se cada vez mais aceita a noção de que a formação cultural dos seres humanos nas sociedades contemporâneas passa muito pelas intermediações do cotidiano marcadas por um contexto de complexidade. Intermediações que ocorrem

através da comunicação interpessoal, grupal e massiva e que se ampliam com a implementação de novas tecnologias (BARROS, 1997, p.30)

Para que se possa entender a importância desse processo de intermediações é importante entender a relação existente entre cultura, personalidade e identidade, assim é importante explicitar o entendimento de cada um desses elementos e sua importância no processo de socialização.

Com base em Eliot (1997) e Geertz (1997) a cultura refere-se ao modo de vida de um povo, em toda a sua extensão e complexidade. Um conceito que procura designar uma estrutura social no campo das idéias, das crenças, costumes, artes, linguagem, moral, direito, leis, etc., e que se traduz nas formas de agir, sentir e pensar de uma coletividade que aprende, inova e renova o seu próprio modo de criar as coisas, numa dinâmica de constantes transformações.

Muitas das manifestações geralmente associadas à cultura popular são comuns a todos os povos: histórias transmitidas de forma oral (contos, lendas, mitos), danças, músicas, cozinha e festas. A cultura é um processo de construção e transformação e se reflete diretamente no imaginário popular. Bock (1995) diz que personalidade é um termo controverso, pois é muito utilizado pelo senso comum, com diferentes enfoques. Para a autora,

Personalidade refere-se ao modo relativamente constante e peculiar de perceber, pensar, sentir e agir do indivíduo. A definição tende a ser ampla e acaba por incluir habilidades, atitudes, crenças, emoções, desejos, o modo de comportar-se e, inclusive, os aspectos físicos do indivíduo. (BOCK, 1995, p.114)

A definição de personalidade engloba também o modo como todos esses aspectos se integram, se organizam, conferindo identidade e singularidade ao indivíduo. Para a autora, personalidade e identidade estão intimamente relacionadas e ela coloca que:

Identidade é a denominação dada às representações e sentimentos que o indivíduo desenvolve a respeito de si próprio, a partir do conjunto de suas vivências. A identidade é a síntese pessoal sobre o si mesmo, incluindo dados pessoais (cor, sexo, idade), biografia (trajetória pessoal), atributos que os outros lhe conferem, permitindo uma representação a respeito de si. Este conceito supera a compreensão do homem enquanto conjunto de papéis, de valores, de habilidades, atitudes, etc., pois compreendem todos estes aspectos integrados - o homem como totalidade - e busca captar a singularidade do indivíduo, produzida no confronto com o outro. A mudança nas situações sociais, a mudança na história de vida e nas relações sociais, determinam um processo contínuo na definição de si mesmo, fazendo com que sua identidade deixe de ser algo pronto, acabado, para ser um processo de representação de seu "estar sendo" no mundo. (BOCK: 1995, pag. 136).

Fica clara a necessidade da educação voltada para a inserção das pessoas num processo de comunicação como fator preponderante de integração ética e social e, sobretudo, como processo de transformação da própria sociedade, como possibilidade de exercício, na sua plenitude, das potencialidades de cada indivíduo em que a cultura é a possibilidade de poder trabalhar com as igualdades e com diferenças; respeitar e cultivar as diversidades, em uma constante troca de aprendizado e experiências, valorizando as pessoas e estimulando o exercício da cidadania.

Esta posição é reforçada por Neumann (1991, p.12), quando aborda a perspectiva de atuação nas comunidades, pensando a comunicação comunitária e o desenvolvimento de instrumentos de comunicação alternativos que se opõe aos meios de comunicação de massa e ao modelo vertical de comunicação e diz que “são veículos feitos pela comunidade e para a comunidade, com função de informar e resgatar o verdadeiro espírito comunitário de solidariedade, ajuda mútua, organização, participação e luta por objetivos comuns”.

### O GRUPO PELA VIDDA

De acordo com histórico fornecido pela presidência<sup>6</sup>, o Grupo Pela Vidda (Grupo Pela Valorização, Integração, Dignidade do Doente de Aids) é uma organização não-governamental, sem fins lucrativos, fundada em 13 de janeiro de 1992. A ONG é gerida em 78% por pessoas portadoras do vírus HIV/Aids, sendo o restante do grupo operacional, familiares de portadores e voluntários, em sua maioria, profissionais de saúde.

Os dirigentes do Grupo Pela Vidda trabalham vinculados a problemas específicos da população portadora do vírus HIV/AIDS, voltados para atender principalmente as crianças e mulheres. Para a realização do projeto voluntário, o grupo tem como frentes de atuação três áreas distintas. A prevenção e a intervenção são feitas por meio de palestras e cursos, tirando dúvidas e levando informações mais aprofundadas sobre o tema em questão. Já a assistência é realizada com doações de cestas básicas para as famílias e crianças.

Durante sete anos o grupo funcionou em uma sala cedida pela Arquidiocese de Goiânia, no térreo do Edifício Don Abel, no Centro, ao lado da Catedral Metropolitana de Goiânia. Hoje o grupo possui sede social situada em uma casa alugada, na rua 24, nº 224, Centro, Goiânia.

Prevendo o avanço da infecção na camada mais jovem e mais pobre da população, o Grupo Pela Vidda se manteve fiel aos seus princípios, até mesmo pela falta de esperança na época (1991 a 1995), onde a morte era uma sentença e a esperança um sonho distante. Frente à morte inevitável e cruel em sua evolução não se pensava no portador e sim na população que deveria ser protegida.

Muitas perdas e dores se somaram aos esforços pela busca do direito da cidadania e combate à discriminação. E para a luta contra a dor foi necessário coragem para que resultasse até mesmo em invasões no Hospital de Doenças Tropicais (HDT), em 1996, com objetivos de lutar pela vida, quando se chegou a 14 óbitos semanais no mais cruel abandono. Quando já se discutiam novas terapias e perspectivas de longevidade com a saúde.

Além do esforço por melhores assistências e a luta solitária pela humanização do atendimento e a concessão de medicamentos, o grupo descobriu a fome e o abandono: o pior mal da Aids.

Após um estudo de seis meses sobre os canais vicinais do inimigo – a Aids – e quais seriam suas maiores vítimas, criaram um programa de assistência dirigido à mulher e à criança. De acordo com Rosilda Marinho<sup>7</sup> para o Grupo Pela Vidda foi uma opção difícil, porém necessária, pois não era possível atender a todos os necessitados.

De acordo com Baumam, (2003, p.54), o mundo que habitamos é cada vez menos capaz de oferecer segurança, mas há um paraíso onde estamos a salvo das ameaças, um lugar “aconchegante”: a comunidade.

Com isso, percebemos a importância de se viver em comunidade e os benefícios que o Grupo Pela Vidda trans-

mite aos participantes, oferecendo a sensação de estarem protegidos por um grupo social que os ampara. Essa sensação de pertencimento é o que motiva o indivíduo a se integrar, se relacionar e criar laços comuns.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo deste trabalho foi compreender a relevância das ferramentas da comunicação em prol dos processos da comunicação comunitária e das estratégias de comunicação no interior da ONG Grupo Pela Vidda, buscando observar os recursos e dispositivos utilizados para divulgar informações sobre o Grupo. Foi possível compreender este tipo de comunicação e as possibilidades que apresenta para o desenvolvimento local e a instauração de espaços democráticos de discussão.

O trabalho feito na ONG teve por objetivo favorecer o grupo em termos de reivindicações populares, divulgação do seu trabalho e a conquista de novos colaboradores e voluntários, além de prestar esclarecimentos para a sociedade a respeito do tema Aids, a fim de minimizar o preconceito de algumas pessoas menos informadas.

Verificando a realidade vivida pela ONG podemos citar uma frase de Bauman,(2003, p.54) que explica que o mundo que habitamos é cada vez menos capaz de oferecer segurança, mas há um paraíso onde estamos a salvo das ameaças, um lugar “aconchegante”: a comunidade.

Com isso, percebemos a importância de se viver em comunidade e o que o trabalho do grupo proporciona aos participantes a sensação de estarem protegidos por um grupo social que os ampara. Essa sensação de pertencimento é o que motiva o indivíduo a se integrar, se relacionar e a criar laços comuns.

**NOTAS**

- 1- Trabalho apresentado no 4º Simpósio de Pesquisa em Comunicação Social PUC-Goiás em 01/11/2013. PUC-Goiás – Campus V.
- 2 - Mestranda pela Universidade Federal de Goiás – UFG. E-mail: vangijornalista@gmail.com
- 3 - PHD, Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Especialista em Sociologia pela Universidade Federal de Uberlândia. Jornalista pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás – anacarolina.temer@gmail.com
- 4 - Informações do site Wikipédia, em 25 de fevereiro de 2013.
- 5 - Informações do site Wikipédia, em 25 de fevereiro de 2013.
- 6 - Este histórico do Grupo Pela Vidua foi cedido, em forma de documento, através da advogada Cecília Aires, voluntária que assessora a ONG.
- 7 - Rosilda MARINHO, presidente do Grupo Pela Vidua.
- 8 - Acesso em 30 de janeiro de 2013 <http://estruturaedinasocial.blogspot.com/2010/03/livros-sobre-identidades-subjetividades.html>

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ABRANCHES, Sérgio H. Nem cidadãos sem seres livres: o dilema político do indivíduo na ordem liberal-democrática. Dados -Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: IUPERJ, 1985.
- BARROS, Laan Mendes de. Comunicação e educação numa perspectiva plural e dialética. Nexos – Revista de Estudos de Educação e Comunicação. São Paulo: Univ. Anhembi-Morumbi, p.19-38, 2o. Sem. 1997.
- BAUMAN, Zygmunt. Comunidade: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- BERGER, Christa. A comunicação emergente: popular e / ou alternativa no Brasil. São Paulo: Summus, 1989.
- BORDENAVE, Juan E Dias. Além dos meios e mensagens. Petrópolis: Vozes, 2001.
- CABRAL, Prof. Adilson. Democratizar a Comunicação para a Democratização da Sociedade. Rio de Janeiro: Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).

ELIOT, T. S. Notas para uma definição de cultura. São Paulo: Editora Perspectiva S.A., 1988.

FILHO, Marcondes. A Linguagem da Sedução. Perspectiva, São Paulo, 1987

GOMES, Pedro. G. Tópicos da Teoria da Comunicação. São Leopoldo: Unisinos, 1997.

KOVARICK, Adriana Coelho Borges. Tendências na comunicação 3. Porto Alegre: L&PM Editores S/A e RBS, 2000.

LAGE, Nilson. Estrutura da Notícia. Rio de Janeiro: Ática, 2006.

MARSHALL, T.H. Cidadania, classe social e status. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

PERUZZO, Círcia M.K. Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

PERUZZO, Círcia M. Krohling. Direito à Comunicação Comunitária, Participação Popular e Cidadania. São Paulo: Portal da Universidade Metodista de São Paulo. Disponível em: <http://www.metodista.br>. Acesso em 13 de abril de 2011

