

Os pressupostos teóricos da comunicação comunitária e sua condição de alternativa política ao monopólio midiático

Rozinaldo Antonio Miani

Doutor

Universidade Estadual de Londrina

rmiani@uel.br

Resumo

A atual concentração dos meios de comunicação, patrocinada pela competitividade global e impulsionada pela aceleração tecnológica, relegou importantes setores da sociedade civil organizada à condição de meros consumidores de informação produzida pelas corporações midiáticas nacionais, ou mesmo internacionais. Para se contrapor a esse domínio no âmbito do mercado de bens simbólicos, a produção caracterizada como comunicação comunitária, em suas várias possibilidades, ganhou projeção se afirmando como uma importante alternativa na disputa pela hegemonia no campo da comunicação. Este trabalho tem como objetivo identificar e compreender os principais elementos conceituais que definem a comunicação comunitária e demarcar a sua presença no contexto de uma sociedade globalizada, marcada pelo monopólio midiático, bem como apontar algumas de suas potencialidades políticas e culturais.

Palavras-chave

Comunicação comunitária, disputa pela hegemonia, monopólio midiático.

1 Introdução

A comunicação comunitária é considerada, em tempos de globalização, uma importante alternativa para se contrapor ao monopólio midiático imposto pelas grandes corporações nacionais e internacionais de comunicação. Mas quais as características que

efetivamente se manifestam nas experiências tidas como “comunitárias” que sustentam tal convicção e onde e como elas aparecem no contexto globalizado? É com o objetivo de refletir sobre estas questões que apresentamos este artigo ¹.

Para iniciar esta reflexão é necessário, antes de tudo, demarcar uma distinção terminológica e conceitual que vem, ao longo de nossa trajetória acadêmica, balizando os estudos e ações em torno da construção e consolidação do campo da Comunicação Popular e Comunitária, processo no qual temos participado intensivamente principalmente através do Curso de Especialização em Comunicação Popular e Comunitária, desenvolvido junto à Universidade Estadual de Londrina (UEL/PR) desde 2002.

A esse respeito, temos insistido na afirmação de que a própria expressão “Comunicação Popular e Comunitária”, nessa ordem e de maneira combinada, entendendo os termos “popular” e “comunitária” como complementares e dialeticamente interseccionados, é uma construção que teve origem na dinâmica do referido curso de especialização e que, através de nossas reflexões, vimos procurando construir e consolidar um quadro epistemológico que dê sustentação teórico-política à referida área específica de conhecimento no interior do campo da comunicação.

Também já afirmamos em outras oportunidades que não há propriamente uma novidade nessa construção, mas reivindicamos o reconhecimento de que no uso que fazemos da expressão “comunicação popular e comunitária”,

[...] há uma reelaboração linguística, combinada com uma construção semântico-ideológica de novo teor, que procura recuperar aspectos significativos da concepção e práticas de comunicação popular e de comunicação comunitária, entendidos como realidades diferentes, e estabelecendo uma interação propositiva e dialética entre elas (Miani; Coutinho; Souza, 2007, p. 10).

Portanto, apesar de se anunciar com certa insistência, beirando o consenso, que devemos tratar “comunicação popular” e “comunicação comunitária” como sinônimos, a exemplo de Cicília Peruzzo para quem “conceitualmente a comunicação popular é também chamada de alternativa, comunicação horizontal, comunicação comunitária, comunicação dialógica, comunicação participatória, comunicação participativa etc, em geral tomadas como sinônimos” (Peruzzo, 1995, p.32), acreditamos que essa simplificação provoca diversos equívocos, principalmente de ordem ideológica, que devem ser prontamente refutados.

¹ Este artigo é uma versão revista e ampliada de uma comunicação apresentada no I Encontro da ULEPICC-Brasil, realizado em Niterói (UFF) em outubro de 2006.

A substituição de palavras, termos e conceitos por supostos “sinônimos” muitas vezes se justifica como recurso estilístico, objetivando evitar a sua repetição num mesmo texto; porém, na maioria das vezes, o problema é o próprio desconhecimento da natureza histórica e ideológica da palavra como signo, que acaba por provocar equívocos conceituais que podem levar a implicações irreversíveis.

Para efeito desta análise, que não tem como objetivo principal discutir nem aprofundar o debate sobre o conceito de comunicação popular ², tomaremos como referência uma definição apresentada pela própria Cícilia Peruzzo que afirma que a comunicação popular, numa de suas possibilidades, pode ser entendida como aquela comunicação

[...] inserida na conjuntura sócio-econômica, política e cultural, ou seja, àquela comunicação de ‘resistência’ às condições concretas de existência, ligada aos movimentos e organizações populares de setores das classes subalternas, vinculadas a lutas pela melhoria das condições de existência, numa palavra, em defesa da vida (PERUZZO, 1995, p. 30).

Considerando essa definição de comunicação popular, acreditamos não ser possível a simples transposição desta compreensão como elaboração pertinente ao conceito de comunicação comunitária. Essa “operação ideológica” de substituir a expressão “comunicação popular” por “comunicação comunitária” se revela uma prática simplificadora que tem levado a uma despolitização da comunicação popular e a uma desconfiguração das reais contribuições que as práticas de comunicação comunitária podem oferecer no contexto das lutas sóciopolíticas e da disputa pela hegemonia no campo da comunicação.

Para entender a problematização que apresentamos é necessário tomar como ponto de partida, reconhecendo sua pertinência, que a palavra é um signo ideológico e que deve ser compreendida em seu contexto político e sócio-histórico. Mikhail Bakhtin afirma categoricamente que “a palavra é o fenômeno ideológico por excelência” e que “será sempre o *indicador* mais sensível de todas as transformações sociais”. E segue:

A palavra constitui o meio no qual se produzem lentas acumulações quantitativas de mudanças que ainda não tiveram tempo de adquirir uma nova qualidade ideológica, que ainda não tiveram tempo de engendrar uma forma ideológica nova e acabada. A palavra é capaz de registrar as fases transitórias mais íntimas, mais efêmeras das mudanças sociais (Bakhtin, 1997, p.41).

² Tivemos a oportunidade de apresentar uma reflexão bastante sintética sobre o conceito de “comunicação popular” quando do convite que nos foi feito para participar na construção do livro “Noções básicas de Folkcomunicação”, produzindo o verbete “comunicação popular”. Ver GADINI; WOITOWICZ, 2008, p. 71-73.

É partindo dessa premissa que alertamos para o fato de que reduzir toda a compreensão ideológica proporcionada historicamente pela expressão “comunicação popular”, em uma outra expressão, qual seja, “comunicação comunitária”, é não atentar para a propriedade da palavra “como elemento essencial que acompanha toda criação ideológica, seja ela qual for” (BAKHTIN, 1997, p.37).

Esse apontamento é necessário, pois, apesar da compreensão de que se trata de perspectivas comunicacionais circunscritas ao conjunto dinâmico e dialético de práticas comunicativas no âmbito da construção de uma alternativa na disputa pela hegemonia no campo da comunicação, cada uma dessas expressões carrega significações ideológicas e se refere a práticas sociais com pressupostos políticos diferenciados.

No caso específico deste artigo, interessa-nos aprofundar as características específicas e contribuições efetivas decorrentes das práticas identificadas como comunicação comunitária; no entanto, isso não poderia ser feito sem a devida demarcação ideológica de que trataremos, tão somente, de uma, entre outras, perspectivas comunicacionais que configuram o campo de uma comunicação contra-hegemônica e que, principalmente, essa perspectiva não se confunde com a comunicação popular.

2 Pressupostos teóricos para uma comunicação comunitária

O ponto de partida para estabelecermos uma conceituação sobre comunicação comunitária é entendermos o significado de “comunidade”. Raquel Paiva já nos alertou sobre a complexidade do conceito de comunidade, bem como sobre a sua pluralidade sógnica. Para a autora, de uma maneira geral, comunidade “tem aparecido como investida de um poder de resgate da solidariedade humana ou da organicidade social perdida” (PAIVA, 1998, p.11).

Outros autores também se detiveram no estudo mais detalhado sobre o conceito de comunidade e, dentre eles, merece destaque Zygmunt Bauman, que nos alerta para a sensação sempre positiva que a simples presença do termo comunidade nos impõe. Para o referido autor, “ela sugere uma coisa boa: o que quer que ‘comunidade’ signifique, é bom ‘ter uma comunidade’, ‘estar numa comunidade’. [...] Comunidade, sentimos, é sempre uma coisa boa” (BAUMAN, 2003, p.7).

Para Bauman, apesar do reconhecimento de tal sensação positiva em relação à comunidade, é preciso atentar para uma advertência, qual seja, que a comunidade “imaginada” não está, “lamentavelmente, a nosso alcance” (BAUMAN, 2003, p.9). Deve-se reconhecer que viver em comunidade é um privilégio pelo qual há que se pagar um preço e que, no limite, a existência de uma comunidade implica uma ambivalência; neste sentido, sentencia Bauman:

Não ter comunidade significa não ter proteção; alcançar a comunidade, se isso ocorrer, poderá em breve significar perder a liberdade. A segurança e a liberdade são dois valores igualmente preciosos e desejados que podem ser bem ou mal equilibrados, mas nunca inteiramente ajustados e sem atrito” (BAUMAN, 2003, p.10).

Mesmo não pretendendo apresentar um detalhamento sobre as várias perspectivas teóricas possibilitadas pelo termo “comunidade”, é necessário registrar que não faltam leituras sobre o conceito de comunidade que a relegam a uma forma de organização social fundamentada na dimensão espiritual/religiosa. Esse registro é importante porque o espaço religioso talvez tenha sido o ambiente social em que o termo “comunidade” mais se disseminou; isso se explica porque, segundo Paiva (1998, p.92), “a idéia de comunidade como elemento de união entre os indivíduos reforça o espírito de fraternidade e convivência”, e estes valores são, fundamentalmente, “promovidos” e “aglutinados” pelas manifestações e cerimoniais religiosos.

Apesar de considerar a complexidade e pluralidade sógnica do termo “comunidade”, que nos possibilitaria enveredar pelas mais diversas formulações conceituais para o adjetivo “comunitário”, assumimos como o sentido mais apropriado (melhor dizendo, produtivo) para comunidade aquele sistematizado por Ciro Marcondes Filho ao sentenciar que uma comunidade aparece, no contexto de uma sociedade marcada pela desagregação nas relações sociais, pela despersonalização, pela reificação e pela promoção de relações abstratas e vazias entre as pessoas, como “aquela forma de organização que reúne as pessoas e resgata a sociabilidade perdida” (MARCONDES FILHO, 1987, p.158).

O “resgate da sociabilidade perdida” implica envolver concretamente cada um dos indivíduos na dinâmica própria de um determinado grupo social, recuperando sua personalidade e valorizando sua subjetividade no contexto da coletividade. Nesse ponto, apesar de concordarmos com a perspectiva apresentada por Marcondes Filho, há necessidade de se fazer uma importante ressalva, pois o uso do termo “resgate” pode produzir um efeito contrário à própria crítica apresentada pelo autor.

A sugestão implicada na ideia de “resgate” é a de que a referida condição de sociabilidade (perdida) já tenha existido anteriormente e que se trata, então, de recuperá-la, de resgatá-la. Isso nos levaria a uma aproximação com a ideia, justamente criticada por Marcondes Filho, de comunidade como uma realidade retrógrada, conservadora, utópica, saudosista.

Quando um determinado grupo social se articula e age politicamente para se constituir como comunidade, o que se vislumbra é a possibilidade de “construção” de uma “sociabilidade possível” e compatível com as características específicas desse grupo, desde que procurando romper com as condições de alienação impostas pela lógica mercantilista e massificadora que impera na forma como as relações sociais se configuram numa sociedade capitalista. As características e determinações dessa sociabilidade não necessariamente já teriam sido praticadas anteriormente pelos integrantes do grupo, mas seriam aquelas que, a partir das condições concretas vivenciadas pelos seus sujeitos, pudessem proporcionar uma aproximação entre os envolvidos, a ponto de desenvolver um sentimento de pertencimento, e que estivessem voltadas para o estabelecimento de novos valores ético-políticos, valores esses que se apresentam como realidade inédita para a absoluta maioria dos grupos. Portanto, a ideia de “resgate” não parece apropriada para a discussão que ora apresentamos e, nesse sentido, se faz muito mais pertinente fazer referência à “construção de uma nova sociabilidade”.

Após a elucidação quanto à impropriedade do uso da palavra “resgate”, reconhecemos que a valorização da subjetividade se realiza através do desenvolvimento de práticas e canais participativos no contexto do grupo social do qual o indivíduo se reconhece pertencente, possibilitando o estabelecimento de processos de “desalienação” que conduz o indivíduo a uma compreensão acerca de sua inserção no mundo, conforme perspectiva desenvolvida pelo educador Paulo Freire (1989).

Retomando o que já foi indicado anteriormente, é importante ressaltar que não basta a simples existência de aglomerados ou agrupamentos sociais para afirmar a constituição, ali, de uma comunidade. Se assim fosse, as sociedades urbanas de maneira geral seriam, por natureza e *a priori*, comunidades³. A comunidade deve ser entendida como uma possibilidade que se realiza como decorrência da dinâmica social estabelecida por um conjunto de indivíduos que se reconhecem como construtores de um sentimento coletivo de

³ A questão dos bairros é exemplar. Os meios de comunicação em geral costumam atribuir a designação de “comunidade” para cada um dos bairros de uma cidade, ou seja, cada bairro é considerado uma comunidade.

pertencimento no interior de um grupo social. A esse respeito, Agnes Heller afirma que um indivíduo estabelece em relação a um determinado grupo de outros indivíduos apenas relações casuais, mas “na medida em que esses fatores deixam de ser casuais, na medida em que minha individualidade ‘constrói’ o grupo a que pertencço, ‘meus’ grupos convertem-se paulatinamente em comunidades” (HELLER, 1992, p.66).

Ao reconhecer e assumir o seu pertencimento, os indivíduos de um mesmo grupo social proporcionam as condições para a realização de ações organizadas de caráter cooperativo e possibilitam o desenvolvimento de valores comuns e individuais, emergindo uma “consciência de reciprocidade” que retroalimenta a busca pela realização do sujeito, em uma palavra, a sua humanização. Nas palavras de Marcondes Filho (1987, p.160), a comunidade “é o espaço de realização da individualidade que a sociedade niveladora e generalizadora nega”.

Essa operação de negação em relação às consequências de uma sociedade massificada, implicada na noção de comunidade, já é, por seu turno, a afirmação do reconhecimento da dialética representada pela comunidade no contexto das sociedades capitalistas. Ao contrário do que possa parecer, ela nos leva a reconhecer a emergência de formas concretas de organização social no interior da dinâmica capitalista, como resposta às suas contradições, e nos obriga a um necessário rompimento com a visão romântica de comunidade como a possibilidade utópica de desenvolver uma forma “alternativa” de organização social, que se constituiria à margem da sociedade capitalista.

Ao reconhecer a sua atuação nas contradições da lógica capitalista, a comunidade se afirma como um espaço político concreto, de resistência, que possibilita o despertar crítico dos seus membros, num processo que poderíamos chamar de “desalienação”, fazendo frente aos mecanismos de anulação individual promovido pelo metabolismo do capitalismo.

Esse despertar crítico, no entanto, não implica, necessariamente, o desenvolvimento de uma consciência de classe. Marcondes Filho já alertava que “exigir o aval de uma classe para legitimar a constituição e a atuação de uma comunidade é subtrair desta a possibilidade de operar e atuar politicamente. Comunidade não é necessariamente classe social” (Marcondes Filho, 1987, p.157).

Portanto, a perspectiva de uma atuação político-ideológica por parte um determinado grupo social, pautada pela consciência de classe, não é propriedade constitutiva de uma comunidade. No plano da comunicação essa perspectiva se aplica, de maneira característica, à comunicação popular, o que reforça nossa afirmação da impropriedade de considerar

comunicação popular e comunicação comunitária como termos que se possam substituir como sinônimos.

No que se refere à perspectiva de uma atuação política, a cidadania se apresenta como o eixo norteador das mais diversas ações organizadas por uma determinada comunidade. Admitimos a necessidade de problematizar o conceito de cidadania, reconhecidamente um termo de múltiplas significações, porém não cabe, no contexto deste artigo, estabelecer uma reflexão a esse respeito; basta que afirmemos que o mesmo é plenamente compatível e pertinente com as determinações aqui estabelecidas para explicitar as motivações sociais e políticas da dinâmica de uma comunidade.

Estabelecida nossa compreensão genérica da constituição de uma comunidade, há que se ressaltar que a sua concretização só ocorre mediante a efetivação de processos participativos. A participação, reconhecendo seus mais diversos níveis ⁴, é aqui entendida como a força motriz na realização de uma comunidade. Ou seja, a busca permanente por uma participação que se estabeleça como exercício do poder de forma democrática ou partilhada é condição indispensável para a constituição e consolidação de uma comunidade. Cicília Peruzzo define essa modalidade de participação como participação-poder que implica “o exercício da decisão partilhada e requerem a existência de canais desobstruídos, informações abundantes, autonomia, co-responsabilidade e representatividade” (PERUZZO, 1998, p.87).

Quando aproximamos essa questão da participação como elemento constitutivo da comunidade aos processos de produção de uma comunicação comunitária, Raquel Paiva nos oferece uma valiosa síntese:

A participação efetiva da comunidade na elaboração das produções é exatamente o que vai distinguir um veículo comunitário. É uma conquista a ser alcançada o envolvimento de todo o grupo social, mesmo que existam na comunidade pessoas exclusivamente responsáveis pela montagem do veículo (PAIVA, 1998, p.159).

Diante dessa breve reflexão, e guardadas algumas adequações, tomaremos como referência para o estabelecimento de uma conceituação de comunicação comunitária os apontamentos apresentados por Raquel Paiva, para quem,

A proposta da comunicação comunitária passa necessariamente pela revisão do conceito de comunidade, bem como pela análise da possibilidade de inserção dessa estrutura na atualidade. Cidadania e solidariedade transformam-se em

⁴ A esse respeito ver PERUZZO, Cicília M. K. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

paradigmas que permitem imaginar uma ordem com objetivos diferentes da premissa econômica universalizante, esta mesma que pretende instaurar de maneira genérica a globalização (PAIVA, 1998, p.20).

A partir desse referencial, o sentido principal que atribuímos à comunicação comunitária diz respeito à sua natureza contra-hegemônica no campo comunicacional. Essa perspectiva também foi desenvolvida por Raquel Paiva, num exercício de atualização de suas próprias reflexões sobre o tema, quando a autora afirmou que as experiências em comunicação comunitária deveriam ser compreendidas como “instâncias contra-hegemônicas comunicacionais, em direção à construção de uma nova ordem de comunicação” (PAIVA 2007, p. 140).

3 A comunicação comunitária no contexto da sociedade globalizada

Considerando a comunicação comunitária como o processo de produção de experiências comunicativas, portanto uma prática social, desenvolvido no âmbito de uma comunidade com vistas à conquista da cidadania, através de práticas participativas, e possibilitando aos indivíduos interagentes a construção de uma nova sociabilidade, admitimos que essa modalidade de prática comunicativa participa de maneira significativa no processo de disputa pela hegemonia no campo da comunicação.

Os meios de comunicação de massa se afirmam permanentemente como instrumentos efetivos no estabelecimento e/ou reforço dos valores políticos e ideológicos da ordem capitalista. Em tempos de globalização a participação destes meios no aprofundamento do ideário capitalista tem se mostrado fulcral.

De acordo com Fredric Jameson (1996), a lógica cultural que se estabeleceu em tempos de globalização, ou como o autor prefere se referir a essa nova dinâmica da ordem capitalista, capitalismo tardio, promove uma fragmentação do tecido social coletivo que acaba por intensificar a alienação e a reificação do presente.

A comunicação comunitária, que aparece neste contexto como uma possibilidade de construção de uma nova sociabilidade, através de práticas comunicativas, que se viu ainda mais corrompida pelos mecanismos de desumanização produzidos pela lógica do capitalismo tardio, afirma toda sua potencialidade crítica ao valorizar os processos participativos fundamentados na valorização das subjetividades num contexto de coletividade. Esse processo, como já afirmamos anteriormente, conduz a uma “desalienação” que possibilita uma melhor compreensão dos indivíduos sobre sua realidade concreta e,

consequentemente, uma maior autonomia e consciência na proposição de ações que julguem pertinentes ao bem-estar de sua comunidade.

De maneira mais decisiva, a contribuição da comunicação comunitária ao processo de disputa pela hegemonia no campo da comunicação se efetiva no momento mesmo em que possibilita uma ruptura com a concepção e o modo de fazer comunicação das grandes empresas do setor, que configuram o monopólio midiático.

As experiências comunicativas derivadas de uma comunidade se desenvolvem a partir de valores e objetivos que rompem, na sua grande maioria, com a natureza restrita do produto comunicativo imposto pelas corporações midiáticas, tomado como mercadoria dotada essencialmente de valor de troca. Na comunicação comunitária, o valor de uso é reabsorvido e ganha novos sentidos e contornos na dinâmica da produção e circulação de informações entre os integrantes de uma determinada comunidade.

O que se produz e veicula, invariavelmente, está diretamente relacionado com os interesses da comunidade, assumidamente reconhecido como de importância para a comunidade, pois decidido e viabilizado por ela própria. Neste sentido, os conteúdos são mais dirigidos e focalizados para atender à demanda de informação e conhecimento de cada um dos indivíduos e do coletivo ao mesmo tempo.

No caso da comunicação comunitária, o paradoxo explicitado pela historiadora Maria Helena Capelato (1994), de que há uma incompatibilidade entre a natureza pública do direito à informação e a natureza privada (subordinada aos interesses do capitalismo) do exercício do jornalismo (e aqui estendemos esse paradoxo aos demais processos de produção comunicativa), se vê subvertido na medida em que as produções comunicativas se realizam coletivamente de forma viabilizada pelo exercício da participação.

Além disso, reconhecemos que a produção comunicativa dos meios de comunicação de massa se realiza a partir de procedimentos verticalizados, geralmente fundados numa estrutura tecnocrática; em contraposição, a comunicação comunitária valoriza, por seu turno, as potencialidades e necessidades originárias dos próprios membros da comunidade. Chega-se a questionar, inclusive, a necessidade de profissionais registrados para viabilizar tais produções comunicativas; o caso das rádios comunitárias é exemplar a esse respeito.

Enfim, tanto no aspecto objetivo, dos processos de produção e das relações sociais concretas que se estabelecem para viabilizar uma determinada prática comunicativa, quanto no aspecto subjetivo, de apropriação simbólica de uma nova forma de sociabilidade, bem como de uma nova concepção sobre o fazer comunicação, a comunicação comunitária se

afirma, no contexto de uma sociedade globalizada, como um importante aliado nos processos de disputa pela hegemonia no campo da comunicação.

4 Considerações Finais

Neste momento em que procuramos encerrar essa breve reflexão, julgamos pertinente reafirmar a necessidade de proceder a um aprofundamento acerca das distinções entre comunicação popular e comunicação comunitária e, mais do que isso, reconhecer que elas podem se constituir dialeticamente num campo todo articulado que chamamos de Comunicação Popular e Comunitária. Reiteramos ainda que, cada uma a seu modo ou de forma combinada, participa de maneira decisiva no processo de disputa pela hegemonia no campo da comunicação.

No caso específico da comunicação comunitária, sua contribuição imediata se faz notar com maior intensidade como alternativa política ao monopólio midiático, na medida em que subverte alguns dos pressupostos objetivos e subjetivos do “fazer comunicação”, que os conglomerados midiáticos invariavelmente praticam, e afirma valores que não estão circunscritos à ordem mercantil da produção comunicativa.

As eventuais imprecisões aqui apresentadas devem ser retomadas e devidamente problematizadas e corrigidas e as lacunas decorrentes de uma reflexão preliminar devem ser preenchidas por ocasião de um aprofundamento rigoroso, que nos comprometemos a realizá-lo permanentemente, a partir de um diálogo produtivo de saberes com todos aqueles pesquisadores e pesquisadoras, bem como com os próprios sujeitos dos processos de comunicação popular e comunitária, dispostos a enfrentar o desafio de pensar e fazer uma comunicação contra-hegemônica.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 8.ed. São Paulo: Hucitec, 1997.
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- CAPELATO, Maria Helena Rolim. **Imprensa e história do Brasil**. 2.ed. São Paulo: Editora Contexto/EDUSP, 1994.
- FREIRE, Paulo. **Educação e mudança**. 15.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.
- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. 4.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Editora

Ática, 1996.

MARCONDES FILHO, Ciro. Jornal comunitário e mobilização popular. In: MARCONDES FILHO, Ciro. **Quem manipula quem: poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil**. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.

MIANI, Rozinaldo Antonio. Comunicação popular. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (orgs.). **Noções básicas de folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa, PR: Editora UEPG, 2007.

MIANI, Rozinaldo Antonio; COUTINHO, Nayara Carvalho; SOUZA, Jean Estevão de. A disputa da hegemonia no campo da Comunicação: crítica à sociedade midiaticizada e os pressupostos contra-hegemônicos da Comunicação Popular e Comunitária. In: IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul - Intercom Sul. Guarapuava; PR, 2008. **Anais**. IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul - Intercom Sul, 2008.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

PAIVA, Raquel. Para reinterpretar a comunicação comunitária. In: PAIVA, Raquel (org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

PERUZZO, Cíclia Maria Krohling. Comunicação popular em seus aspectos teóricos. In: PERUZZO, Cíclia Maria Krohling. (org.). **Comunicação e culturas populares**. São Paulo: Intercom, 1995.

PERUZZO, Cíclia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

VANIER, Jean. **Comunidade: lugar do perdão e da festa**. 3.ed. São Paulo: Edições Paulinas, 1982.

The theoretical presuppositions of community communication and their status as political alternative to the monopoly media

Abstract

The current concentration of the mass media, caused by global competitiveness and improved by technological acceleration, has turned important sectors of the organized civil society to simply consumers of the information produced by the national and international media corporations. To halt that supremacy in the symbolic assets market, a production characterized as communitarian communication, within its many possibilities, has gained projection, and it has established itself as an important alternative on the struggle for hegemony on the communication field. The aim of this work is to identify and understand the major conceptual elements that define the communitarian communication and to mark demarcate its presence in a globalized society context framed portrayed by the media monopoly, as well as to point out some of their cultural and political potentialities.

Keywords

Communitarian communication, race for hegemony, mediatic monopoly.

Los supuestos teóricos de la comunicación comunitaria y su condición de alternativa política al monopolio de los medios de comunicación

Resumen

La actual concentración de los medios de comunicación, patrocinada por la competitividad global e impulsada por la aceleración tecnológica ha relegado sectores importantes de la sociedad civil al estado de meros consumidores de información producida por las empresas de los medios de comunicación nacional o incluso internacional. Para hacer frente a esa dominación en el ámbito del mercado de bienes simbólicos, la producción que se caracteriza por la comunicación comunitaria en sus diversas posibilidades ha ganado importancia, convirtiéndose en una alternativa importante en la lucha por la hegemonía en el campo de la comunicación. El presente estudio tiene como objetivo identificar y comprender los elementos conceptuales clave que definen la comunicación de la comunidad y demarcar su presencia en el contexto de una sociedad globalizada, caracterizada por el monopolio de los medios de comunicación, así como señalar algunas de sus posibilidades políticas y culturales.

Palabras-clave

Comunicación comunitaria, lucha por la hegemonía, monopolio de los medios de comunicación.

Recebido em 30/09/2010

Aceito em 07/07/2011