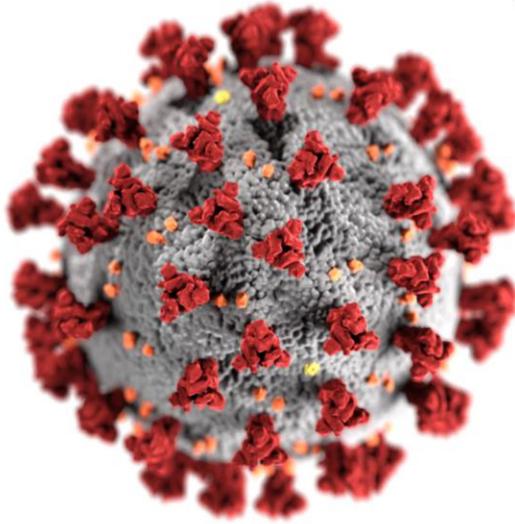


COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E PANDEMIA NO SERTÃO DO PIAUÍ



EVANDRO ALBERTO DE SOUSA
ORLANDO MAURÍCIO DE CARVALHO BERTI
Organizadores



EdUESPI

Evandro Alberto de Sousa (org.)
Orlando Maurício de Carvalho Berti (org.)

COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E PANDEMIA NO SERTÃO DO PIAUÍ



EdUESPI



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI

Evandro Alberto de Sousa
Reitor

Jesus Antônio de Carvalho Abreu
Vice-Reitor

Paulo Henrique da Costa Pinheiro
Pró-Reitor de Ensino de Graduação

Mônica Maria Feitosa Braga Gentil
Pró-Reitora Adj. de Ensino de Graduação

Rauirys Alencar de Oliveira
Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

Fábia de Kássia Mendes Viana Buenos Aires
Pró-Reitora de Administração

Rosineide Candeia de Araújo
Pró-Reitora Adj. de Administração

Lucídio Beserra Primo
Pró-Reitor de Planejamento e Finanças

Joseane de Carvalho Leão
Pró-Reitora Adj. de Planejamento e Finanças

Ivoneide Pereira de Alencar
Pró-Reitora de Extensão, Assuntos Estudantis e Comunitários

Marcelo de Sousa Neto
Editor da Universidade Estadual do Piauí



GOVERNO DO ESTADO DO PIAUÍ
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ - UESPI



Maria Regina Sousa **Governadora do Estado**
Evandro Alberto de Sousa **Reitor**
Jesus Antônio de Carvalho Abreu **Vice-Reitor**

Conselho Editorial EdUESPI

Marcelo de Sousa Neto **Presidente**
Algemira de Macedo Mendes **Universidade Estadual do Piauí**
Antonia Valtéria Melo Alvarenga **Academia de Ciências do Piauí**
Antonio Luiz Martins Maia Filho **Universidade Estadual do Piauí**
Artemária Coêlho de Andrade **Universidade Estadual do Piauí**
Cláudia Cristina da Silva Fontineles **Universidade Federal do Piauí**
Fábio José Vieira **Universidade Estadual do Piauí**
Hermógenes Almeida de Santana Junior **Universidade Estadual do Piauí**
Laécio Santos Cavalcante **Universidade Estadual do Piauí**
Maria do Socorro Rios Magalhães **Academia Piauiense de Letras**
Nelson Nery Costa **Conselho Estadual de Cultura do Piauí**
Orlando Maurício de Carvalho Berti **Universidade Estadual do Piauí**
Paula Guerra Tavares **Universidade do Porto - Portugal**
Raimunda Maria da Cunha Ribeiro **Universidade Estadual do Piauí**

Marcelo de Sousa Neto **Editor**
Orlando Maurício de Carvalho Berti **Diagramação e Capa**
Orlando Maurício de Carvalho Berti **Revisão**
Editora e Gráfica - UESPI **E-book**

C728 Comunicação comunitária e pandemia no sertão do Piauí /
Organizado por Evandro Alberto de Sousa e Orlando Maurício
de Carvalho Berti. - Teresina : EdUESPI, 2022.
Ebook.

ISBN: 978-65-88108-53-6

1. Comunicação. 2. Comunicação comunitária. 3. Pandemia.
4. COVID-19. 5. Sertão do Piauí. I. Sousa, Evandro Alberto de,
Org. II. Berti, Orlando Maurício de Carvalho, Org. III. Título.

CDD: 302.2

Ficha Catalográfica elaborada pelo Serviço de Catalogação da Universidade Estadual do Piauí -UESPI
Grasielly Muniz Oliveira (Bibliotecária) CRB 3/1067

Editora da Universidade Estadual do Piauí – EdUESPI
UESPI (*Campus Poeta Torquato Neto*)
Rua João Cabral, 2231 • Bairro Pirajá • Teresina-PI
Todos os Direitos Reservados

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

**“Ciência não é uma escolha.
É uma necessidade”
(Marcelo Gleiser)**

DEDICATÓRIA

A todas e todos que acreditam, fazem, agem e
constroem um mundo melhor e mais justo por meio da
Comunicação Comunitária.

Agradecimentos

Agradecemos imensamente a todas as pessoas que, de uma maneira direta ou indireta, foram forças-motrizes para que pudéssemos concretizar este livro.

Foram centenas delas, desde as pessoas dos movimentos sociais, membros de comunidades a uma infinidade de parceiras e parceiros da Universidade Estadual do Piauí.

Nossos agradecimentos especiais vão aos nossos parentes e amigos, que compreenderam nossas ausências e, mesmo assim, nos incentivaram a feitura desta obra.

Também somos gratas e gratas por todo o carinho e dispensas de tempo por parte da Universidade Estadual do Piauí, em especial no curso de Bacharelado em Jornalismo, campus de Picos, e também à Editora da UESPI e todo o seu corpo diretivo, consultivo e laboral.

SUMÁRIO

DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA EM TEMPOS DE PANDEMIA. PRECISAMOS DEBATER, NECESSITAMOS INTERAGIR E AGIR.....10

Evandro Alberto de Sousa

Orlando Maurício de Carvalho Berti

TEXTO 1 – O PROTAGONISMO DA IGREJA CATÓLICA NA COMUNITARIZAÇÃO DA CIDADE DE PATOS DO PIAUÍ.....17

Evandro Alberto de Sousa

Isadora Freitas do Vale Lima

Lia Rachel Silva Marinho Barbosa

Orlando Maurício de Carvalho Berti

Vinicius da Silva Coutinho

TEXTO 2 – SÁVIO BARÃO: UM ATIVISTA CULTURAL QUE SE COMUNICAVA COMUNITARIAMENTE ATRAVÉS DA ARTE.....44

Ana Caroline de Oliveira Morais

Evandro Alberto de Sousa

Orlando Maurício de Carvalho Berti

Patrícia da Conceição Oliveira Soares

TEXTO 3 – A ATUAÇÃO DO COLETIVO MULTIPLICIDADE E AS SUAS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS NA CIDADE DE PICOS – PI.....63

Evandro Alberto de Sousa

Géssica Lima Feitosa

Luana de Sousa Rodrigues Moura

Myvrian Hazy Braga de Araújo

Orlando Maurício de Carvalho Berti

TEXTO 4 – O PODER DA COMUNICAÇÃO NA MEDIAÇÃO DE INFORMAÇÕES E MENSAGENS ECLESIASTICAS DURANTE A

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

PANDEMIA DA COVID-19. ESTUDO DE CASO DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA RELIGIOSA DA ASSEMBLEIA DE DEUS – TEMPLO CENTRAL – EM PICOS – PI.....97

Ana Júlia Oliveira

Evandro Alberto de Sousa

Orlando Maurício de Carvalho Berti

Rafaela de Oliveira Alves

TEXTO 5 – AS EXPRESSÕES COMUNICACIONAIS ENTRE COMUNIDADES HUMANAS E ESPIRITUAIS DA UMBANDA NO SERTÃO DO PIAUÍ. OS ENCANTADOS DA FAMÍLIA LÉGUA NA TENDA SÃO JOÃO BATISTA.....122

Evandro Alberto de Sousa

João Pedro Pereira Nunes

Lucas do Nascimento Ibiapino

Orlando Maurício de Carvalho Berti

TEXTO 6 – UM ESTUDO SOBRE AS REDES SOCIAIS E SUA IMPORTÂNCIA PARA O CLUBE DE DESBRAVADORES ASAS DA ALVA E O COMUNITARISMO.....150

Evandro Alberto de Sousa

Fernanda Maria Teixeira

Maria Renata Arrais de Sousa

Orlando Maurício de Carvalho Berti

Stefanie de Jesus Leal

TEXTO 7 – A COMUNICAÇÃO EXERCIDA PELA ASSOCIAÇÃO ATLÉTICA ACADÊMICA MUDIÁTICA, DE PICOS, EM SUAS REDES SOCIAIS. QUESTÕES DE COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA E COMUNITÁRIA.....175

Evandro Alberto de Sousa

Júnior do Vale Lucena

Orlando Maurício de Carvalho Berti

LISTA DE AUTORAS E AUTORES DO LIVRO.....200



INTRODUÇÃO

DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA EM TEMPOS DE PANDEMIA. PRECISAMOS DEBATER, NECESSITAMOS INTERAGIR E AGIR

Evandro Alberto de Sousa
Orlando Maurício de Carvalho Berti

É quase um lugar-comum falarmos sobre a pandemia da COVID-19 em nossas vidas. Fomos atingidos de maneira direta ou indireta pelos efeitos da Sars-CoV-2. Perdemos amigas e amigos, parentes, pessoas queridas, tivemos nosso direito de ir e vir muitas vezes negado como uma maneira de prevenir maior contágio dessa doença. Passados dois anos de sua decretação como pandemia, ainda sentimos suas consequências. Tudo indica que sentiremos ainda por muito mais tempo, principalmente porque a COVID-19 promoveu uma das maiores crises já vividas e sentidas em toda a história da humanidade. Não duvidamos que as consequências de tudo isso tragam uma divisão histórica de Era em nosso planeta, pois tivemos modificadas nossas maneiras de encarar o mundo, viver nele, sermos seres sociais e até nos pequenos atos cotidianos. Nos tornamos menos coletivamente sociáveis e tivemos de voltar a conviver com restrições de circulação e com a maior crise social, econômica e política do século.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

A nossa vida acadêmica foi impactada em cheio.

Termos já existentes passaram a ser modais e começaram a fazer parte de nossas vidas e de quase todas e todos ao nosso redor. Aulas remotas, síncrono, assíncrono, Meet, Zoom, Teams, chat, live: deram lugar ao cara a cara, à tradicional maneira de ministrarmos e acompanharmos aulas na sala, no olho no olho, no sentir as pessoas, no entender mais e até podermos ter uma conversa antes ou após as aulas para melhor compreendermos o que estava passando com nosso alunado.

É impossível começar o ano de 2022, período em que terminamos este livro, sem refletir tudo isso.

Esperamos que quando você estiver lendo este livro tudo já tenha passado e o que foi falado anteriormente sirva apenas como registro histórico de um tempo que mais parece uma série (de várias temporadas) de ficção científica.

Como vemos dizendo em todos os nossos escritos: não podemos ficar parados e, muito menos, irradiar lamentos. Entremeio a tantas crises, a desilusões, a preocupações, a perdas de pessoas queridas, inclusive, muitas de nossa Universidade Estadual do Piauí, decidimos permanecer tentando. Não nos curvamos.

Este livro é um conjunto de textos, refletidos durante dois períodos letivos em sala de aula e acompanhamento virtual, respeitando todas as normas impostas no período pandêmico tratando sobre Comunicação Comunitária e suas consequências.

Continuamos a acreditar no poder comunitário comunicacional e que é, já podemos, inclusive, provar neste livro, que é no comunitário em que há o conagraçamento, a união, a solidariedade e a presteza.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Por isso falamos de comunicações nas, das e para as comunidades, ou grupos que pregam e tentam viver o comunitarismo.

Este livro envolve 18 autoras e autores. Destes, dois docentes (os que escrevem esta parte introdutória) e 16 discentes. Alunas e alunos que vivenciaram o período pandêmico com os problemas cotidianos, alguns vivenciando lutos, outros com a sombra de desempregos pessoais ou de familiares e amigos, alguns convivendo com a maternidade ou paternidade, outros com amores rompidos e alguns com as agruras das faltas de conexões em um mundo que teoricamente era para ser mais conectado com a Internet.

Nos deparamos com uma turma dedicada, compromissada, aberta aos desafios e mais compromissada ainda em cumpri-los. Essas 16 pessoas mostraram dedicação, zelo, vontade de aprender e provaram que são seres de muita ação e presteza. Nos provam que, muito em breve, o mercado ganhará excelentes profissionais, muitas e muitos rumando para as redações, empresas jornalísticas e empreendedorismos comunicacionais e outra parte rumando para a Academia, ajudando a dar mais sangue novo aos tão prementes e necessários estudos comunicacionais, notadamente da contemporaneidade.

O livro está dividido em sete textos, cada um pensado a refletir um grupo social do Sertão do Piauí. Os textos são artigos científicos. A maioria foi realizada em espaço de pensamento, ação, correção e fechamento em mais de um ano.

Por que teimamos em continuar refletindo a região sertaneja piauiense? Principalmente porque este não é (e já adiantamos, não será) o primeiro livro pensando sobre a região em que nascemos, crescemos e também atuamos comunicacional e academicamente.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Você pode permanecer questionando.

Nossa resposta é muito mais que simples: é nosso lugar de fala, é nosso lugar de atuação, é nosso lócus de conhecimento e de crença do poder da universidade em trazer reflexões e proporcionar caminhos que possam trazer melhorias.

Proporcionar as reflexões dos textos que você verá a seguir (entre os capítulos de um a sete) não é só o cumprimento do papel social da universidade em refletir o que está em seu entorno ou até longe de seus lugares de atuação, mas também em fazer acontecer e reconhecer atitudes e momentos de combate e ressignificação sobre esse período pandêmico. É trazer novas vozes, novos sujeitos e inspirar estudos do tipo. Muitos desses historicamente silenciados e sem o seu merecedor lugar de fala.

Não há pesquisa ruim, há pesquisa mal feita.

Não estamos garantindo que as pesquisas a seguir são as melhores, afinal trabalhamos com acadêmicos, inclusive vivenciando também o período pandêmico, que muitas vezes estão dando os primeiros passos na escrita. Mas, se pecamos não foi por falta de interesse ou vontade de fazer acontecer.

Críticas, dúvidas e sugestões são mais que bem vindas. No final do livro constam todos os contatos de todas as pessoas que escreveram os textos desse livro. Aguardamos vossos feedbacks.

A sequência dos capítulos (textos) não segue uma ordem lógica e nem de maior ou menor importância. Suas numerações foram colocadas mediante a entrega dos materiais para os professores. Então não há melhor ou pior texto. Há textos, contextos e vivências explanadas, principalmente tentando pensar questões comunitaristas do Sertão Central do Piauí em tempos pandêmicos.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

O primeiro artigo, “O *PROTAGONISMO DA IGREJA CATÓLICA NA COMUNITARIZAÇÃO DA CIDADE DE PATOS DO PIAUÍ*”, de autoria de: Evandro Alberto de Sousa; Isadora Freitas do Vale Lima; Lia Rachel Silva Marinho Barbosa; Orlando Maurício de Carvalho Berti e Vinícius da Silva Coutinho, trata sobre um vazio comunicacional midiático encontrado na cidade de Patos do Piauí. O texto destaca como a Igreja Católica Apostólica Romana é emblemática em tentar sanar os vazios midiáticos de uma cidade que não tem nenhum meio comunicacional próprio a não ser os tradicionais relacionados a oralidade. Destaca-se como as comunidades urbanas e rurais se comunicam por meios próprios e como essa comunitarização ajuda a sanar as demandas locais. Todos esses preceitos foram colocados à prova durante o período pandêmico já que a Igreja foi instigada a mediar os fatos e até os humores dos membros daquela comunidade.

Já o Texto 2, “*SÁVIO BARÃO: UM ATIVISTA CULTURAL QUE SE COMUNICAVA COMUNITARIAMENTE ATRAVÉS DA ARTE*”, de autoria de: Ana Caroline de Oliveira Moraes; Evandro Alberto de Sousa; Orlando Maurício de Carvalho Berti e Patrícia da Conceição Oliveira Soares, envereda sobre o perfil biográfico de um dos maiores agitadores culturais e comunitários da região de Picos, Sávio Barão, falecido em 2021. Ele tem história de vida em ações e reflexões sobre a cultura regional e minorizados. Barão teve um silenciamento histórico, que só veio a tona após seu falecimento. Destaca-se, balizado principalmente das vivências biográficas o quanto ele mediu, o quanto ajudou, o quanto transformou e o tanto que ajudou a tornar a sociedade melhor, mostrando que precisamos de muitos Sávios, notadamente nesses tempos sombrios.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

O Texto 3, *“A ATUAÇÃO DO COLETIVO MULTIPLICIDADE E AS SUAS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS NA CIDADE DE PICOS – PI”*, de autoria de: Evandro Alberto de Sousa; Géssica Lima Feitosa; Luana de Sousa Rodrigues Moura; Myvrian Hazy Braga de Araújo e Orlando Maurício de Carvalho Berti, trata sobre um dos grupos culturais mais emblemáticos do Sertão piauiense e destaca suas ações de como conseguem comunitarizar ideias poder meio da comunicação alternativa. Destaca-se o grupo, fala-se sobre suas múltiplas ações, de quais temáticas trabalham, como trabalham e as consequências desse peculiar trabalho. É um grupo inovador e inspirador que faz diferença, notadamente em tempos de isolamento social e de tanto desânimo com o futuro do País.

Enquanto isso, o Texto 4, *“O PODER DA COMUNICAÇÃO NA MEDIAÇÃO DE INFORMAÇÕES E MENSAGENS ECLESIASTICAS DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19. ESTUDO DE CASO DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA RELIGIOSA DA ASSEMBLEIA DE DEUS – TEMPLO CENTRAL – EM PICOS – PI”*, de autoria de: Ana Júlia Oliveira; Evandro Alberto de Sousa; Orlando Maurício de Carvalho Berti e Rafaela de Oliveira Alves, aborda como uma das maiores igrejas evangélicas, com forte presença missionária no Sertão Central do Piauí atuou e se comunicou durante o período da primeira onda da COVID-19 em Picos. Como a igreja, tradicionalmente balizada no cara a cara e na própria importância de boa parte das discussões e evoluções espirituais serem feitas no ambiente da igreja, encarou e se modernizou frente as tecnologias atuais para continuar seu prestimoso trabalho missionário. É feito um estudo de caso sobre o Templo Central, que é a sede da Igreja Assembleia de Deus em Picos.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

O Texto 5, “*AS EXPRESSÕES COMUNICACIONAIS ENTRE COMUNIDADES HUMANAS E ESPIRITUAIS DA UMBANDA NO SERTÃO DO PIAUÍ. OS ENCANTADOS DA FAMÍLIA LÉGUA NA TENDA SÃO JOÃO BATISTA*”, de autoria de: Evandro Alberto de Sousa; João Pedro Pereira Nunes; Lucas do Nascimento Ibiapino e Orlando Maurício de Carvalho Berti, trata sobre um tema pouco abordado cotidianamente pela Academia, notadamente a de Comunicação: a questão das religiões afro-brasileiras e suas maneiras de se comunicar, principalmente envolvendo as partes humanas e espirituais. Destaca-se, por meio de estudo etnográfico, como o humano e os outros planos ajudam na comunitarização de ideias, bem como ampliam a cultura de pertencimento e conagração entre seus membros e, conseqüentemente, mantém os elos fortes de ação em prol de melhorias coletivas. Este texto é balizado em contatos com os membros do templo e também com as entidades nele representadas, em suas mais diversas correntes e maneiras de vivenciar os credos afrodescendentes.

Já o Texto 6, “*UM ESTUDO SOBRE AS REDES SOCIAIS E SUA IMPORTÂNCIA PARA O CLUBE DE DESBRAVADORES ASAS DA ALVA E O COMUNITARISMO*”, de autoria de: Evandro Alberto de Sousa; Fernanda Maria Teixeira; Maria Renata Arrais de Sousa; Orlando Maurício de Carvalho Berti e Stefanie de Jesus Leal, fala sobre o trabalho de um grupo socialmente sedimentado, oriundo da Igreja Adventista do Sétimo Dia, os Desbravadores, em uma das cidades mais proporcionalmente cristãs católicas, Monsenhor Hipólito. Como esses jovens, em idade e pensamento, atuaram no período pandêmico, como se comunicaram e as conseqüências desses trabalhos são os cemes desse texto.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

O último momento, Texto 7, “A *COMUNICAÇÃO EXERCIDA PELA ASSOCIAÇÃO ATLÉTICA ACADÊMICA MIDIÁTICA, DE PICOS, EM SUAS REDES SOCIAIS. QUESTÕES DE COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA E COMUNITÁRIA*”, de autoria de: Evandro Alberto de Sousa; Júnior do Vale Lucena e Orlando Maurício de Carvalho Berti, abarca sobre as experiências comunicacionais comunitárias do movimento estudantil de Jornalismo da Uespi de Picos levando-se em conta o caso da Atlético Acadêmica. Mostra-se como esse grupo tornou-se emblemático, como comunitarizou as questões da pandemia frente ao alunado uespiano e a sociedade em geral.

O livro ainda é complementado, no seu final, com lista de autoras e autores, com um mini-curriculum dessa quase duas dezenas de pessoas que continuam ativas e crentes em um mundo mais comunitário, mais reflexivo e com mais poder comunicacional, notadamente em suas interfaces para o bem.

Boa leitura!

Estamos abertas e abertos a dúvidas, críticas e sugestões.



TEXTO 1

O PROTAGONISMO DA IGREJA CATÓLICA NA COMUNITARIZAÇÃO DA CIDADE DE PATOS DO PIAÚÍ

Evandro Alberto de Sousa
Isadora Freitas do Vale Lima
Lia Rachel Silva Marinho Barbosa
Orlando Maurício de Carvalho Berti
Vinícius da Silva Coutinho

RESUMO

Este artigo reflete como a Igreja Católica Apostólica Romana integra os processos comunicacionais na cidade de Patos do Piauí, localizada no Sertão Central piauiense. Tendo em vista que o município está ambientado num vazio comunicacional (sem a presença de veículos locais eletrônicos ou impressos de comunicação massiva), este texto busca refletir sobre o possível protagonismo da Igreja na cidade, bem como destacar acerca da comunicação e do fortalecimento do comunitarismo através das práticas comunicacionais contemporâneas desenvolvidas. Para isso, a metodologia utilizada foi composta de pesquisa de campo e pesquisa descritiva, complementada por pesquisa-participante. No desenvolvimento do trabalho contextualiza-se a cidade (que é uma das 224 do Piauí), descreve-se as práticas comunicacionais desenvolvidas pela Igreja Católica de Patos do Piauí e, por fim, são trazidas reflexões e análises sobre essas práticas e suas reflexões acerca da comunitarização das sociabilidades encontradas na

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

comunidade patoense. Para embasar o estudo, foi realizada uma revisão de literatura com autoras-base sobre Comunicação Comunitária e Igreja Católica, como Cicilia Peruzzo (2004), Joana Puntel (2011) e Raquel Paiva (1998) entre outras e outros, colocando os conceitos no contexto analisado. Com a pesquisa, considera-se que a instituição religiosa católica de Patos do Piauí assume, sim, um papel de protagonismo na comunitarização da cidade, com as estratégias e os meios utilizados ao comunicar, fortalecendo os laços entre os cristãos, ao tempo em que atinge também a comunidade em geral, inclusive de não católicos, com as práticas comunicacionais desenvolvidas e concretizando a manutenção do comunitarismo na cidade no sentimento de pertencimento e conagração.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Comunicação Comunitária; comunitarismo; Igreja Católica Apostólica Romana; Patos do Piauí.

Introdução

Como a Igreja Católica Apostólica Romana (ICAR) contribui nos processos comunicacionais da cidade de Patos do Piauí? Quais meios são utilizados para comunicar ao público, já que o município está em um vácuo comunicacional de não ter nenhum meio eletrônico ou impresso de comunicação massiva sediada em seus domínios? Que estratégias comunicacionais a ICAR desenvolve para sanar esses vácuos e também para comunitarizar as comunidades da cidade? Em quais redes a Igreja está presente? Quais manifestações comunicacionais tradicionais mantêm-se vivas na Igreja e são reverberadas para os municípios? Como essa instituição religiosa se torna um fator importante nos processos comunicacionais da cidade, tendo em vista que Patos do Piauí não possui veículos de comunicação convencionais sediados em seus domínios territoriais?

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Esses são os questionamentos que movem a nossa pesquisa. Eles nasceram após provocações durante a disciplina de Comunicação Comunitária, oferecida à Turma do 6º Período do curso de Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí, campus professor Barros Araújo, em Picos, Sertão do Piauí.

O objetivo geral desta pesquisa é compreender como a Igreja Católica integra os processos comunicacionais e como os comunitariza na cidade de Patos do Piauí. Já os objetivos específicos residem em: contextualizar o município entendendo como a comunicação circula em suas cercanias; descrever as práticas comunicacionais desenvolvidas pela Igreja Católica Apostólica Romana na cidade e refletir sobre estas estratégias comunicacionais e o possível protagonismo da instituição religiosa em Patos do Piauí durante, principalmente, o período de pandemia e suas comunitarizações. Pois muito do que foi vivido, transformado e comunitarizado, deve-se aos efeitos da pandemia.

Como cristão católico, natural de Patos do Piauí e pesquisador em comunicação, (eu, Vinícius – um dos autores deste artigo) tive a preocupação em entender como ocorrem os processos comunicacionais da minha cidade, já que a mesma não possui veículos de comunicação convencionais e a instituição religiosa, Igreja Católica, assume um papel importante nesse aspecto, no município. Portanto, a nossa principal inquietação é em torno de como a Igreja assume esse protagonismo enquanto comunicadora social e como as suas práticas comunicacionais são realizadas.

É imprescindível que estudos científicos desse tipo sejam feitos, para que possamos entender como ocorrem esses processos comunicacionais comunitários. Tendo em vista que a ciência pode

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

trazer reflexões e explicações para os fatos que acontecem no cotidiano. Além disso, o trabalho se apresenta também como um registro do cotidiano entre a Igreja e a sua comunidade, documentando e, posteriormente, tornando públicos os apontamentos feitos com o desenvolvimento desta pesquisa.

Como estudante de Jornalismo (eu, Isadora – uma das autoras) me interessa e me proponho a estudar como os meios comunicacionais vem evoluindo, como a sociedade vem se adaptando para estar inserida dentro desses meios, e de que forma a Igreja Católica vem se reinventando, a fim de conseguir disseminar a sua mensagem para o maior número de pessoas utilizando os meios comunicativos e redes sociais.

Acredito (eu, Lia) que é de suma importância analisarmos o porquê a Igreja Católica, um meio tão tradicional querer se inserir no meio digital, como a sua mensagem está sendo disseminada, como os fiéis estão aproveitando esse espaço, e principalmente como esse tipo de comunicação vem impactando o meio comunitário.

Reverberar, socializar e cumprir o papel social da universidade em entender seus entornos, em refletir os lugares silenciados e em ser emblemático, como um dos cernes deste artigo. É o que nós, professores Evandro Alberto e Orlando Berti, acreditamos sobre este artigo.

Os procedimentos metodológicos pautaram-se em três tipos de pesquisa: a pesquisa descritiva quando descrevemos, analisamos e refletimos sobre a comunicação da comunidade religiosa católica de Patos do Piauí, a pesquisa de campo, quando buscamos as informações sobre o entrelaçamento entre a igreja e a comunicação na cidade estudada e a pesquisa-participante, quando interagimos

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

com o objeto, vivenciamos ele e, principalmente, como um dos autores é parte dessa comunidade, deixa-la interferir também nos rumos da pesquisa por conta da própria vida que o objeto de estudo tem. E isso casa perfeitamente com o curso desta pesquisa, já que buscamos analisar os aspectos comunicacionais da realidade da comunidade religiosa católica, a partir das dinâmicas utilizadas.

Precisamos, durante o estudo, revisitamos autores que estudam essas dinâmicas entre igreja e comunicação. De acordo com Alexander Cordeiro *et al* (2007, p. 429), “a revisão da literatura narrativa ou tradicional, quando comparada à revisão sistemática, apresenta uma temática mais aberta; dificilmente parte de uma questão específica bem definida, não exigindo um protocolo rígido para sua confecção”. Antonio Carlos Gil (2017, p. 28) afirma que “a pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado”. Dessa forma, compreende-se que todo o material consultado durante a pesquisa (artigos, livros, textos, etc...) se enquadra como pesquisa bibliográfica, pois a partir dele que conseguimos adquirir conhecimentos sobre o tema abordado.

Um dos nossos objetivos é descrever sobre como a comunicação da igreja católica é feita e, após isso, refletir sobre as práticas utilizadas. Desse modo, utilizamos nesse ponto a pesquisa-participante, pois a descrição dessas práticas comunicacionais será feita por um dos autores desta pesquisa (Vinicius Coutinho), que é patoense e faz parte da comunidade religiosa em estudo. Integrando, com isso, os processos desenvolvidos pela instituição e tendo propriedade para realizar esta parte da pesquisa. As fotos que ilustraram a pesquisa também são dos arquivos desse autor da pesquisa supracitada, já disponíveis em seu banco de dados, para

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

que não seja preciso o deslocamento para conseguir novas imagens. A pesquisa-participante, como bem destaca Cicilia Peruzzo (2011) dá uma oportunidade maior de convergência entre o que é observado, o que é destacado e o que é analisado, pela própria riqueza de detalhes e consequências da pesquisa.

Além disso, para enriquecer a descrição dos processos comunicacionais da igreja, foram realizadas entrevistas remotas com a secretária da Paróquia São Sebastião, Maria José Silva Alves (2021), que trabalha diretamente com algumas informações específicas sobre a igreja na cidade e que irá contribuir com a pesquisa, e com uma integrante da comunidade católica patoense e que presenciou momentos históricos desde quando a cidade ainda era povoado, Maria Balbina Crisanto (2021), de 82 anos.

Em suma, para contextualizar a cidade e a paróquia em estudo, foram utilizados dados de órgãos públicos, como o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2021) e também as narrativas históricas que foram passadas de geração em geração aos moradores da cidade (como já citamos). Em seguida, descrevemos as práticas comunicacionais desenvolvidas pela igreja e, por fim, trazemos as reflexões sobre essas empirias.

1 – De lagoa cheia de patos à cidade. Por dentro da comunicação patoense

Segundo os relatos de Maria Crisanto (2021), a cidade Patos do Piauí recebeu esse nome devido à grande quantidade de patos existentes em uma lagoa do então povoado da cidade de Jaicós. Era ali em que os feirantes se reuniam e amarravam seus animais em uma grade. O tempo foi passando e esse importante lugar de

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

descanso foi chamado lugar dos patos. Os anos foram passando e entre as décadas de 1970, 1980 e, principalmente, 1990 o lugar foi crescendo, principalmente por estar a margem da principal ligação entre o Sertão do Piauí e de Pernambuco, a BR-407.

Elevado à categoria de município e distrito com a denominação de Patos do Piauí, pelo artigo 35, inciso II, do ato das disposições constitucionais transitórias, da Constituição Estadual de 05 de outubro de 1989, regulamentado, pela Lei Estadual nº 4477, de 29 de abril de 1992, desmembrado de Jaicós. Sede no atual distrito de Patos do Piauí (ex-povoado da cidade). Constituído do distrito sede, instalado em 01 de janeiro de 1993, com divisão territorial datada de 1999. Como já existia um município com o mesmo nome na Paraíba, Patos ganhou o termo “do Piauí”.

Quem nasce na cidade é chamado de patoense.

Patos do Piauí é uma cidade que fica localizada na microrregião Alto Médio Canindé, no Sudeste piauiense. Tendo como região imediata a cidade de Paulistana e como região intermediária a cidade de Picos. De acordo com o IBGE (2021), o município tem uma população com cerca de 6.400 pessoas e apresenta uma densidade demográfica de 8,12 habitantes por quilômetro quadrado. Em 2018, o PIB per capita da cidade era de R\$ 7.618,74 e o último Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) registrado foi de 0,563.

Em 2019, ainda de acordo com o IBGE (2021), a renda média mensal familiar era de dois salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de cinco por cento. Sendo que, na comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 30 de 224 e 184 de 224, respectivamente. Já na comparação com cidades do país todo, ficava

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

na posição 2.034 de 5.570 e 5.262 de 5.570, respectivamente. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 56,4% da população nessas condições, o que o colocava na posição 72 de 224 dentre as cidades do estado e na posição 282 de 5.570 dentre as cidades do Brasil.

FIGURA 1 – MERCADO PÚBLICO MUNICIPAL DE PATOS DO PIAUÍ



FONTE: VINÍCIUS COUTINHO (2021)

O Mercado Público de Patos do Piauí é um centro comercial que fica no coração da cidade. Ao redor do mercado, uma peculiaridade histórica do município mantém-se viva: a feira livre.

Patos do Piauí é um dos poucos municípios que ainda mantém a tradição de realizar a feira livre. Historicamente, aos sábados ela acontece na sede e aos domingos no povoado Cajueiro, maior do município, localizado a 16 quilômetros da sede.

Até o final de 2021 a cidade era administrada pelo prefeito Joaquim Lopes dos Reis Neto (PSD).

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

1.1 – O 2º maior reservatório de água do Piauí

Em Patos do Piauí, fica localizado o segundo maior reservatório de água do território piauiense, a Barragem Poço do Marruá.

Segundo a construtora OAS (2021), responsável pela obra, o reservatório comporta um volume de 293.000.000 de metros cúbicos de água (o que dá para encher quase 120.00 piscinas olímpicas. Além de Patos, a barragem Poço Marruá abastece também os municípios de Simões, Jacobina do Piauí, Curral Novo do Piauí e Caridade do Piauí, todos localizados no Sertão piauiense e que historicamente sofriam com problemas de falta de água, e também do fornecimento do líquido com qualidade, antes da inauguração desse reservatório.

De acordo com Livia Ferreira (2021), a barragem tem uma parede com 47 metros de altura, 870 metros de comprimento, e um sangradouro de 200 metros de largura. A barragem possui uma bacia hidráulica superior a 1.800 hectares.

Esse reservatório de água foi inaugurado em 2010 e foi planejado para ajudar a solucionar o problema que a população da região enfrentava com a seca e a escassez desse líquido. Problema este que ainda é existente em algumas regiões do Semiárido brasileiro. Além do abastecimento, o reservatório movimenta a economia local por meio da piscicultura, da agricultura e do turismo.

A barragem atingiu sua capacidade máxima pela última vez em março de 2020. O fato também já havia acontecido nos invernos de 2011, um ano após sua inauguração, e em 2016. A queda d'água que se forma ao transbordar encanta os moradores da cidade e visitantes de diversas cidades da região.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

FIGURA 2 – BARRAGEM POÇO DO MARRUÁ TRANSBORDANDO EM MARÇO DE 2020



FONTE: VINÍCIUS COUTINHO (2020)

Mediante essas características e sobre essa cidade, como ocorre e como se caracteriza a comunicação em Patos do Piauí? Quais são as suas faces e interfaces?

2 – A Comunicação em Patos do Piauí

Patos do Piauí é um dos municípios brasileiros em que em plena terceira década do século XXI ainda não possuía veículos de comunicação convencionais registrados (rádios, portais, sites e TVs) em sua sede. Com isso, depende dos meios de comunicação existentes em cidades vizinhas para cobrir os acontecimentos da cidade. As principais informações sobre as questões patoenses são veiculadas pelos portais Cidades na Net e Saiba Mais, de Jaicós, e pelo Cidades em Foco, de Jacobina do Piauí. Pelas ondas sonoras, o

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

município aparece nas rádios Sintonia FM 87,9 MHz, de Massapê do Piauí, e Clube FM 104,9 MHz, de Jaicós.

É importante salientar também que demais veículos de outras cidades da região cobrem as notícias do município, de forma mais esporádica, como por exemplo, a TV Picos (do sistema estatal Antares, de Teresina), as rádios da cidade de Picos e demais veículos de comunicação estaduais, dependendo do critério de noticiabilidade. Mas os fatos do dia, de interesse da comunidade, não são reverberados diretamente por nenhum meio eletrônico.

Nesse cenário, instituições bem estabelecidas na cidade assumem papel importante na comunicação seja com seus públicos, específicos e segmentados, ou com a população em geral. Sindicatos, Associações, Prefeitura e Câmara Municipal, como também, o nosso objeto de estudo, a igreja, (nesse caso, considerando, a Católica Apostólica Romana).

Atualmente, com a globalização, a internet já chegou a muitos lugares e facilitou a circulação de informação. Mas, nem todos os cantinhos do mundo estão realmente interligados. Em relação à comunicação, Patos do Piauí se enquadra nos municípios que compõem os vazios comunicacionais, pois não conta com nenhum veículo de comunicação convencional sediado na cidade. Diante desse contexto, sem veículos jornalísticos, questionamo-nos sobre como as informações circulam na cidade.

Será que não há comunicação na cidade?

A população não se comunica?

Faz falta as mediações informacionais eletrônicas?

Esses, e outros, questionamentos, serão melhor abordados nas partes a seguir.

3 – Comunicação comunitária, o papel da Igreja nos espaços dos vazios comunicacionais

Qual o papel da Igreja Católica entremeio às questões dos vazios comunicacionais contemporâneos?

É o que veremos a partir de agora levando-se em conta a situação da cidade de Patos do Piauí, principalmente no recorte temporal levando-se em conta o período da pandemia da COVID-19.

3.1 – A Igreja Católica em Patos do Piauí

De acordo com os dados mais recentes do IBGE (2021), no censo de 2010, 5.436 patoenses se consideram católicos apostólicos romanos, o que representa quase 90% da população. Considerando esse número expressivo de católicos na cidade, é essencial entender como a igreja faz para se comunicar e manter-se em contato com os fiéis. Portanto, para início, vamos entender um pouco da história da igreja católica na cidade de Patos do Piauí.

3.1.1 – Das celebrações debaixo de uma árvore à Paróquia

Inicialmente, segundo os relatos históricos construídos via história oral e construção por meio de contatos diretos (notadamente de um dos autores deste artigo), os católicos de Patos do Piauí reuniam-se para ouvir a “palavra de Deus” debaixo de uma árvore frondosa (de juazeiro, nome científico: *Ziziphus joazeiro*), onde eram celebradas as primeiras missas, como também os batizados e os casamentos, que antes eram feitos apenas na cidade de Jaicós, Piauí, distante 45 quilômetros e município que até 1992 era a sede que abrangia a então localidade de Patos. A vinda de padres a Patos do Piauí era rara e os católicos resolveram construir uma capela com

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

a ajuda de mutirões, envolvendo contribuição de todas as camadas sociais da cidade.

A princípio, esta comunidade cristã possuía devoção a três santos: São Sebastião, São Vicente e Santo Antônio, divindades cristã católicas ainda hoje muito reverenciadas na região sertaneja do Brasil.

Ainda como povoado, na década de 1960, Patos do Piauí possuía duas igrejas (uma de São Sebastião e uma de São Vicente). Nesse período a região foi atingida por uma forte enchente que alagou o território do povoado praticamente todo. Uma destas igrejas (a de São Vicente) serviu de abrigo para muitos populares, que perderam suas casas. Com isso, o povoado precisou ser reconstruído alguns quilômetros depois de onde era antes da enchente e é onde hoje (na terceira década do século XXI) se situa a cidade de Patos.

As ruínas da Igreja de São Vicente são os únicos vestígios atuais do que foi Patos do Piauí um dia.

FIGURA 3 – RUÍNAS DA IGREJA DE SÃO VICENTE



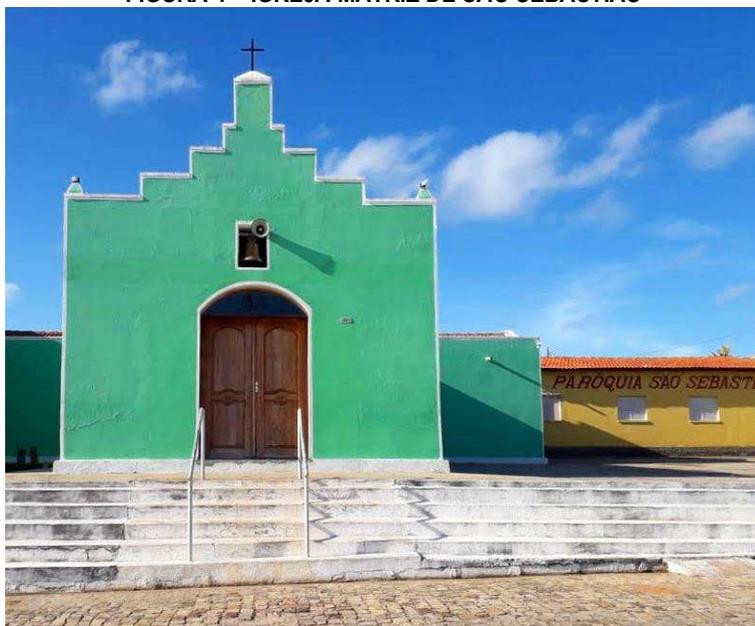
FONTE: VINÍCIUS COUTINHO (2021)

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Após isso, em 1962, deu-se início a construção da Igreja Matriz de São Sebastião, que foi erguida através de leilões e quermesses, e até na contemporaneidade (na terceira década do século XXI) é o principal templo religioso da cidade.

Segundo os relatos históricos de populares, a primeira celebração nesta unidade cristã católica religioso ocorreu no dia 13 de dezembro de 1966. Tendo como padroeiro o santo São Sebastião, com festejos entre os dias 11 a 20 de janeiro de todos os anos.

FIGURA 4 – IGREJA MATRIZ DE SÃO SEBASTIÃO



FONTE: VINÍCIUS COUTINHO

Depois desse período a cidade terminou sediando uma paróquia da Igreja Católica Apostólica Romana. A fundação ocorreu em outubro de 2011.

3.2 – A Paróquia São Sebastião, em Patos do Piauí

De acordo com Maria Alves (2021), a instalação da paróquia no município de Patos do Piauí se deu em primeiro de outubro de 2011. A paróquia compõe, além de Patos (zona urbana e rural), o município de Jacobina do Piauí (com sedes distantes 38 quilômetros), que é uma área pastoral. Em Patos, como já citado, o padroeiro é São Sebastião, e a cidade de Jacobina tem como padroeira Nossa Senhora Aparecida.

Ao todo, a paróquia conta com 23 comunidades rurais.

De acordo com a Secretária da Paróquia, Maria Alves (2021), 18 delas são comunidades “ativas” pelo dízimo, que é a contribuição constante de recursos para a manutenção de despesas e conservação dos templos. Uma delas é o povoado Cajueiro (distante 16 quilômetros da sede de Patos), que representa grande protagonismo pelo seu tamanho e quantidade de fiéis e tem como padroeiro o Sagrado Coração de Jesus. Ainda segundo Alves (2021), até junho de 2021, o número de dizimistas da paróquia era 1.831. As missas nas comunidades rurais acontecem uma vez por mês.

Até o ano de 2021, também de acordo com Alves (2021), a Paróquia São Sebastião já tinha contado com a passagem de cinco párocos. Sendo eles: o primeiro, padre Antônio Cristo de Oliveira; o segundo, padre Sérgio Leal de Moura; o terceiro, padre Antônio Mendes Neto (que teve como auxiliar, o padre Manoel Antônio de Moura); o quarto foi o padre Edivaldo dos Santos Silva e, atualmente, a paróquia é comandada pelo padre Francisco Pereira Borges (mais conhecido como padre Chiquinho).

Sobre as pastorais, Alves (2021) explica que estão ativas: Pastoral do Dízimo, Terço dos Homens, Pastoral Familiar, Pastoral da

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Criança, Terço da Mulheres, Terço da Esperança, Liturgia, Encontro de Casais com Cristo, Equipe de Cânticos, Pastoral da Pessoa Idosa e Equipe de Acólitos.

Nota-se que, em termos operativos, a Paróquia de Patos do Piauí tem uma relativa boa organização. Mas como ela torna-se protagonista comunicacionalmente e, por quais motivos, no período pandêmico da COVID-19 tornou-se emblemática na Comunicação Comunitária da cidade?

4 – A Igreja Católica como protagonista da comunicação comunitária na cidade de Patos

Continuando os questionamentos de outrora: quais as faces e interfaces da igreja católica como protagonista da comunicação comunitária na cidade de Patos do Piauí? Como ocorre? E quais as contribuições?

4.1 – Igreja Católica e Comunicação

No processo de análise da história da igreja em seu percurso histórico social, percebe-se que a mesma sempre se utilizou da comunicação para manter uma relação com esse objeto pelo qual as pessoas necessitam todos os dias. Joana Puntel (2011, p. 222) explica que “a Igreja em cada período, está, de certa forma, sempre interessada pela comunicação. A diferença está na maneira com que ela se ocupou da comunicação através dos séculos”. Seguindo tal afirmação, entendemos que a comunicação e a igreja, de certa forma, sempre andaram juntas, em outras palavras como um relacionamento pela qual ambas precisaram ou precisam da outra, o que diferencia é a necessidade que a igreja tem, conforme a situação.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Ao longo dos anos a Igreja Católica vem buscando utilizar todos os meios de comunicação possíveis para disseminar sua mensagem, através de sites institucionais, rádios online, redes sociais de fiéis, aplicativos para celulares e tablets, além do fortalecimento pastoral no dia a dia e nas mensagens e ações nos templos e fora deles. O que podemos observar é que não são apenas novos meios de comunicação, mas novas formas de vivenciar a religião, saindo da obrigatoriedade de ouvir pregações apenas se forem à igreja.

Um exemplo claro da implantação dos meios de comunicação da Igreja Católica é o Papa Francisco, líder máximo da religião, ter o seu perfil em uma das maiores redes sociais do mundo, o Instagram, por onde são transmitidas até missas ao vivo, ou então canais de TV aberta onde são gravadas e transmitidas missas diárias. Fortalecendo assim os vínculos entre a comunidade religiosa e mostrando a própria vocação comunicacional e comunitária do cristianismo desde os marcos iniciais descritos nos evangelhos bíblicos destacando as falas e reflexões de Jesus Cristo.

Todo esse esforço comunicativo, evidentemente, suscitou uma longa reflexão teórica consolidada em inúmeros documentos oficiais e obras teológicas consagradas à relação entre meios digitais e Igreja.

Analisados em seu conjunto, fica evidente que existe um encorajamento à adesão do corpo da Igreja ao novo ambiente comunicativo. Nessa linha de pensamento, Antonio Spadaro (2016) afirma que para a Igreja, as redes não somente permitiriam a realização de inúmeros preceitos cristãos, mas elas exigem da própria instituição a responsabilidade em colaborar na compreensão conceitual profunda do contexto tecnológico e social contemporâneo.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

No contexto midiático, segundo Carlos Aguiar (2016, p. 641), ao mesmo tempo em que existem canais oficiais da Igreja, também existem canais feitos pelos fiéis, onde são propagadas mensagens bíblicas juntas de opiniões pessoais, que algumas vezes, podem não ir de encontro fielmente com o que as instituições pregam.

O fato do Papa Francisco ter o seu perfil no Instagram com mais de 8.200.000 de seguidores do mundo inteiro é um exemplo explícito de como a comunicação da Igreja Católica veio mudando durante os séculos. No período pandêmico é notório o quanto os fiéis buscam todos os meios para continuarem se conectando com a fé, mesmo fora dos templos.

4.2 – Práticas comunicacionais desenvolvidas pela Igreja Católica de Patos do Piauí

A partir daqui, voltamo-nos a analisar e refletir sobre as práticas comunicacionais desenvolvidas acerca da Igreja Matriz de São Sebastião, na sede da cidade, pois consideramos que é o principal templo entre todos do município e a sua análise pode representar o cenário do todo, devido a sua dimensão. Por ser a sede, que fica na região central da cidade, também tem a função eclesial de irradiar os pensamentos da fé cristã católica no município em todas as suas comunidades.

A Paróquia possui um grupo de Whatsapp, com cerca de 80 pessoas, onde informações são repassadas sobre tudo que tem a ver com a instituição religiosa e breve interação entre os fiéis. Lá, são colocados os comunicados e avisos à comunidade. Mas uma parte da sociedade não tem acesso às informações pela internet, e aí entra outra prática comunicacional bem comum em Patos do Piauí e nas

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

demais cidades de pequeno porte do Sertão nordestino, que é o famoso boca a boca. Um fiel recebe a informação e repassa para um familiar, um vizinho e assim por diante.

Outro ponto muito importante na comunicação da igreja e que atinge toda a cidade, é o sino. Com suas diferentes formas de tocar, dependendo da situação, assume diferentes significados que já são bem estabelecidos e definidos na memória coletiva do município. Assumindo um dos principais símbolos da comunicação da cidade, o tocar do sino, que chega a todos os cantos da cidade, avisa sobre a missa, pouco antes de ser realizada. Tocando três vezes antes, com espaços de 30 minutos; ou durante a Missa, no momento do 'glória' e/ou da preparação eucarística; mas a sua forma que mais chama atenção, é quando ocorre o falecimento de algum morador e o sinal (batida do sino) é tocado, informando toda a cidade que alguém morreu. Deixa Patos do Piauí em alerta e logo as pessoas querem saber de quem foi o óbito. Muitas das vezes a pergunta é feita no grupo de Whatsapp da paróquia, e algum dos membros da igreja responde informando quem foi a pessoa.

Com a chegada da pandemia da COVID-19, a igreja (não diferente dos demais segmentos da sociedade) foi afetada e obrigada a ressignificar suas práticas. As missas deixaram, a princípio, de serem feitas com a presença do público e isso exigiu que a instituição religiosa adentrasse aos meios digitais. Com isso, foram criados perfis nas plataformas Facebook e Instagram, que ainda não se tinham. O intuito era repassar os comunicados à comunidade religiosa e, principalmente, transmitir as missas e demais celebrações. Nessas transmissões, algo bem interessante observado foi que, ao final de cada celebração, lia-se os nomes de quem

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

acompanhava-as pela internet e muitas dessas pessoas eram patoenses que atualmente moram em outras regiões do país. Mesmo distantes, preferiam acompanhar as celebrações da sua terra natal, do que as de onde estavam morando.

Além disso, como é uma cidade pequena, uma parcela da cidade, mais próxima e ao redor da igreja conseguia acompanhar as celebrações de suas casas (calçadas), já que a igreja possui um fone reproduzidor de som, localizado próximo ao sino, que amplifica o áudio que está sendo executado dentro da igreja. Facilitando, por meio dessa estratégia de comunicação, que a mensagem chegue a mais pessoas.

Depois de um tempo, as medidas ficaram um pouco mais brandas e, como ao lado da igreja matriz possui um patamar bem extenso (adequado e utilizado já no período de festejos, em missas campais com grande número de fiéis), as celebrações passaram a ser feitas ao ar livre, com as demarcações no chão, onde cada cadeira deveria ser colocada. Possibilitando a participação presencial de uma quantidade significativa de fiéis. Sendo que os momentos também continuaram com as transmissões pela internet. Popularmente conhecidas apenas como *lives*, não tendo registros de realizações por parte de outras instituições da cidade. Pelo menos, até abril de 2021, quando a Prefeitura da cidade fez uma live de aniversário do município. Ou seja, a igreja aparece como pioneira na realização dessa prática comunicacional na cidade.

É necessário citar que a falta de uma pastoral da comunicação (Pascom) dificultou a continuidade e consolidação dessa prática. Atualmente, não são mais contínuas as transmissões das celebrações. Às vezes acontece, às vezes, não.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Outra estratégia comunicacional adotada pela igreja devido à pandemia foi a passagem da imagem de Nossa Senhora pelas ruas da cidade, em cima de um carro com músicas religiosas (de Maria), durante os meses de maio de 2020 e de 2021, já que a paróquia tem tradição no mês mariano. Foi uma forma de não deixar que a memória se perdesse. Os fiéis eram avisados previamente (via as maneiras tradicionais, já citadas) que a santa iria passar pelas ruas e esperavam em suas portas, janelas e calçadas, com seus altares postos, com imagens, santos, terços, velas, etc... Muita fé e emoção. Uma das vezes um dos autores deste artigo acompanhou a passagem, podendo ver diversas pessoas se emocionando ao verem a representação de Maria a passar.

Outra estratégia adotada pela igreja em Patos do Piauí, durante o período de pandemia, foi que a tradicional Quermesse, venda de comidas, passou a acontecer em forma de delivery. O cardápio é divulgado pelas redes da paróquia na internet, as pessoas fazem seus pedidos e uma equipe da igreja faz a entrega a domicílio.

Entende-se com a chegada da pandemia da COVID-19, a comunicação da Igreja Católica de Patos teve que procurar maneiras alternativas de levar as pregações para os fiéis, e a maneira encontrada foi criar canais dentro das redes sociais que antes não existiam. Essa atitude mostra um avanço e uma preocupação em não desvincular os cristãos, mesmo que de formas adaptadas, mas as celebrações ainda continuavam acontecendo, e fortificando a fé de que esse período difícil vai passar.

Patos é uma cidade pequena, onde muitos costumes tradicionais ainda são conservados pelo seu povo, principalmente pela Igreja Católica, mas a passos curtos os fiéis e a própria Igreja

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

vão mudando as formas de comunicação, tudo em nome de não perder a ligação com sua comunidade cristã. Como afirma Antonio de Paiva (2020, p. 76), “a Igreja não pode não comunicar; a sua missão é evangelizar e anunciar o Reino, que é comunicação”.

Nesse contexto, com a necessidade de estar sempre a procura de meios para manter seus fiéis informados e por dentro dos acontecimentos, veio a importância de não deixar as formas antigas de se comunicar de lado, mas procurar novas formas no sentido de não deixá-los à mercê da desinformação. Nesse sentido, Cadidja Cunha e Sandro Colferai (2020, p. 10) afirmam que “a forma que a igreja católica tem se utilizado desse meio e para melhor informar seus fiéis, houve um aumento na utilização dessa forma de comunicar”.

Partindo dessa questão, observamos que a Igreja de Católica de Patos do Piauí tem se tornando no seu meio uma das protagonista no sentido de comunicar, pois ao tempo que a preocupação em não deixar seus ouvintes desinformados, ela também desempenha o papel de agente comunitário que é importante para o desenvolvimento comunicacional da comunidade religiosa e de toda a cidade.

Desse modo, observamos que a comunitarização realizada pela igreja em Patos do Piauí cria condições para a participação e mantém os atores sociais engajados em suas causas, sejam eles de dentro da comunidade religiosa ou também as pessoas da comunidade em geral, que são atingidos pelas práticas religiosas.

Com essas ações coordenadas, que observamos anteriormente com a descrição das práticas desenvolvidas pela igreja, fica nítido que comunicação comunitária passa ajudar a

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

modificar, nesse caso, o conceito de comunidade, já que a igreja ultrapassa seus muros e se destaca perante toda a cidade de Patos, enquanto meio comunicacional, independente de qual crença o patoense tenha. Fortalecendo-se ainda mais diante da sociedade.

Nessa linha de pensamento, Raquel Paiva (1998, p. 20), ao falar sobre comunicação comunitária, explica que ela se destaca como uma na sociedade como “possibilidade de sociabilização, com o propósito de fazer frente ao modelo econômico em que o número dos excluídos parece cada vez mais ampliado”.

E foi isso que observamos ao analisarmos as práticas desenvolvidas pela igreja em Patos do Piauí, as formas de comunicação desenvolvidas têm o papel de fazer com que as informações cheguem em grupos, sendo repassadas assim por diante, também, por eles mesmos, os indivíduos.

Nesse sentido, Cicilia Peruzzo (2004) destaca que a comunicação é mais que meios e mensagens, pois se realiza como parte de uma dinâmica de organização e mobilização social.

Cicilia Peruzzo (2004) também complementa ainda explicando que o desenvolvimento dessas práticas abre a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo. Dessa forma, ainda segundo a autora e observando as ações da igreja católica em Patos, percebemos que a comunicação comunitária ajuda na ampliação da cidadania.

Destaca-se e frisa-se o protagonismo da Igreja Católica Apostólica Romana nesses processos, nas mediações e no acompanhar o dia a dia comunitário envolvendo a cidade, seja em sua interface urbana ou rural.

Considerações

Diante das discussões ora apresentadas, consideramos que a Igreja Católica de Patos do Piauí assume um papel de protagonismo na comunitarização da cidade, por meio das estratégias e formas utilizadas ao comunicar não somente as questões religiosas, mas também a mediação de fatos e atos de interesse das comunidades urbanas e rurais do município.

Além disso, fortalece os laços entre os cristãos e atinge também a comunidade em geral com as práticas comunicacionais desenvolvidas. Mesmo ainda balizadas na tradicionalidade, ainda ao estilo do século XX, já que o município permanece em um vazio comunicacional de ter meios comunicacionais massivos em sua sede.

Esse protagonismo comunitário fica nítido ao notarmos que a igreja vem se adequando às novas realidades e tentando se aproximar cada vez mais do seu público.

Vimos isso, por exemplo, com a realização das *lives*, assistidas até mesmo pelos patoenses que vivem em outros estados do país. Isso se dá pelo sentimento de pertencimento que as ações comunicacionais da igreja causam. As pessoas poderiam assistir às missas das cidades onde estão, mas por sentirem parte da comunidade religiosa patoense, preferem acompanhá-la mesmo de longe. E, assim, como bem salientou Cicilia Peruzzo (2004), vínculos são fortalecidos entre as pessoas envolvidas nesses processos.

O contexto de vazio comunicacional, explicado anteriormente, favorece ainda mais que a igreja católica se destaque como um agente comunitário. Os processos comunicacionais desenvolvidos pela igreja circulam por toda a cidade e pelas comunidades rurais, integrando o máximo possível as pessoas e, assim, fortalecendo os

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

tecidos comunitários. Unidos até mesmo pelas significações do soar do sino, na Igreja Matriz de São Sebastião, os patoenses seguem tendo a igreja católica como uma das principais referências de instituição social. Em alguns lugares, essa questão já foi transformada ao longo dos anos com as mudanças no convívio social, mas em Patos a Paróquia São Sebastião mantém, de certo modo, vivas as tradições e o senso de comunitarismo, enquanto se adequa às tecnologias atuais e realiza novas práticas.

Com os números da pandemia de COVID-19 caindo e, principalmente, novas sociabilidades apresentadas no mundo, no Brasil, no Nordeste, no Piauí e, conseqüentemente na comunidade patoense, novos tons foram dados à maneira e possibilidades das lives, das formas como o evangelho é passado e até na conquistas das novas gerações, fortemente conectadas e que, muitas vezes, por estarem em outros universos, com outros grupos, não atentam para o local.

O visto na pesquisa participante e nas outras metodologias aplicadas neste artigo nos mostram também a importância de continuarmos pensando, valorizando e vivenciando nossos locais e nossas raízes, por é no local, seja ele físico ou virtual, que os preceitos comunicacionais comunitários ainda se fortalecem, arraigados com os próprios avanços sociais.

Referências

AGUIAR, Carlos Eduardo Souza. **Os paradoxos da presença da Igreja católica nas redes**. Belo Horizonte: Revista de Estudos de Teologia e Ciências da Religião, v.15, n. 46, 2016, pp. 638-657.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

ALVES, Maria José Silva. **Dados e questões sobre a religiosidade católica da cidade de Patos do Piauí.** Entrevista concedida, via chamada telefônica, a Vinícius Coutinho em 13 de julho de 2021.

COLFERAI, Sandro Adalberto; CUNHA, Cadidja Medeiros Barros. **Religiosidade em Tempos de Pandemia:** relato de mudanças na prática da fé católica em uma comunidade do interior da Amazônia. Palmas: Revista Pan-Amazônica de Comunicação, v. 4, n. 2, 2020, pp. 59-79.

CORDEIRO, Alexander Magno; GUIMARÃES, Carlos Alberto; OLIVEIRA, Glória Maria; RENTERÍA, Juan Miguel. **Revisão sistemática:** uma revisão narrativa. Rio de Janeiro: Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões, v. 34, n. 6, 2007, pp. 428-431.

CRISANTO, Maria Balbina. **Dados e curiosidades sobre a História da cidade de Patos do Piauí.** Entrevista concedida, via chamada telefônica, a Vinícius Coutinho em 31 de julho de 2021.

FERREIRA, Livia. **Barragem Poço de Marruá na cidade de Patos do Piauí transborda.** Disponível em: <<https://piauihoje.com/noticias/municipios/barragem-poco-de-marrua-na-cidade-de-patos-do-piaui-transborda-344770.html>>. Acesso em: 02.ago.2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2017.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Dados sobre a cidade de Patos do Piauí.** Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pi/patos-do-piaui.html>>. Acesso em: 09.jul.2021.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

OAS. **Dados da Barragem Poço do Marruá.** Disponível em: <<http://www.oas.com.br/oas-com/oas-engenharia/realizacoes/especiais/irrigacao-barragens/comdepi-barragem-poco-do-marrua>>. Acesso em 16.ago.2021.

PAIVA, Antonio Camilo. **Comunicação social como comunhão e participação.** Juiz de Fora: Revista Rhema, v. 18, n. 56, 2020, pp. 60-79.

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

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.** Petrópolis: Vozes, 2004.

_____. **Observação participante e pesquisa-ação.** IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2011.

PUNTEL, Joana Terezinha. **A igreja a caminho da comunicação.** Porto Alegre: Revista Teocomunicação, 2011, v. 41, n. 2, pp. 221-242.

SPADARO, Antonio. **Quando a fé se torna social.** São Paulo: Pia Sociedade de São Paulo/Paulus, 2016.



TEXTO 2

SÁVIO BARÃO: UM ATIVISTA CULTURAL QUE SE COMUNICAVA COMUNITARIAMENTE ATRAVÉS DA ARTE

Ana Caroline de Oliveira Morais

Evandro Alberto de Sousa

Orlando Maurício de Carvalho Berti

Patrícia da Conceição Oliveira Soares

RESUMO

O presente artigo envereda sobre a temática da comunicação comunitária através das ações de um ativista cultural, amante das artes e autodidata em teatro, conhecido popularmente como Sávio Barão (*in memoriam*). Por meio da arte ele expôs as suas críticas sociais e mostrou a todos os seus pensamentos e comunitarizações. Em primeiro momento traça-se a biografia do retratado através do olhar de amigos, família e pessoas próximas. Percebe-se ao longo das conversas a importância de conhecer a sua história e valorizar os artistas e os projetos sociais que muitas vezes são esquecidos pelos gestores da nossa região. Perante alguns levantamentos feitos, boa parte das figuras artísticas só são reconhecidas pela sociedade após algo trágico acontecer com os mesmos, o olhar do público só se volta para conhecer e dar valor depois que algo os acontece na maioria das vezes algo impactante. Este artigo analisa, destaca e reflete o trabalho de Sávio Barão e suas interfaces comunitarizantes para a arte da região do Sertão Central do Piauí, capitaneado pela cidade de Picos.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Comunitária; Comunicação Popular; Sávio Barão; arte; ativismo.

Introdução

A sociedade é um lugar cada vez mais de invisibilizados. Por mais paradoxal que seja, em tempos de tantas conexões e possibilidades de vozes por causa da virtualidade, muitos personagens e atores sociais são esquecidos e relegados a planos do ostracismo. Somos uma sociedade de pouca memória. Os pontos deste artigo não são de lamentações, mas de tentar chamar atenção para esses pontos e, principalmente, por dessilenciar um importante personagem artístico e comunitário que deu quase toda sua vida para a construção de uma sociedade mais consciente.

Neste trabalho iremos retratar a vida de Sávio Barão, ator e ativista cultural que nasceu, viveu e morreu na cidade de Picos, lutando pela e através da arte, pelo que acreditava, dentro de sua comunidade. Vamos contar sua história analisando dentro dos conceitos de comunicação comunitária e popular.

Uma das perguntas feitas para nortear a nossa pesquisa foi a respeito de como é importante ter alguém atuante na comunidade que lute pela cultura de sua terra, o quanto isso impacta na comunidade e no desenvolvimento da cultura local, fazendo-se conhecer a sua cultura consequentemente incentivando a população a valorizar mais a arte e cultura da sua própria comunidade e usufruir dela.

A partir deste questionamento veio à memória o ator, escritor, movimentador cultural e grande cidadão Sávio Barão, que foi uma figura artística que participou ativamente dos movimentos culturais da

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

cidade de Picos através da arte, principalmente através do teatro e cinema. Logo outros questionamentos vieram como por exemplo: quem foi Sávio Barão para a cultura picoense? Como ele se comunicava com a sociedade? Quais foram seus feitos e como contribuíram para a nossa cidade? Como era a relação do Sávio com os demais grupos culturais da cidade? Quais riquezas tanto materiais quanto imateriais ele nos deixou? Pelo que ele o Sávio lutava? E nas primeiras buscas virtuais que fizemos só encontramos notícias sobre o seu falecimento, o que este fato nos diz? E a partir disso podemos refletir também o por quê a maioria das lutas e pessoas só são valorizadas depois da morte.

Através de todos esses questionamentos chegamos ao nosso objetivo geral que é conhecer e mostrar o legado e importância do Sávio Barão enquanto comunicador popular e ativista cultural na cidade de Picos e nossos objetivos específicos são: conhecer a história do Sávio; destacar os seus trabalhos e projetos comunitários em especial o grupo teatral Projeto Bar Cultural (PBC) criado por ele e mais dois amigos; refletir através de seus ensinamentos porque a maioria das figuras artísticas só são valorizadas após a morte.

Como caminho metodológico é feita uma pesquisa exploratória utilizando-se dos seguintes métodos para atingir os nossos objetivos: pesquisa bibliográfica, documental, oral e virtual, para construir um perfil biográfico e destacar as reflexões sobre a vida e consequências comunitárias da atuação de Sávio Barão. Se tratando de um trabalho de perfil biográfico, vamos explorar mais sobre a vida do objeto, no caso, Sávio Barão para contar sistematizadamente sua história trazendo e analisando dentro dos conceitos de comunicação comunitária e popular.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

O artigo é dividido em três capítulos. O primeiro conta um pouco da história do nosso objeto de estudo, destacando que foi Sávio Barão e seu contributo cultural para Picos e o Sertão Central do Piauí. O segundo capítulo envereda pelas questões teóricas refletindo-se pontos e contrapontos sobre comunicação comunitária e comunicação popular. O terceiro, e último capítulo, é de caráter analítico, destacando-se os contributos de Sávio Barão em seus trabalhos comunicacionais comunitários em prol da arte. Ainda finaliza-se com considerações trazendo-se reflexões e provocações sobre o que foi visto na pesquisa, destacado na construção teórica e debatido na análise.

1 – Sávio Barão: comunicação por meio da arte

Raimundo Sávio Matos Barão nasceu na cidade de Picos (Piauí), em 16 de novembro de 1963. Filho do casal Luís Barão de Souza e Maria da Paixão Matos. Era o oitavo de dez filhos, que segundo Amélia Barão (2021a) são: Sônia Maria do Socorro Matos Barão e Silva, Conceição de Maria Matos Barão Vieira, José Luiz Barão (*in memorian*), Maria de Fátima Matos Barão, Manoel Matos Barão, Luiz Barão de Souza Filho, Florência Maria Matos Barão Bezerra, Raimundo Sávio Matos Barão, Francisco Gilson Matos Barão, Amélia Mary Matos Barão.

Sávio Barão foi casado duas vezes. Seu primeiro relacionamento foi com Maria da Conceição Jardelina. Tiveram dois filhos: Sávio Yure Jardeline Barão, de 34 anos, e Yara Sávica Jardeline Barão, 33 anos. O segundo relacionamento foi com Zenite Nunes Barão e fruto desse casamento tiveram Ruthe Yanara Nunes Barão, 27 anos, e Regina Iris Nunes Barão, 23 anos. Ele estudou na

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

escola Landri Sales em Picos, tendo cursado até o Ensino Médio completo.

Segundo informações de Ana Patrícia Barão (2021b) Sávio Barão, como todos o conheciam, estava sempre disposto a agregar e proporcionar entretenimento, cultura e conhecimento aos jovens pensantes da cidade e da região de Picos através da arte. Essa paixão pelo teatro, cinema e pela arte no geral surgiu desde muito cedo através da família, de participação em grupos de jovens, em grupo de escoteiros, em atividades escolares e nos movimentos que participava.

Ana Patrícia Barão (2021b) ainda conta que o personagem retratado neste artigo, sendo que estudou teatro e cinema sozinho e sempre gostou muito de escrever, para ele não tinha hora nem lugar para colocar o lápis no papel. “Era o rei das poesias, todas as datas era um motivo para poesias, aniversários, uma conquista, alguma tristeza e também esquetes de teatro tudo vira arte nas mãos dele” (BARÃO, 2021b).

Toda essa paixão e amor resultou na obra “Ainda existe alguém que acredita no amor” publicada em 1986, um livro de poemas de autoria do próprio Sávio Barão, que além de falar muito de amor, alguns desses poemas também revelavam o momento histórico pelo qual se passava na época, como por exemplo, a reabertura política do país em 1984, do golpe militar que ocorreu nas décadas anteriores. Ele fala também da esperança de ver o Brasil liberto.

Vilebaldo Nogueira Rocha, artista picoense e amigo de Sávio Barão, que dividiu muitas vezes o palco e as telinhas do cinema, traz uma história interessante a respeito do livro “Ainda existe alguém que

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

acredita no amor” que também foi o momento que começou a conhecê-lo melhor.

Sávio Barão sempre foi um senhor público, pela sua atuação nas igrejas, nos grupos de jovens, nas ações no bairro onde morava e em eventos culturais. Mas a data que eu considero que passei a vê-lo, mais de perto, conhecê-lo melhor, foi no ano de 1985. Eu estudava no colégio São Francisco, na rua do Cruzeiro, cursava o segundo ano do segundo grau, quando ele pediu permissão ao professor para falar por alguns minutos e a permissão foi dada. Então ele se apresentou e disse que estava ali para realizar um sonho que era a publicação de um livro de poesias que estava pronto ,mas não tinha condições financeiras para publicar. Estava ali solicitando que as pessoas comprassem o livro antecipadamente, para pagar a gráfica e ele ficava com o compromisso de entregá-lo posteriormente e várias pessoas da turma compraram o livro, foi publicado em 1986. Chama-se “Ainda Existe Alguém que Acredita no Amor e Sávio Barão acreditava no amor, nos amigos, acreditava na amizade e principalmente nos seres humanos. Foi a partir de então que a nossa amizade foi se estreitando. Foi através dele tentando lançar o seu livro de poemas e eu que já tinha também os poemas guardados ali na gaveta, aquela atitude do Sávio, ela até me motivou demais, por que ele não tinha condições financeiras mas foi atrás, foi em busca dos seus ideais, dos seus sonhos e conquistou (ROCHA, 2021, p. 01).

Segundo Ruthe Barão (2021c) Sávio começa a explorar o mundo das artes na cidade de Picos em um grupo de jovens da igreja católica do bairro Paroquial (periferia da cidade), no início da década de 1990. No grupo de jovens os integrantes faziam peças e

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

encenações sobre passagens bíblicas e espetáculos mais voltados para a igreja. Esse grupo teatral de jovens começa a expandir atraindo mais pessoas. Ruthe Barão (2021c) ainda cita que devido a isso Sávio Barão juntamente com Eliésio de Castro e Eraldo Santos, reunidos em uma mesa de bar, levantam a ideia de criar um grupo de teatro, que foi nomeado de Projeto Bar Cultural – PBC, cujo objetivo era incentivar o teatro na cidade de Picos para além da igreja. E várias peças foram encenadas pelo grupo ao longo desses 25 anos de existência, como por exemplo Morte e Vida Severina do autor João Cabral de Melo Neto.

O PBC é um dos projetos mais longevos e de maior sucesso em termos do teatro picoense.

“Enquanto eu respirar, eu vou lutar, lutar por um lugar ao sol”. Esse é um trecho de um depoimento inédito que o Sávio Barão deu para o seu amigo, ator e cineasta Flávio Guedes Barbosa, incluído ao final do último trabalho de muitos que fizeram juntos, o filme “Uma Mulher Chamada Esperança”, filme inspirado nas cartas deixadas por Esperança Garcia, um dos maiores ícones femininos e sociais do Piauí em toda a história, que ainda está para lançar.

Sávio mais uma vez foi meu grande apoio nesse filme, ele que correu atrás das locações, de autorizações das pessoas para nos ceder os espaços para a gente gravar e foi também o último trabalho do Sávio como ator, ele faz uma participação como ator no filme, e o filme já está finalizado a edição aqui em São Paulo e a gente está esperando o melhor momento para estrear, esse filme também recebeu o apoio da Lei Aldir Blanc, pelo edital Maria da Inglaterra, e é dedicado a ele, eu dediquei o filme a ele e tem inclusive uma participação que vai ser muito emocionante, um

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

depoimento do Sávio, um depoimento inédito nesse filme que eu tenho certeza que vai emocionar e aumentar essa saudade que a gente tem do nosso amigo (BARBOSA, 2021, p. 1).

O cineasta ainda ressalta:

Apesar de toda a positividade dele, de todo o respeito que ele teve de toda a sociedade picoense, por ser um homem negro, ele não foi isento do preconceito, do racismo e da discriminação que ainda é uma doença que assola a sociedade brasileira em pleno século XXI (BARBOSA, 2021, p. 1).

E como o próprio Sávio Barão (1986) afirma, sempre lutou pelo seu lugar na sociedade, vindo de uma família de tradições negras africanas, tinha orgulho das suas raízes e de quem era, sempre repassando esse orgulho adiante.

Sávio Barão enquanto pai ele nos criou dessa forma, de nos incentivar a ter orgulho de ser quem somos, de sermos mulheres negras, de vir de família de tradições negras africanas. Ele vem de uma tradição familiar que a sua bisavó foi escravizada, infelizmente ela sofreu os males da escravidão e acho que por conta disso a família e a mãe dele vem passando de geração em geração essa questão do orgulho, e se sobressair pela educação, enquanto pai ele sempre prezou muito que nos importássemos com a educação, com a questão da vida escolar de nos formarmos enquanto seres humanos, enquanto sociedade, enquanto cidadãos e de que nunca abaixássemos a cabeça perante qualquer situação de racismo, de preconceito (BARÃO, 2021, p. 1).

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Ruthe Barão (2021c) também relata que o pai sempre lutou para que os espaços culturais na cidade de Picos pudessem ser acessíveis para todos e que a produção artística e cultural fossem valorizadas.

Mesmo seu trabalho sendo mais assíduo no teatro, isso não o impedia de sempre incentivar e apoiar outros grupos existentes na cidade, prestigiar outras apresentações culturais e ajudar como pudesse. Como confirma seu amigo de infância e coordenador do grupo Adimó, Francisco das Chagas Pereira, também conhecido por Mano Chagas.

Em relação ao grupo cultural Adimó, o Sávio sempre foi uma pessoa que ajudava em tudo sabe, se fosse braçal ele ajudava, se fosse para falar ele falava, se precisasse de dinheiro e ele tivesse ele dava, nunca vi ele negligenciar nada... E Sávio ele não só ajudava o Adimó, na verdade ele colaborava com tudo e todos, era uma pessoa que não sabia dizer não, Sávio além de ator, amigo, ele era um ser humano, desprovido de qualquer preconceito, desprovido de qualquer má intenção em relação a pessoa (PEREIRA, 2021, p. 1).

Jesualdo Alves de Araújo, um dos seus amigos mais próximos conta como era trabalhar junto com o Sávio Barão:

Bem, trabalhar com o Sávio Barão foi para mim, a construção de uma grande amizade, o Savio era pra mim, para Flávio Guedes, para o Vilebaldo Rocha, um grande amigo, nos tornamos assim como se fosse quatro irmãos. O nosso amor um pelo outro é muito grande e muito bonito. Sinceramente falar de Sávio Barão é sinônimo de amizade, ele era um elo de união para todos que fazia parte do grupo PBC,

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

ele tinha o dom de reunir essas pessoas, as vezes tinha um um mal estar, não queria ir ou uma preguiça, má vontade ou qualquer outra coisa e o ele ia na casa de cada um arrancava de dentro de casa e trazia. Tinha uma força incrível para fazer o teatro funcionar em Picos, a perda dele foi de um tamanho imensurável (ARAÚJO, 2021, p. 1).

Maria Nilza Carvalho Pinto Américo, atualmente mora em Portugal e também trabalhou profissionalmente com o Sávio Barão. Ela conta como foi ter esse contato com o ativista cultural:

O Sávio era essa luz artística que existia em Picos era esse feixe maior que dava luz aos demais que estava ao redor, tinha uma paixão muito grande era a vida dele, respirava arte cênicas tanto o teatro como o cinema. A música também por que fazia o trabalho de iluminação nos eventos de cultura da Graça Moura e ele fazia tudo com amor e percebia a paixão que ele fazia iluminação da mesma forma que ele fazia uma produção de teatro ou uma encenação para um filme, gravação qualquer coisa, que ele estivesse fazendo, desde interpretação ou apenas ajudando na construção de um espaço cênico colocando alguma coisa. Sempre fazendo com muita vontade e era muito apaixonado pela arte, ele queria muito que Picos tivesse um pouco mais de amor pela arte em geral (AMÉRICO, 2021, p. 1).

Flávio Guedes Barbosa (2021) ainda relata da fé e o respeito que o Sávio Barão tinha perante as camadas sociais, principalmente na igreja, durante as gravações do filme Nossa Senhora dos Remédios que foi gravado na cidade de Barreirinhas no Maranhão, a 723 quilômetros de Picos.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Na época do filme 'Senhora dos Remédios', a gente foi gravar nos Lençóis Maranhenses somente eu e ele, eu tinha ganhado uma passagem do banco para um evento de uma premiação que eu iria receber e tinha o direito de levar um acompanhante, para aproveitar que precisávamos fazer a gravação do filme no litoral eu levei o Sávio, foram dias alegres. A gente levou a réplica da imagem de Nossa Senhora dos Remédios da catedral de Picos, o bispo entregou com mil e uma recomendações e só liberou a imagem por que era para Sávio Barão, agora você vê o respeito que Sávio tinha em todas as camadas sociais inclusive na igreja, o bispo liberou a imagem. Na volta o ônibus onde estavam tombou na estrada e todo mundo desesperado, era muito grito, pessoas caindo em cima das outras, malas caindo e a imagem estava no bagageiro do ônibus. Gente com braço torcido, com hematomas, clavícula quebrada. O Sávio e eu não tivemos absolutamente nada, e na hora que o ônibus virou muita gente saindo gritando, chorando, desmaiadas de dentro desse carro e o Sávio ajudando todo mundo, nervoso, mas a gente não deixava de pensar na imagem: 'Pronto a imagem esbagaçou, quebrou toda'. E qual foi a nossa surpresa quando o bagageiro foi aberto para a retirada da bagagem? Nós tiramos o lençol que estava a imagem e abriu a imagem, estava intacta, não tinha um arranhão. Então o Sávio representa para mim muita fé, ele dizia que o que nos salvou naquele dia do acidente foi a Nossa Senhora dos Remédios, ele era muito devoto de Nossa Senhora dos Remédios, e foi um milagre por que a imagem de gesso estava intacta sem nenhum arranhão com tantas malas em cima dela, com tantas pessoas machucadas e nós dois estávamos ilesos, uma memória muito recente, ele sempre comentava pela fé que ele tinha e que vem a tona por ser uma de nossas passagens juntos e que era para ele tão agradável de se recordar (BARBOSA, 2021, p. 1).

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Em 27 de Abril de 2020, um dia de terça-feira, após sofrer uma descarga elétrica em sua casa, no bairro Pantanal, Sávio Barão veio a óbito. Ele tinha 58 anos e um trabalho de décadas. Deixou amigos, familiares e pessoas que o conheciam mais que tristes por sua partida.

Sobre a notícia que a gente teve que ele faleceu foi muito difícil pra gente, para quem não está lá ainda é um pouco mais difícil, que a gente não consegue acreditar. Quem participa do velório, do cortejo, vê e percebe o que aconteceu. Mas para estar fora, na nossa cabeça não é real, então fica um pouco difícil. É como se Picos tivesse perdido essa luz cultural que havia (AMÉRICO, 2021, p. 1).

E essa é um pouco da história do Sávio Barão, uma pessoa que sempre deu valor à arte e as pessoas.

Sávio Barão lutava pela vida, pela humanidade, pelo direito de igualdade para todas as pessoas sem distinção... Sávio foi um homem que viveu e morreu com a cabeça erguida exigindo respeito, exigindo o direito, assim sempre foi Sávio perante a sociedade (ROCHA, 2021, p. 1).

E esses são pontos justamente que nos levam à reflexões sobre a comunicação comunitária, principalmente das questões dos marginalizados, levando-se em conta, mais ainda, a contribuição de Sávio Barão para o comunitarismo e para a expansão da cultura no Sertão Central do Piauí.

2 – Comunicação Comunitária: rumos para expansão da arte dos marginalizados

“A comunidade geralmente só é vista pela comunicação hegemônica como palco de noticiamento e de puro consumo informacional, raramente é privilegiada como lugar de produção e de identidades próprias que devem ser levadas em conta” (BERTI, 2018, p. 2). Essa citação caracteriza bem o momento quando pesquisamos o nosso objeto de pesquisa “Sávio Barão” na plataforma de pesquisa do Google ou dos meios de comunicação da cidade, a maioria das principais notícias exibidas são da sua morte e muito pouco é apresentado em relação ao seu trabalho exercido para a comunidade.

Também, segundo Orlando Berti (2018), ao estar próximo às comunidades ajuda as emissoras comunitárias e os seus integrantes que têm participação ativa na sociedade a produzirem e conhecer a fundo as problemáticas da comunidade que participam e dessa forma podem fazer mais pelos ambientes que vivem como acontecia com o Sávio Barão que sempre esteve envolvido em projetos de caráter social e cultural como foi discutido anteriormente.

“A comunicação popular e comunitária expressa rica diversidade de práticas e contribui para a ampliação do status de cidadania” (PERUZZO, 2010, p. 1). Um exemplo disso é uma das muitas peças teatrais realizadas no ano de 2012 onde Sávio Barão dirigiu o espetáculo “A bruxinha que era boa”, que relata a vida de uma bruxa que usa os seus poderes para o bem ao contrário do que estamos acostumados a ver que bruxas são tidas como pessoas más, e através dessas encenações era capaz de transmitir alguma mensagem de caráter social para as pessoas que estavam

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

assistindo. “Há aqueles de caráter mobilizador educativo que visam prestar serviço comunitário para melhorar a qualidade de vida e de segmentos da população” (PERUZZO, 2010, p. 5). Jesualdo Araújo cita em uma de suas entrevistas que muitas vezes uma pessoa não se apresentava nos ensaios do Bar Cultura o próprio Sávio ia buscá-la na sua casa.

Às vezes tinha, sei lá tinha um mal estar, não queria ir, preguiça, uma má vontade ou qualquer outra coisa, o Sávio tinha que ensaiar uma peça, ele ia lá na casa de cada um, pagava arrancava de casa e trazia. Tinha uma força incrível para fazer o teatro em Picos funcionar (ARAÚJO, 2021, p. 1).

“Aqueles de base popular se organizam na própria dinâmica de ação e tendem a se institucionalizar como forma de consolidação e legitimação social” (PERUZZO, 2010, p. 2), a todo momento Sávio Barão buscava mostrar para as suas filhas a importância da educação, pois o mesmo só possuía o Ensino Médio completo e não o empatou de estudar e se aprofundar no mundo das artes especialmente em cinema e teatro.

Um fato que nos chamou a atenção foi a pesquisa publicada no site Politize a respeito da representatividade negra dentro da comunicação.

A população brasileira é majoritariamente negra, com aproximadamente 54% das pessoas autodeclaradas pretas e pardas, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Entretanto, segundo o site Geledés, ainda é baixa a representatividade desse público na mídia tradicional. Diante dessa realidade, torna-se um

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

desafio ainda maior para essas pessoas encontrar referências negras em telejornais, teledramaturgias, comerciais e as diversas formas de comunicação. Esse pensamento é reafirmado pela jornalista negra Joyce Ribeiro, âncora do jornal SBT, em entrevista ao Instituto da Mulher Negra sobre pessoas negras na TV (FERREIRA, 2021, p. 1).

Com o teatro é possível ter contato com aquilo que muitas vezes passa despercebido, o teatro nos faz enxergar além do que somos acostumados e condicionado a ver, te faz sair da caixinha ampliando suas ideias e visão de mundo.

A Oficina de Teatro é um recurso metodológico amplamente utilizado nas atividades de teatro-comunidade. Caracterizada como uma ação pedagógica ativista, onde o professor\oficineiro direciona as atividades de forma a estabelecer um exercício dialético entre o seu conhecimento e o que os participantes trazem de seu universo sócio-cultural. Nesta medida a oficina torna-se um momento de experimentar, refletir e elaborar um conhecimento das convenções teatrais, buscando instrumentalizar os participantes de um conhecimento teatral básico, incentivandoos a desenvolver uma maior percepção da comunidade onde atuam, vivência de uma atividade artística que permite uma ampliação de suas capacidades expressivas e consciência de grupo (TELLES, 2003, p. 69-70).

As oficinas teatrais são uma forma do participante se conscientizar do que acontece na sua comunidade e também das questões sociais vividas pelos mesmos e expor para o telespectador. “O Teatro Comunitário é uma ação cultural onde a arte não comenta a vida, mas participa dela!” (TELLES, 2003, p. 71).

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Entremeio a todos esses pontos, quais as faces vistas sobre Sávio Barão comunicador e comunicador comunitário?

3 – Sávio Barão: um comunicador comunitário por meio da arte

Através de todas essas conversas e relatos descritos e destacados anteriormente percebemos e pudemos conhecer um pouco do espírito grandioso de Sávio Barão, oportunizamos historicizar de maneira breve uma vida de bastante entusiasmo e disposição, sempre lutando pelo que acredita e beneficiando a muitos em vida e hoje para quem souber valorizar o que ele deixou.

Orgulhoso de ser uma pessoa negra e sempre repassando a sua família e sociedade a importância de valorizar a cultura, podemos perceber que Sávio Barão era sempre presente em diversos grupos culturais e era muito bem aceito e respeitado e sempre estava disposto a fazer o que estava ao seu alcance para fortalecê-los e ajudá-los.

Ele foi uma pessoa que ainda via na humanidade o lado bom, nisso ele nunca deixou de acreditar. Além de através da sua vida nos deixar o importante legado de preservação da cultura, da arte, cabendo não só aos cidadãos, mas principalmente aqueles que podem de fato colaborar dando voz aqueles que propagam conhecimento a toda a comunidade picoense. Pois em grande parte dos relatos o mesmo não recebia apoio dos poderes públicos.

Além do espaço teatral, Sávio Barão amava escrever poemas dentre eles “Ainda existe alguém que acredita no amor” nos chamou atenção “...E verá que é triste ficar sozinho, que precisa de um lado amigo. Sei que esse mundo a cada dia se torna mais materialista, sei também que no meio dele ainda existe alguém que acredita no amor”

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

(BARÃO, 1986, p. 22). Ele aborda que por mais que as pessoas se desanimem com o mundo ou se desapontem com alguém ou algo e por mais que digam para si mesmas que não acreditam no amor, ao sentir o peso da solidão vão precisar de uma pessoa amiga. E também faz uma crítica ao mundo onde estamos vivendo que se torna cada vez mais materialista e as pessoas que valorizam cada vez mais os bens materiais e esquecem de valorizar o que é mais importante.

Ao fazer essa pesquisa mais a fundo podemos perceber que Sávio Barão não ligava muito para as tecnologias, um amigo comentou que nem o celular ele possuía. Em um mundo hoje totalmente ligado a tecnologia é difícil encontrar um pessoa não apegada a ele. “Sávio não mantinha um celular por mais de uma semana, ele o perdia, dificilmente a gente falava com o Sávio pelo celular” (ROCHA, 2021, p. 1).

Outro ponto que podemos ressaltar aqui é do porquê figuras artistas, ativistas culturais principalmente locais só é dado o valor, reconhecimento depois que morrem? Em vida lutam para conquistar espaço e dar visibilidade a cultura, seja ela qual for, para benefício da comunidade, mas em vida muitas vezes são ignorados pelo poder público que não dão o apoio necessário, sendo que investir em cultura também é algo importante. Com o Sávio não foi diferente, enquanto ele viveu ele lutou, lutou pela arte, pela cultura, sempre buscando torná-la mais acessível para todos da forma que estivesse ao seu alcance.

E esse questionamento surgiu de uma entrevista com Mano Chagas, amigo do Sávio Barão, que entendemos como um ponto importante a ressaltar aqui para reflexão.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Queria só nessa nossa conversa, lembrar uma coisa que eu sempre questionei e questiono em relação às figuras artísticas de Picos e de qualquer outra manifestação, é que o povo só para pra dar valor depois que a figura se vai, ou seja, quantas vezes Sávio clamou por apoio por ajuda a levar o teatro, a levar a cultura negra, a levar a sua manifestação em vida e quantas portas foram fechadas para ele mesmo sabendo quem era a pessoa dele, as portas eram fechadas, não davam condições de fazer nada...hoje ele tem até nome de rua, mas em vida, muitas pessoas fecharam a porta para ele, então eu costumo dizer que o que tivermos que fazer pelas pessoas que fazemos em vida, pós morte vai ficar só memórias (PEREIRA 2021, p. 1).

O que podemos aferir e destacar sobre todo esse trabalho? Além de preservar a memória desse agitador cultural e entender como o trabalho em prol das artes comunitarizou reflexões sociais e das minorias na região de Picos.

Considerações

Através da feitura deste trabalho é possível entrar em contato com a história de uma das brilhantes figuras artísticas existentes aqui na cidade de Picos, Sávio Barão, um homem que lutou para levar o teatro, a cultura negra e sua manifestação em vida Francisco das Chagas Pereira (2021) alguém com entusiasmo, pronto para servir.

Como Cicilia Peruzzo (2010) elucida que existem aqueles de caráter mobilizador que visam prestar serviço comunitário para aumentar e melhorar a qualidade de vida da população, e Sávio era uma dessas pessoas que através da arte levava suas manifestações adiante, seja no teatro, no cinema, escrevendo atuando ou dando aula, ele tinha um objetivo sincero de beneficiar a todos assim como

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

ele era beneficiado com a arte, mostrando o seu real poder. Nota-se que ao popularizar as artes, ao apresenta-la a comunidades historicamente alijadas dos bens culturais, notadamente representantes de seu povo, Sávio Barão atuou na contramão do sistema, tornando-se contra-hegemônico e emblemático. Sua repentina partida do mundo dos vivos, ocasionado pelo eletrocultamento enquanto consertava sua residência, deixou uma lacuna muito grande. Amigos e parentes tentam recuperar esse legado e não deixá-lo morrer, assim como a importância das lutas e das chamadas sociais e comunitárias tão bem acesas por esse personagem da vida real que tanto trouxe alegria e evoluções ao povo picoense e da região sertaneja piauiense.

Referências

AMÉRICO, Maria Nilza Carvalho Pinto. **Sobre a vida e o trabalho artístico, comunicacional e comunitário de Sávio Barão.** Entrevista concedida a Ana Caroline Morais e a Patrícia Soares em julho de 2021.

ARAÚJO, Jesualdo Alves. **Sobre a vida e o trabalho artístico, comunicacional e comunitário de Sávio Barão.** Entrevista concedida a Ana Caroline Morais e a Patrícia Soares em julho de 2021.

BARÃO, Amélia Mary Matos. **Sobre a vida e o trabalho artístico, comunicacional e comunitário de Sávio Barão.** Entrevista concedida a Ana Caroline Morais e a Patrícia Soares em julho de 2021(a).

BARÃO, Ana Patrícia Matos. **Sobre a vida e o trabalho artístico, comunicacional e comunitário de Sávio Barão.** Entrevista

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

concedida a Ana Caroline Morais e a Patrícia Soares em julho de 2021(b).

BARÃO, Raimundo Sávio Matos. **Ainda existe alguém que acredita no amor**. Picos: s/e, 1986.

BARÃO, Ruthe Yonara Nunes. **Sobre a vida e o trabalho artístico, comunicacional e comunitário de Sávio Barão**. Entrevista concedida a Ana Caroline Morais e a Patrícia Soares em julho de 2021(c).

BARBOSA, Flávio Guedes. **Sobre a vida e o trabalho artístico, comunicacional e comunitário de Sávio Barão**. Entrevista concedida a Ana Caroline Morais e a Patrícia Soares em julho de 2021.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Vinte anos da lei das rádios comunitárias no Brasil**. Pontos e Contrapontos. Joinville: Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018.

FERREIRA, Marinéia. **Comunicação comunitária e o diálogo com a comunidade**. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/comunicacao-comunitaria>>. Acesso em: 24.jul.2021.

PEREIRA, Francisco das Chagas. **Sobre a vida e o trabalho artístico, comunicacional e comunitário de Sávio Barão**. Entrevista concedida a Ana Caroline Morais e a Patrícia Soares em julho de 2021.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **A comunicação nos movimentos sociais: exercício de um direito humano**. Rioja: Revista Diálogos de La Comunicación, n. 82, 2010, pp. 1-7.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

ROCHA, Vilebaldo Nogueira. **Sobre a vida e o trabalho artístico, comunicacional e comunitário de Sávio Barão**. Entrevista concedida a Ana Caroline Morais e a Patrícia Soares em julho de 2021.

TELLES, Narciso. **Teatro Comunitário**: Ensino de Teatro e Cidadania. Florianópolis: Revista Urdimento – Estudos em Artes Cênicas, v. 1, n. 5, 2003, pp. 66-71.



TEXTO 3

A ATUAÇÃO DO COLETIVO MULTIPLICIDADE E AS SUAS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS NA CIDADE DE PICOS – PI

Evandro Alberto de Sousa

Géssica Lima Feitosa

Luana de Sousa Rodrigues Moura

Myvrian Hazy Braga de Araújo

Orlando Maurício de Carvalho Berti

RESUMO

Neste texto apresenta-se como o objeto de estudo a atuação do Coletivo *MultipliCidade*, sediado na cidade de Picos e fortemente atuante na região do Sertão piauiense, destacando-se ainda suas estratégias comunicacionais entremeio a mediação de uma comunicação diferencial. Temos como objetivo geral entender como o Coletivo *MultipliCidade* comunica-se com a população local e regional, já que o município de Picos converge dezenas de cidades. Os objetivos específicos são: identificar quem são as pessoas que fazem parte do Coletivo *MultipliCidade*; compreender quais são os meios comunicacionais que o Coletivo utiliza; e investigar se há presença de jornalista(s) na criação das estratégias comunicacionais no *MultipliCidade*. A presente pesquisa foi de natureza exploratória e análise qualitativa. Utilizamos como métodos de pesquisa a revisão bibliográfica, o estudo de caso e entrevista com um roteiro de perguntas semiestruturado. Também utilizamos os conceitos de Comunicação comunitária, popular e alternativa para contextualizar e

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

depois fizemos um paralelo do Coletivo e suas estratégias comunicacionais dentro desses conceitos. E, como base teórica, trouxemos, principalmente, perspectivas teóricas aventadas por autoras como Cicilia Peruzzo (2005; 2009; 2010) e Raquel Paiva (2017).

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Comunitária; Comunicação Alternativa; Comunicação Popular; Estratégias Comunicacionais; Coletivo MultipliCidade.

Introdução

Quem anda pelas ruas da cidade de Picos, no Sertão Central do Piauí, principalmente na área central, já se deparou com algum cartaz ou folheto informativo, feito, na maioria das vezes, nas cores preta e branca, trazendo alguma charge ou ilustração abordando temas como homofobia, machismo, prevenção a drogas, ISTs (Infecções Sexualmente Transmissíveis) dentre outros assuntos eminentemente de cunho social.

Essas intervenções urbanas, que modificam o cenário da cidade, mudando o foco dos cartazes de chamamento para shows e espetáculos que acabavam causando uma grande poluição visual, são assinadas por um coletivo denominado *Multiplicidade*. A curiosidade de conhecer quem faz e como faz esse trabalho, despertou os primeiros momentos de feitura deste artigo, capitaneados na disciplina de Comunicação Comunitária do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí.

Dessa forma, o nosso objeto de estudo é o Coletivo *Multiplicidade* e a sua forma de comunicação na cidade de Picos. Lembramos que, ao falarmos de Picos, terminamos por destacar uma

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

regionalidade envolvendo dezenas de municípios do Sertão piauiense. Por isso a importância de quaisquer meios sediados nessa cidade, que diariamente recebe dezenas de milhares de visitantes (quase todos em busca de serviços), é crucial na regionalidade, principalmente em se tratando de temáticas culturais, sociais e educativas.

Segundo o site do grupo (COLETIVO MULTIPLICIDADE, 2021) o coletivo surgiu da iniciativa de Edmar Ferreira e Hilário Neto com o intuito de fazer intervenções urbanas na cidade de Picos para diminuir a poluição visual, que é encontrada pelo município com diversos tipos de divulgação de festas e outros tipos de publicidade.

Em busca de mais informações sobre o Coletivo, também pesquisamos matérias feitas por portais da cidade que tinham eles como pauta. Notamos uma grande midiatização e reconhecimento da mídia já consolidada em destacar o trabalho do *Multiplicidade*. Encontramos uma matéria do portal Grande Picos (2021), veiculada no ano de 2018, onde o diretor do Coletivo, Edmar Ferreira, também conta um pouco da ideia e do surgimento dessa experiência comunicacional alternativa. Segundo ele:

o projeto se iniciou em 2015, quando eu fiz um convite para um amigo, para a gente criar o coletivo, com o objetivo de fazer intervenção urbana pela cidade, inicialmente, era coisa simples, era com grafites, simplesmente para espalhar figuras da cultura pop com o qual a gente se identifica (GRANDE PICOS, 2018).

Ao ver a atuação do Coletivo *MultipliCidade* na cidade de Picos, observando as intervenções ao longo da cidade, sua atuação

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

nas redes sociais e até suas publicações no site oficial surgiram algumas indagações em relação a forma como o Coletivo se comunica com as pessoas da cidade, sendo elas:

- a – Quem são eles e quais seus interesses?
- b – Qual foi a proposta inicial e o que mudou de 2015 até agora?
- c – Se tem algum jornalista na equipe, se sim, quem? Se não, porque não tem?
- d – Se mudaram suas estratégias comunicacionais de alguma forma no período de pandemia;
- e – Saber quais as propostas comunicacionais utilizadas.

Desses cinco questionamentos surgiu o principal que foi: de que maneira o Coletivo *MultipliCidade* utiliza as estratégias comunicacionais para passar sua mensagem à população picoense? Dessa forma, utilizamos esse questionamento principal e os cinco secundários para nos guiar na execução desta pesquisa.

Temos como objetivo geral deste trabalho entender como o Coletivo *MultipliCidade* comunica-se com a população da cidade de Picos, Piauí (e conseqüentemente reverbera na região sertaneja piauiense).

Os objetivos específicos são: identificar quem são as pessoas que fazem parte do Coletivo *MultipliCidade* e quais são suas respectivas funções; compreender quais são os meios comunicacionais que o Coletivo *MultipliCidade* utiliza para se comunicar com a população de Picos e investigar se há presença de jornalista(s) na criação das estratégias comunicacionais no Coletivo *MultipliCidade*.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

A presente pesquisa foi de natureza exploratória e análise qualitativa. Utilizamos como métodos de investigação a revisão bibliográfica, o estudo de caso e entrevista, utilizando um roteiro de perguntas semiestruturado.

A pesquisa exploratória tem o “objetivo de proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (GIL, 2002, p. 41). A análise qualitativa é caracterizada, de acordo com Antonio Carlos Gil (2002), como um processo sistemático, com uma sequência das atividades de análise dos dados e, por fim, acontece a interpretação e a redação de relatório para a apresentação dos resultados.

Para a revisão bibliográfica nos embasamos acerca dos conceitos e características de Comunicação Comunitária e Comunicação Alternativa, por meio do estudo de autores e pesquisadores em comunicação, a maioria com trabalhos e discussões sedimentadas sobre a área.

Fizemos o estudo de caso, para entendermos melhor os métodos de comunicação utilizados pelo Coletivo *Multiplicidade*, e utilizamos um roteiro de perguntas semiestruturado, caracterizando a pesquisa como qualitativa.

A pesquisa bibliográfica, segundo Antonio Carlos Gil (2002, p. 44), “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Dessa forma, embasamos nosso trabalho com as leituras que fizemos ao longo da disciplina de Comunicação Comunitária. Antonio Carlos Gil (2002) ainda explica que “a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

poderia pesquisar diretamente” (GIL, 2002, p. 45). Com isso, tem-se um melhor entendimento e desenvolvimento do assunto abordado, quando o estudo está embasado em uma pesquisa bibliográfica.

Também utilizamos o método de Estudo de Caso que, segundo Gil (2002, p. 54), “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”, desse modo, utilizamos o estudo de caso para estudar de forma mais específica e profunda o Coletivo *MultipliCidade*, buscando entender sua forma de comunicação na cidade de Picos, Piauí.

O estudo de caso “é encarado como o delineamento mais adequado para a investigação de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto real” (GIL, 2002, p. 54).

Esse método pode ser utilizado com diversos propósitos, mas, nesta pesquisa, utilizaremos essa metodologia com intuito de “descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação e formular hipóteses ou desenvolver teorias” (GIL, 2002, p. 54). Dessa forma, não temos como meta trazer uma conclusão final sobre o tema abordado, mas sim, formular hipóteses abrindo margem para buscar entender e, ainda, levantar indagações para que novas pesquisas possam ser realizadas com o mesmo tema ou objeto de pesquisa, tendo em vista que, há pouco tempo para a presente pesquisa ser realizada, pois o estudo será realizado durante uma disciplina e não durante dois blocos, como o trabalho de conclusão de curso, onde temos mais tempo para nos aprofundar no objeto pesquisado.

Com a finalidade de atingir nossos objetivos, fizemos entrevistas de forma virtual com mais de cinquenta por cento dos

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

participantes do Coletivo para entendermos o funcionamento do mesmo através de perspectivas e olhares dos diferentes integrantes. Como utilizamos o método de estudo de caso, temos o intuito de coletar dados através das entrevistas já que percebemos que não existem muitas informações em forma documental sobre eles.

Optamos por realizar entrevistas, para coletar os dados necessários e alcançar nossos objetivos. Para as entrevistas, utilizamos aplicativos de mensagem, como WhatsApp, e tendo em vista o momento pandêmico em que estamos vivendo durante a produção do presente trabalho, optamos por fazer todo esse processo de forma virtual para preservar a saúde tanto das pessoas que fizeram as coletas, quanto dos entrevistados.

Para as entrevistas utilizamos como método o roteiro de entrevista semiestruturado.

Para Maria Cecília Minayo (2010), a entrevista semiestruturada dá liberdade ao entrevistado, pois ela possui perguntas abertas e fechadas. O entrevistado pode expor e desenvolver suas ideias, naturalmente, sem a necessidade de respostas formais. Dessa forma, como essa pesquisa está relacionada às vivências do Coletivo acreditamos que utilizar esse método de entrevista ajudou tanto as autoras, quanto os entrevistados pela liberdade proporcionada.

As perguntas foram elaboradas previamente pelas autoras, visando ter um direcionamento no momento da entrevista, mas não era nossa pretensão nos limitarmos apenas a essas perguntas pré estabelecidas. Considerando que cada pessoa tem a sua própria vivência, podem surgir novas indagações ao longo das entrevistas já que pretendemos entrevistar os membros do Coletivo de forma

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

separada no intuito de tentar conseguir captar informações variadas de acordo com as vivências individuais de cada integrante.

As perguntas base foram:

- 1 – Qual seu nome, sua profissão e qual função exerce no Coletivo?
- 2 – Quando você começou a fazer parte do Coletivo?
- 3 – Como surgiu o nome “Coletivo *MultipliCidade*” e qual seu significado?
- 4 – O que o Coletivo *MultipliCidade* significa para você?
- 5 – Quantos são os membros do Coletivo, atualmente?
- 6 – Quais atividades são executadas pelo Coletivo durante o ano?
- 7 – Para você, qual é a importância da comunicação para o Coletivo *MultipliCidade*?
- 8 – Quais as formas e meios comunicacionais que vocês utilizam no Coletivo?
- 9 – Como surgiu a ideia de se comunicar com a população picoense de forma alternativa?
- 10 – Qual público vocês desejam alcançar com as intervenções do Coletivo?
- 11 – Existe algum dos membros formado em Jornalismo?
- 12 – Houve alguma mudança nas atividades de vocês por causa da pandemia?

O presente trabalho foi dividido em três partes.

Na primeira dessas partes vamos nos aprofundar falando mais sobre o Coletivo, as suas ações na cidade de Picos e a sua forma de comunicação, quais meios eles utilizam e de que forma são feitas as atividades.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Na segunda parte trouxemos um capítulo voltado para a fundamentação teórica, em que fizemos o paralelo do Coletivo com os conceitos de Comunicação Alternativa, Comunitária e Popular.

A terceira parte ficou reservada para análise, onde mostramos trechos das entrevistas com os integrantes do Coletivo e vamos fazer uso do estudo de caso.

E, por fim, também apresentamos as Considerações Finais, pois não visamos concluir nada por se tratar de uma pesquisa que abre margem para outras pesquisas, optamos por utilizar considerações finais ao invés de conclusão.

1 – O Coletivo *MultipliCidade* e a sua forma de se comunicar

O Coletivo *MultipliCidade* surgiu em 2015, na cidade de Picos, Piauí, localizada a 307 quilômetros da capital. Em seu tempo de existência procura realizar um trabalho coletivo, sem fins lucrativos e envolvendo pessoas das mais diversas interfaces e matizes de Picos e região.

Ele utiliza intervenções urbanas compostas por cartazes e grafites, e ainda realiza ações sociais incentivando a cultura, a defesa dos direitos humanos e a proteção ao meio ambiente. Além da comunicação visual física o movimento também conta com redes sociais para realizar mediações com a sociedade, fazendo posts sobre as atividades que estão desenvolvendo.

Eles têm três canais de comunicação oficiais virtuais que são:

- Instagram (www.instagram.com/coletivomultiplicidade);
- Facebook (www.facebook.com/ColetivoMultipliCidadePerfil) e
- Site (coletivomultiplicidade.wordpress.com).

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

FIGURA 1 – PÁGINA PRINCIPAL DO COLETIVO MULTIPLICIDADE NO INSTAGRAM



FONTE: INSTAGRAM COLETIVO MULTIPLICIDADE (2022).

O Instagram do *MultipliCidade* conta com centenas de publicações, todas bem definidas em termos de estratégia de público e veiculação, com ótimos destaques visuais e, principalmente, mantendo fiel a coletivização de ideias. O grupo mantém a constância de diferentes tipos de ferramentas disponíveis atualmente pelo Instagram.

No Instagram oficial do Coletivo, logo na biografia (espaço que fica logo abaixo do nome, onde podemos encontrar uma breve descrição sobre o conteúdo do instagram), eles se descrevem como uma organização e, logo em seguida, vêm os temas que eles discutem que são: cultura, direitos humanos e meio ambiente. Em seguida, eles se descrevem como ação social e, logo abaixo, a cidade de onde eles são, Picos, Piauí.

Depois da breve descrição, no espaço reservado para botar um link eles utilizaram o linktr.ee (uma espécie de site onde possibilita

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

inserir vários links já que o próprio Instagram limita seus usuários com somente um link na biografia). No linktr.ee do Coletivo *MultipliCidade* eles optaram por facilitar o acesso de suas outras redes sociais e do site oficial, sendo os links escolhidos: “Versos na Rua e nas Redes – ENVIE SEU TEXTO”; “Site oficial”; “Instagram”; “Facebook – Perfil”; “Página do Facebook” e “vídeos”. Ao clicar na aba vídeos, a pessoa é redirecionada para o YouTube (www.youtube.com/channel/UCVUJj7BQzX_l-xlXxCZqR_w), outro canal de comunicação que o coletivo utiliza para se comunicar com a população. Ao contrário do Instagram, do Facebook e do próprio site, o Coletivo tem atualizado o YouTube. Por isso, por questões metodológicas, o seu estudo não será levado em conta.

Falamos brevemente do Instagram e do linktr.ee pois foi o nosso primeiro contato com eles. Para tentarmos entender melhor sobre o coletivo, fomos em busca do site oficial e pesquisamos na aba do “Quem Somos”, onde encontramos uma breve descrição e apresentação do coletivo, das suas ações e o que eles realizam.

FIGURA 2 – PÁGINA DO COLETIVO MULTIPLICIDADE NO FACEBOOK



FONTE: FACEBOOK COLETIVO MULTIPLICIDADE (2022).

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

No Facebook do Coletivo há uma reverberação de ideias muito parecida com as apresentadas no Instagram. Quantitativamente, é a segunda rede que tem o maior número de interações do *MultipliCidade*.

FIGURA 3 – HOME PAGE DO COLETIVO MULTIPLICIDADE



FONTE: COLETIVO MULTIPLICIDADE (2021).

Na descrição do site encontramos que o objetivo do grupo se expandiu e, hoje, vai além das intervenções urbanas de cunho poético, artístico e cultural, “o grupo também desenvolve atividades de promoção da cidadania, prestação de serviço comunitário e atua em parceria com outras entidades de interesses em comum [...]” (COLETIVO MULTIPLICIDADE, 2021).

De acordo com Cicilia Peruzzo (2005), os movimentos sociais descobriram a utilização da comunicação, que pode ser realizada tanto de forma individual como em grupo, até fazendo uso de meios

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

tecnológicos. Já que a comunicação opera como canal indispensável para a transmissão de informações entre os integrantes do movimento e, também, com seus públicos, com a imprensa, órgãos públicos e toda a sociedade.

No site “coletivomultiplicidade.wordpress.com” (COLETIVO MULTIPLICIDADE, 2021) ainda na parte de “Quem Somos,” eles descrevem quais as temáticas e as ações que pretendem realizar. Dentre elas estão: tornar o espaço urbano mais agradável e menos caótico através de literatura, arte e ações ambientais. Desenvolver ações buscando a promoção e garantia dos Direitos Humanos e enfrentamento a todo tipo de preconceito e discriminação. E, também, fazem atividades referentes à prevenção de ISTs e enfrentamento ao suicídio.

“Desenvolvemos diversas ações, como o projeto Versos na Rua, que a gente capta poesias e poemas de pessoas da cidade mesmo e confeccionamos cartazes e distribuimos na cidade, em locais que existe muita poluição visual” (GRANDE PICOS, 2018), disse o diretor do projeto Edmar Ferreira na entrevista (*op. cit.*) e, com essa fala, nos ajuda a entender mais um pouco as atividades realizadas por eles.

Através de entrevistas feitas com cinco membros do coletivo conseguimos informações mais detalhadas sobre o Coletivo, incluindo quem são os membros atualmente, o significado do nome do Coletivo e a atuação deles na cidade de Picos. Em relação aos integrantes do Coletivo, de acordo com as respostas dos entrevistados, os integrantes são: Edmar Ferreira, Jessica Brandão, Ana Paula de Sousa Costa, Daniel Santos, Alan Portela, Hilário Neto, Emanuel Sousa, Elvis Brito e Mirian Feitosa. Ao todo são nove

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

componentes, sendo sete os responsáveis pela diretoria do Coletivo. Em relação à explicação acerca do nome do Coletivo, de acordo com o *Entrevistado 2*¹ eles trabalhavam inicialmente com arte urbana e daí surgiu o nome *MultipliCidade* dando ênfase ao “C” pois se tratava de algo ligado para a cidade em si e, assim, uniram o fato de trabalharem com algo múltiplo ligado ao aspecto urbano da cidade. O *Entrevistado 2* nos contou que, atualmente, eles buscam ir além do aspecto urbano e trabalham também com ações sociais, direitos humanos e meio ambiente e, dessa forma, o nome passou a ser mais representativo do que como um campo de atuação.

Em relação aos trabalhos realizados pelo Coletivo durante o ano, o *Entrevistado 2* nos disse que eles realizam atividades relacionadas ao calendário social e que tenha relação com o campo de atuação do Coletivo *MultipliCidade*. Desempenham campanhas virtuais “de prevenção à violência contra a mulher nos meses de maio e agosto, campanha de enfrentamento ao tráfico de pessoas em junho, campanha de promoção dos direitos LGBT em maio e junho, campanha de prevenção às IST/HIV/Aids durante o ano todo”, declarou o *Entrevistado 2*.

Eles também desenvolvem o “Varal Literário” que, o *Entrevistado 2*, denominou como “uma exposição itinerante que realizamos com poemas”. Mas tanto o “Varal Literário”, quanto o “Versos na Rua” estão com suas realizações paradas devido ao momento pandêmico. O mesmo membro também citou as intervenções urbanas que são realizadas ao longo do ano,

¹ Para nos referirmos aos membros entrevistados, optamos por utilizar pseudônimos, por motivos éticos, uma vez que se trata de uma pesquisa voltada para o campo científico, por esse motivo, também, não vão constar nas referências.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

abrangendo várias temáticas e utilizando a técnica do lambe-lambe, que é uma técnica de grafite feita em espaços urbanos.

Então, pudemos perceber que, além das redes sociais, eles fazem atividades que envolvem a população de forma presencial, mas que estão as atividades pausadas, no momento, por causa do contexto de pandemia que estamos vivendo. Assim, vemos que o Coletivo busca se comunicar das mais variadas formas com o intuito de fazer com que a população tenha conhecimento e informações sobre os temas que eles desejam elucidar.

2 – O Coletivo *MultipliCidade* e a sua relação com a comunicação comunitária, popular e alternativa

Com a finalidade de embasar nossa pesquisa, vamos explanar acerca de conceitos e teorias referentes à comunicação, comunicação popular, comunicação comunitária e alternativa e demais concepções que circundam os temas já citados, além de fazer um paralelo com nosso objeto de estudo, o Coletivo *MultipliCidade*, buscando alcançar nossos objetivos e trazer hipóteses para a problemática do presente estudo.

De acordo com a pesquisadora em comunicação comunitária, Cicilia Peruzzo (2009, p. 47), “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”. Esse tipo de comunicação surgiu para dar voz ao povo, que vive às margens da sociedade. Ela nasceu da necessidade que essas pessoas tinham de ir em busca dos seus direitos, pela necessidade de sobreviver e, também, buscavam uma participação mais ativa na sociedade e comunidade onde viviam, principalmente,

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

no campo da política, com o propósito de estabelecer a justiça social, em que todos pudessem ter voz.

Raquel Paiva (2017) explica sobre a importância da diversidade de vozes coletivas para a sociedade, que tem como finalidade propagar informações e torná-las acessíveis às comunidades. “Todos esses coletivos são extremamente importantes e contribuem de maneira decisiva para a quebra do monopólio da informação. A multiplicidade de vozes certamente colabora para um cenário de liberdade” (PAIVA, 2017, p. 228). De acordo com as pesquisas realizadas acerca do Coletivo *MultipliCidade*, o mesmo se enquadra em relação aos conceitos explanados por Raquel Paiva (2017) e sobre os conceitos de comunicação comunitária, popular e alternativa.

Quando surgiram os conceitos de comunicação comunitária, comunicação alternativa e comunicação popular, eles convergiam para algo muito parecido, apesar de haver mudanças em sua nomenclatura como, por exemplo, popular, alternativa, comunitária, participativa, horizontal, dentre outros. De acordo com Círcia Peruzzo (2009) a utilização de determinado nome dependia do lugar social, do tipo de prática em questão e da percepção dos estudiosos. Mas, aqui no Brasil, o termo mais utilizado é o de Comunicação Comunitária para se dirigir ao tipo de comunicação em que a parcela da sociedade, conhecida como marginalizada, passou a ter voz.

Círcia Peruzzo (2009) ainda traz uma discussão em relação ao uso do termo comunicação comunitária, segundo ela “na prática, a comunicação comunitária por vezes incorpora conceitos e reproduz práticas tipicamente da comunicação popular em sua fase original e, portanto, confunde-se com ela, mas ao mesmo tempo constrói outros

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

matizes” (PERUZZO, 2009, p. 47). A grande mídia em alguns momentos passou a utilizar o termo comunitário para atribuir algumas das suas produções e em alguns momentos o termo “se desconecta de movimentos sociais e assume feições diversificadas quanto às bandeiras defendidas e mensagens transmitidas” (PERUZZO, 2009, p. 47).

O objetivo da comunicação comunitária é trazer uma nova visão sobre a realidade da comunidade a qual se vive. Para Raquel Paiva (2017), “a comunicação comunitária tem o compromisso com a educação e com a democracia como instância da participação efetiva de sujeitos críticos capazes de julgar e decidir sobre suas vidas, sua cidade, seu país” (PAIVA, 2017, p. 229). Cláudia Lahni e Janaína Morais (2010) ainda explicam que “tal forma de comunicação é essencial para a organização e ações dos movimentos sociais populares, assim como para o exercício do direito à comunicação, especialmente, das pessoas das classes populares” (LAHNI; MORAIS, 2010, p. 4).

Mas, nesse trabalho, utilizaremos o termo comunitário no seu sentido inicial, com intuito de embasar nossa pesquisa relacionado ao Coletivo *MultipliCidade*, que utiliza das suas intervenções e atividades, na cidade de Picos-PI, para dar voz e visibilidade a questões que, em tese, nem precisavam desse tipo de intervenção, pois se tratam de direitos considerados básicos, mas que, na prática, deixam a desejar, fazendo com que seja necessário que determinados grupos mobilizem-se para ir em busca desses direitos e de expressar seus pontos de vista. Para Cristovão Almeida (2010), um dos maiores obstáculos encontrados pelos movimentos sociais é transpassar a cultura autoritária e suas práticas, que resultam na

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

exclusão e marginalização de parcela da sociedade. De acordo com Karine Goss e Kelly Prudencio (2004) até o início do século XX só eram reconhecidos como movimentos sociais trabalhadores organizacionais e trabalhadores que estavam ligados aos movimentos sociais. Mas há uma nova discussão em relação ao uso desse termo, foram criados os novos movimentos sociais, que “tendem a criar e politizar espaços alternativos de lutas. Os ‘novos movimentos’ que surgem na América Latina não se baseiam mais em um único modelo totalizante de sociedade, como ocorria anteriormente” (GOSS, PRUDENCIO, 2004, p. 77).

Os coletivos podem ser vistos como grupos que estão inseridos dentro de movimentos sociais. E os movimentos sociais podem ser vistos como articulações de pessoas que buscam por seus direitos, que na teoria existem, mas na prática ficam à mercê. Cicilia Peruzzo (2010) também traz uma discussão sobre os movimentos sociais, ela explica que eles “são articulações da sociedade civil constituídas por segmentos da população que se reconhecem como portadores de direitos, mas que ainda não são efetivados na prática” (PERUZZO, 2010, p. 1- 2).

Por não terem acesso, de fato, aos seus direitos, os coletivos se mobilizam, sendo assim, formam um grupo de pessoas que estão inseridos em determinados meios e que pensam de forma parecida para ir em busca desses direitos. Cicilia Peruzzo (2010) ainda caracteriza eles como sendo “artífices de primeira ordem no processo de transformação social, embora um conjunto de fatores (liberdade, consciência, união) e de atores (pessoas, igrejas, representações políticas, organizações) se soma para que mudanças se concretizem [...]” (PERUZZO, 2010, p. 1- 2).

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Baseado no que foi discutido anteriormente, o Coletivo *MultipliCidade* se encaixa nesses modelos de comunicação por representar um grupo de pessoas, que pode ser visto e denominado como comunidade. “Uma das características fundamentais do conceito de comunidade é a existência do “nós” [...]. Numa concepção de “comunidade” [...] e entendendo que a pertença a uma comunidade, implica a partilha de significados comuns, bem com relacionais, no sentido de um “eu” em “nós”, ou seja, do eu individual para a totalidade de indivíduos, o coletivo” (CORREIA; COSME, 2011, p. 434).

O Coletivo *Multiplicidade* ainda utiliza a comunicação popular e alternativa com intuito de pautar discussões que, muitas vezes, são invisibilizadas pela grande mídia (impressa, seja televisiva ou online) e, ainda, buscar seus direitos, representando uma parte da população que fica à margem da sociedade. Em outro texto de Cicilia Peruzzo, ela traz um detalhamento maior do que seria essa comunicação comunitária, no sentido que buscamos utilizar neste trabalho. De acordo com Peruzzo (2005, p. 4), “a comunicação comunitária que vem sendo gestada no contexto dos movimentos populares é produzida no âmbito das comunidades e de agrupamentos sociais com identidades e interesses comuns”. A autora inclusive explica, que os interesses por lucros são inexistentes e cita alguns princípios, como: propriedade coletiva e gestão compartilhada, identificação com a cultura e interesses locais, o poder de contribuir com a democratização do conhecimento e da cultura dentre outros, todos ligados aos interesses do coletivo e da comunidade local.

O Coletivo *MultipliCidade* se encaixa neste modo de comunicação, pois são um grupo de amigos(as) que se uniram com a

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

finalidade de elucidar questões e assuntos relacionados à sociedade como: direitos humanos, preconceito e discriminação, racismo, a LGBTfobia, o machismo e a intolerância religiosa, por exemplo. Buscando tornar visível e trazer discussões acerca de temas que não costumam ser tratados de maneira frequente e clara na sociedade e nas mídias no município de Picos, Piauí.

De acordo com Alessandra Possebon e Silas Nogueira (2010, p. 1), “a comunicação alternativa já revelou um grande potencial de mobilização e democratização”, logo, o Coletivo *MultipliCidade* também se enquadra no conceito de comunicação alternativa, tendo em vista que eles utilizam meios diferentes e criativos para se comunicar com a população fazendo as intervenções urbanas, através de cartazes que trazem temáticas que, muitas vezes, não são discutidas com frequência pela população, mas que necessitam de discussão, reflexão e transformação.

De certo modo, o Coletivo *MultipliCidade* traz em suas intervenções uma conscientização de maneira criativa e que alcança o público que passa pelo local onde estão os cartazes e que participam de suas outras atividades, considerando que as intervenções ficam em locais estratégicos da cidade onde há uma circulação maior de pessoas. Cicilia Peruzzo (2009) explica que a imprensa alternativa nasceu tanto do intuito de designar a comunicação popular, quanto uma forma de fugir do que a imprensa convencional publicava no período da ditadura militar. Historicamente, foi um período marcado por censuras e por subjugar quaisquer formas de expressões divergentes às relacionadas ao Governo.

Dessa forma, a comunicação alternativa pode ser vista como algo que foge aos padrões que são expostos nas grandes mídias e

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

nos modelos convencionais de comunicação. Complementam Alessandra Possebon e Silvas Nogueira (2010) quando dizem que a democratização da comunicação está vinculada a outros aspectos “em que os movimentos sociais, as classes subalternas assumam o controle da democracia, o projeto vai além de inclusão social ou das políticas públicas de cultura que se presencia na sociedade latinoamericana” (NOGUEIRA; POSSEBON, 2010, p. 14).

Nesse contexto que Alessandra Possebon e Silas Nogueira (2010) trazem, a comunicação é compreendida de uma forma mais ampliada. Ela:

está vinculada a todas as instâncias da existência, a análise das formas de comunicação que espontaneamente se fortalecem nos grupos subalternos é uma maneira de perceber a dinâmica da própria sociedade que reinterpreta o tempo todo as relações de poder (NOGUEIRA; POSSEBON, 2010, p. 14).

Isto posto, fazendo uma reflexão sobre a comunicação popular e a comunicação alternativa, o Coletivo *MultipliCidade* se enquadra em um molde de comunicação popular-alternativa que, de acordo com Cicilia Peruzzo (2009), em conceito clássico e bem difundido, esse tipo de comunicação está inserida no universo dos movimentos populares e nas lutas por direitos de cidadania que, em suma, podemos observar nas atividades realizadas pelo Coletivo *MultipliCidade*, por meio de suas intervenções e da forma como se descrevem e tratam diversos temas relacionados à sociedade e a comunidade a qual fazem parte.

3 – Análise e discussão dos resultados

Com o objetivo de entender quais são as estratégias comunicacionais do Coletivo *MultipliCidade*, na cidade de Picos, fizemos entrevistas de forma virtual com cinco dos nove membros que atuam no coletivo, atualmente. As entrevistas foram feitas através do aplicativo WhatsApp, tendo em vista o período pandêmico.

Fizemos entre oito e treze perguntas para os entrevistados. Buscamos entender quem eram os membros e a atuação deles no coletivo, depois algumas perguntas eram relacionadas ao próprio Coletivo e, em seguida, sobre estratégias comunicacionais e como viam a importância da comunicação para o Coletivo *MultipliCidade* e para a cidade de Picos. Para sistematizar melhor a análise e não ficarmos apenas com um amontoado de informações, como se refere Antonio Carlos Gil (2002) a alguns dos desafios de utilizar o estudo de caso como método, resolvemos separar quatro perguntas que percebemos serem as mais importantes em relação a identificar melhor a relação do coletivo e a sua atuação comunicacional na cidade de Picos. As cinco perguntas escolhidas foram:

- 1 – Para você, qual é a importância da comunicação para o Coletivo *MultipliCidade*?
- 2 – Qual público vocês desejam alcançar com as intervenções do Coletivo?
- 3 – Como surgiu a ideia de se comunicar com a população picoense de forma alternativa?
- 4 – Quais as formas e meios comunicacionais que vocês utilizam no Coletivo?
- 5 – Existe algum dos membros formado em Jornalismo?

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Para facilitar a análise, separamos em um documento no formato Word essas cinco perguntas e embaixo as respostas dos cinco entrevistados, pois entendemos que dessa forma facilitaria a visualização das respostas de uma mesma pergunta, fazendo com que nós conseguíssemos identificar pontos que convergem ou divergem, assim como perceber qual resposta estaria mais completa e seria mais pertinente utilizar na análise da presente pesquisa, pois, se trouxéssemos apenas as respostas sem nenhum critério, provavelmente seriam muitas informações, o que poderia dificultar a análise em si. Também optamos por utilizar pseudônimos para preservar a identidade dos entrevistados.

Partindo para a análise, em relação à primeira pergunta: “Para você, qual é a importância da comunicação para o Coletivo *Multiplicidade?*”, percebemos que os cinco entrevistados entendem a importância da comunicação como uma forma de conseguir expandir as atividades do Coletivo e também como uma forma de fazer com que as pessoas conhecessem mais o trabalho deles. A comunicação também foi colocada como forma deles conseguirem ser reconhecidos e receberem apoio pelo trabalho que realizam.

Texto 1: “A comunicação é uma peça chave, pois nós construímos nossas intervenções para as pessoas. Então, como contemplamos um público imenso, com graus de instrução diversos, a acessibilidade na nossa comunicação é uma de nossas maiores preocupações”, afirmou o *Entrevistado 3*.

Ainda sobre o primeiro questionamento, no *Texto 1* podemos perceber que o *Entrevistado 3* falou da comunicação como peça

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

chave e, também, trouxe a discussão para a questão da acessibilidade, visto que eles tem um público diverso que acompanham o Coletivo e ainda colocou a comunicação como uma das maiores preocupações do Coletivo, o que é um fator interessante, pois eles mostram que realmente fazem os trabalhos para que outras pessoas vejam e entendam a mensagem que o Coletivo deseja espalhar.

Em relação ao segundo questionamento, que foi: “Qual público vocês desejam alcançar com as intervenções do Coletivo?”, de modo geral os cinco disseram que não tinham um público específico que visam atingir, e sim a quantidade maior de pessoas. É curioso olharmos por essa perspectiva em relação a comunicação alternativa, já que a comunicação alternativa visa dar voz aos que não estão presentes nos meios de comunicação convencionais ou só estão em determinados momentos, então, podemos fazer uma relação com as mídias convencionais, é como se o Coletivo utilizasse as suas intervenções e os meios que eles se comunicam para simplesmente falar e serem escutados, já que os meios convencionais não dão muito espaço para os assuntos e temáticas tratadas pelo Coletivo *MultipliCidade*.

Texto 2: “Como nossas intervenções são urbanas, não dá para almejar atingir um público específico, uma vez que a rua é um espaço para todas as pessoas, mas podemos buscar espaços urbanos para determinar um nicho específico. Podemos citar como exemplo ruas onde possuem escolas. Nem sempre podemos adentrar o espaço da escola para falar sobre saúde sexual ou sobre a necessidade de respeitar as pessoas LGBT, visto que nem toda gerência escolar é favorável a essa abordagem, mas

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

podemos atingir o público estudantil desenvolvendo intervenções urbanas nas ruas que compõem o entorno das escolas, pois são locais de trânsito dos alunos(as)", relatou o *Entrevistado 2*.

No *Texto 2* podemos notar de forma mais clara o que buscamos explicar no parágrafo anterior. O *Entrevistado 2* fala que eles utilizam no meio urbano e as intervenções para falar sobre assuntos que, muitas vezes, não seriam escutados da forma convencional. E isso é um dos formatos da comunicação alternativa, que é utilizar falas que são, muitas vezes, contra hegemônicas.

Raquel Paiva (2001) fala sobre o conceito de hegemonia que, na modernidade, ela passou a ser entendida como a dominação acompanhada pelo consentimento do dominado, então entende-se como contra-hegemônico o dominado que se liberta desta posição e passa a ter voz frente às suas necessidades, objetivos e direitos. E que no caso do Coletivo, são tratados assuntos relevantes, como a saúde sexual ou o próprio respeito às pessoas LGBT como citou o *Entrevistado 3*, mas que, muitas vezes, não tem espaço na mídia convencional.

Sobre a terceira pergunta que é: "Como surgiu a ideia de se comunicar com a população picoense de forma alternativa?", a maioria dos entrevistados citou que a ideia surgiu do atual presidente do coletivo, Edmar Ferreira. E com o intuito de através das intervenções urbanas e das várias formas de comunicação que o Coletivo utiliza pautar debates sobre os temas que eles defendem.

Texto 3: O *Entrevistado 5* falou que o Coletivo "surgiu a muito anos atrás com iniciativa do nosso atual presidente, o Edmar Ferreira, como bom

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

historiador que é, sempre esteve atento às pautas e discussões sociais, bem como enxergou a necessidade de através de intervenções urbanas a exemplo do que outros grupos fazem Brasil e Mundo afora, trazer reflexões, críticas e instigar a população pensar sobre várias pautas”.

Como trouxe o *Entrevistado 5* no *Texto 3*, as intervenções urbanas são uma possibilidade de trazer reflexões para pautas que são importantes mas que ficam à margem da sociedade. O Coletivo surgiu a partir das indagações do “Eu” e que, com a união dos membros, se tornaram “nós” trazendo visibilidade para pautas coletivas e com a finalidade de retratar a multiplicidade de pautas que necessitam ser abordadas na cidade de Picos.

Em relação ao questionamento quatro que foi: “Quais as formas e meios comunicacionais que vocês utilizam no Coletivo?”, onde nós buscamos identificar quais os meios que eles utilizam para fazer as suas discussões e intervenções. O *Entrevistado 2* faz uma comparação acerca da utilização do meio de comunicação no espaço urbano e no meio virtual.

Texto 4: O Entrevistado 2 nos contou que “o feed é algo passageiro, você passa por uma publicação e pode nunca mais vê-la novamente se não compartilhá-la ou você pode vê-la com frequência quanto durar o hype dela na internet. Com a arte urbana, tratando aqui do lambe-lambe, você também tem acesso a ela por um tempo limitado, no entanto essa limitação se refere a sua durabilidade física, pois é possível encontrá-la diariamente no caminho para o trabalho, escola, etc. ou nunca observá-la se não prestar atenção no mobiliário urbano ou nos conteúdos dos muros. Ou seja, são formas de comunicação efêmeras que possuem semelhanças

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

e diferenças no seu resultado, mas que podem causar um impacto e promover algum tipo de conscientização dependendo do seu objetivo”.

No *Texto 3* o *Entrevistado 2* fala sobre como as redes sociais podem ser passageiras e daí a ideia da utilização dos lambe lambe também como uma forma de comunicação que visa atingir outro público e, ainda, utilizando outro meio comunicacional. Nós percebemos que foi dito, nós conseguimos identificar ainda na parte introdutória deste trabalho, quando estávamos descrevendo nosso objeto de estudo. O Coletivo *MultipliCidade* utiliza as mídias sociais como Facebook, Instagram e o site deles, descobrimos que eles utilizam Twitter também e, às vezes, o perfil pessoal dos próprios membros para fazer algum tipo de divulgação.

Texto 5: O *Entrevistado 2* falou que “para além do aspecto artístico do lambe lambe, também usamos esse recurso para passar informação, pois muitos desses materiais que levamos para a rua é com o objetivo de passar informação e promover alguma reflexão sobre a temática que estamos abordando naquele trabalho. Embora o lambe-lambe, o cartaz e o pôster sejam produtos semelhantes, os seus objetivos e características são diferentes. Mesmo assim, também usamos o lambe lambe como forma de comunicação para o espaço, bem como também usamos o cartaz para outros espaços isolados”.

No *Texto 5*, o *Entrevistado 2* traz uma reflexão sobre o uso dos lambe-lambe como uma das formas de se comunicarem com o público e que, dependendo do espaço disponível, eles variam entre o lambe-lambe, o cartaz e o pôster. Mas o intuito central é sempre trazer reflexão acerca das temáticas que eles abordam, o que vai de

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

encontro com outras partes dessa análise também. Eles buscam se comunicar de forma acessível, artística e que chama a atenção da população, fazendo com que temáticas que provavelmente ficariam à margem da sociedade sejam discutidas de uma forma “leve”, utilizando a arte.

A quinta pergunta é relacionada à presença de um jornalista no Coletivo: Existe algum dos membros formado em Jornalismo? Para a nossa surpresa não há jornalistas entre os membros, mas notamos o desejo de que a presença do jornalismo é vista como receptividade em relação ao aprimoramento da comunicação do coletivo, é o que foi notado na fala do *Entrevistado 3* quando diz que “Infelizmente não. Mas o espaço tá aberto e muito nos ajudaria no aperfeiçoamento da nossa comunicação”.

A falta de um profissional ou até mesmo um estudante de comunicação ou de jornalismo nos fez refletir, pois percebemos que a atuação do Coletivo é voltada para a comunicação, principalmente a comunicação alternativa, comunitária e popular, que visam justamente dar voz para temas e temáticas que muitas vezes são silenciadas, e eles utilizam diversas formas e meios para se comunicar. Assim, pensamos que talvez falte uma aproximação dos jornalistas e estudantes de jornalismo da cidade de Picos com outros tipos de comunicação, que não as convencionais (rádio, TV ou portal) e, também, percebemos essa produção científica como uma espécie de provocação para que haja uma reflexão acerca do que estudamos na academia e que comecem a ser executado na prática, já que a cidade possui meios para que o trabalho com comunicação seja realizado de formas alternativas, como é o caso do Coletivo *MultipliCidade*.

Considerações

Com esse estudo percebemos como é a atuação do Coletivo *MultipliCidade* na cidade de Picos, Piauí, e como as ações do Coletivo estão ligadas à comunicação diretamente, mesmo que eles não tratem dessa temática “comunicação” de forma específica. Aqui, podemos perceber como a comunicação é importante e como é surpreendente quando saímos dos veículos de comunicação convencionais e começamos a enxergar a comunicação de outras formas.

Também percebemos que, mesmo o Coletivo não tendo nenhum profissional ou estudante de Comunicação, eles conseguem desempenhar um papel significativo para a sociedade picoense, quando se comunicam de uma forma comunitária, popular e alternativa. Pois formam um grupo que tem interesses em comum e resolveram se unir para, através da comunicação alternativa, dar voz para assuntos que, muitas vezes, não têm espaço nos meios como rádio, TV e portal de notícias, por exemplo. Com as intervenções urbanas através dos lambe-lambe, cartazes e posters, os Versos na Rua, o Varal Literário e as demais atividades que o Coletivo desempenha dentro e fora das redes sociais, eles trazem a debate público temáticas importantes que merecem ser tratadas na sociedade.

Permanecemos destacando que não temos como meta trazer uma conclusão final sobre o tema abordado, mas sim, formular hipóteses abrindo margem para buscar entender e, ainda, levantar indagações para que novas pesquisas possam ser realizadas com o mesmo tema ou objeto de pesquisa, tendo em vista que, há pouco tempo para a presente pesquisa ser realizada, pois o estudo será

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

realizado durante uma disciplina e não durante dois blocos, como o trabalho de conclusão de curso, onde temos mais tempo para nos aprofundar no objeto pesquisado.

Outro ponto interessante que merece destaque é o fato da falta de jornalistas ou estudantes de jornalismo fazendo parte do Coletivo. Com essa pesquisa, percebemos que o Coletivo executa bem o papel de comunicador alternativo, comunitário e popular na cidade e que, talvez, haja uma falta de aproximação dos jornalistas e estudantes de jornalismo até com as temáticas tratadas pelo Coletivo, pois não identificamos com frequência pautas com as temáticas tratadas pelo Coletivo, sendo tratadas, também na mídia tradicional picoense. Mas, temos a consciência de que essa discussão já abre margem até para uma pesquisa futura em relação a ausência dessas pautas e da aproximação dos estudantes de Jornalismo com as temáticas abordadas pelo Coletivo.

Por fim, como foi posto anteriormente, esse trabalho não tem o intuito de finalizar trazendo opiniões e certezas absolutas, mas sim abrir espaço para que novas pesquisas sejam realizadas, quem sabe até tratando do mesmo objeto, tendo em vista a importância comunicacional que o mesmo tem para a cidade de Picos. Acreditamos que alguns questionamentos, principalmente, se tratando dos estudantes e profissionais de jornalismo, podem ser margem para novas pesquisas.

Referências

ALMEIDA, Cristóvão Domingos de. **Cidadania Comunicativa: vozes cidadãs negras na emissora comunitária**. Caxias do Sul: Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

COLETIVO MULTIPLICIDADE. **O que é o Coletivo Multiplicidade**. Disponível em: <<https://coletivomultiplicidade.wordpress.com/sobre>>. Acesso em: 19.jul.2021.

CORREIA, Filomena; COSME, Ariana. **Contributos para a compreensão do conceito de comunidade e escola comunidade educativa**. Guarda: Anais do XI Congresso da Sociedade Portuguesa de Ciências da Educação, Instituto Politécnico da Guarda (Portugal), 2011.

FACEBOOK. **Perfil no Facebook do Coletivo MultipliCidade**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ColetivoMultipliCidadePerfil>>. Acesso em: 06.mar.2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOSS, Karine Pereira; PRUDENCIO, Kelly. **O conceito de movimentos sociais revisitado**. Florianópolis: Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina, 2004, v. 2, nº 1, pp. 75-91.

GRANDE PICOS. **Projeto Coletivo Multiplicidade desenvolve intervenções e ações sociais na cidade de Picos**. 2018. Disponível em: <<https://grandepicos.com.br/2018/03/07/projeto-coletivo-multiplicidade-desenvolve-intervencoes-e-acoes-sociais-na-cidade-de-picos>>. Acesso em: 22.jul.2021.

INSTAGRAM. **Perfil no Instagram do Coletivo MultipliCidade**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/coletivomultiplicidade>>. Acesso em: 06.mar.2022.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

LAHNI, Cláudia Regina; MORAIS, Janaína de Araújo. **O trabalho prático de comunicação em apoio ao movimento social popular:** a experiência com o Coletivo Feminista Maria Maria – Mulheres em Movimento. Caxias do Sul: Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010.

MINAYO, Maria Cecília de Sousa. **O desafio do conhecimento:** pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 2010.

NOGUEIRA, Silas; POSSEBON, Alessandra. **Comunicação e Cidadania:** diálogo necessário. Caxias do Sul: Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010.

PAIVA, Raquel. **Minorias Flutuantes** – Novos Aspectos da Contra-hegemonia. Campo Grande: Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2001.

_____. **O desafio de refunda a comunicação comunitária:** Raquel Paiva indica as potencialidades e faz um balanço do campo de estudos que consolidou no Brasil. Niterói: Revista Mídia e Cotidiano, v. 11, n. 1, 2017, pp. 227-236.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **A Comunicação nos Movimentos Sociais:** exercício de um direito humano. Rioja: Revista Diálogos de la comunicación, n. 82, septiembre – diciembre, 2010, pp. 1-7.

_____. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor.** Rio de Janeiro: Revista ECO-Pós, v. 12, n. 2, 2009, pp. 46-61.

_____. **Direito à Comunicação Comunitária, Participação Popular e Cidadania.** São Paulo: Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, ano II, n. 3, 2005, pp. 18-41.



TEXTO 4

O PODER DA COMUNICAÇÃO NA MEDIAÇÃO DE INFORMAÇÕES E MENSAGENS ECLESIÁSTICAS DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19. ESTUDO DE CASO DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA RELIGIOSA DA ASSEMBLEIA DE DEUS – TEMPLO CENTRAL – EM PICOS – PI

Ana Júlia Oliveira

Evandro Alberto de Sousa

Orlando Maurício de Carvalho Berti

Rafaela de Oliveira Alves

RESUMO

Este texto parte do estudo de caso que analisa o potencial da comunicação para a propagação de mensagens eclesiais durante o período de restrições de circulação ocasionada pela pandemia da COVID-19 em sua primeira onda na cidade de Picos, capital do Sertão do Piauí. A igreja Assembleia de Deus – Templo Central de Picos – como uma instituição missionária e de vivência comunitária foi afetada pela pandemia desde o seu início. Por isso, neste artigo, analisa-se e destaca-se como a igreja evangelizou e utilizou recursos comunicacionais no período pandêmico e as consequências desses trabalhos. Destaca-se as redes sociais como fatores importantes para

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

a manutenção do sentimento comunitário durante o isolamento social de 2020. Mostra-se e também prova-se a importância da comunicação na mediação de informações entre a igreja e a comunidade evangélica local. Considera-se que os resultados obtidos com a adaptação da comunidade religiosa às mídias durante a pandemia como forma de propagar o evangelho, bem como o estado comunicacional da igreja desde a retomada das atividades presenciais. Considera-se ainda que há uma constância na continuação da propagação evangelística por meio de dispositivos virtuais para a manutenção do sentimento comunitário religioso nesta instituição, uma das mais tradicionais e ativas da região sertaneja piauiense.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Comunicação Comunitária; COVID-19; quarentena; Assembleia de Deus.

Introdução

A mídia, dia após dia, torna-se suporte cada vez mais necessário para a sociedade em geral. Com a eclosão da pandemia da COVID-19 e todas as consequências do isolamento social, as mediações midiáticas tornaram-se muito mais necessárias e prementes em praticamente todo o planeta.

Com a sociedade acometida de um desafio inesperado e até a finalização deste artigo (em dezembro de 2021) ainda sem solução, pessoas, empresas e instituições se adaptaram ainda mais à gestão das redes para poderem seguir em frente em meio ao distanciamento social imposto pela pandemia.

Desse modo, até mesmo as igrejas tiveram que traçar estratégias para prosseguirem com a realização de celebrações durante o período da quarentena, principalmente enquanto ainda não

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

havia a esperança da vacinação. Uma das instituições foi a Igreja Evangélica Assembleia de Deus – Templo Central de Picos, no Sertão do Piauí, a 307 quilômetros da capital, Teresina. A instituição seguiu aos decretos estaduais e municipais, teve que suspender temporariamente as atividades presenciais, por duas vezes consecutivas, em questão de meses, entre maio e agosto de 2020.

Segundo Telma Anjos *et al* (2013, p. 6): “as redes sociais na Internet são espaços de interações, articulações que propaga uma nova cultura, nesses espaços as relações expandem assustadoramente entre as pessoas de diversas faixas etárias”. Com a pandemia de COVID-19 que afetou drasticamente a sociedade, a Assembleia de Deus em Picos teve que fechar as portas e traçar estratégias no ambiente digital, adaptando-se às redes sociais para continuar com a realização dos cultos, e prosseguir com a mediação de mensagens eclesiais e informações para a comunidade cristã.

Com seu templo Central localizado na Avenida Deputado Raimundo de Sá Urtiga, nº 1000, bairro São José, em Picos, CEP: 64601-228, e inscrito no CNPJ 35.126.465/0001-78, a AD Picos (como é conhecida), faz parte de uma rede de trinta e quatro congregações, sendo ela a que se denomina templo sede ou igreja “mãe” das demais congregações no solo picoense. Ou seja, é a igreja, entre as assembleianas, que tem o poder central de reverberação de ideias.

Segundo Valdênia Curinga (2019, p. 54) “o termo congregação significa o templo onde as pessoas se reúnem em prol de cultuar a Deus”, mas popularmente designamos congregações todas as igrejas que fazem parte do templo central, como uma espécie de subdivisão da Sede da igreja. Cada congregação possui

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

um dirigente e obreiros locais, e todos seguem as instruções do pastor presidente, que é dirigente da igreja central. A sede da AD, segundo Matheus Nunes (2021), contava com aproximadamente quatrocentos e vinte membros ativos até o segundo semestre de 2021.

Este trabalho parte de um estudo de caso e tem como proposta analisar a forma como a igreja Evangélica Assembleia de Deus, em Picos (Piauí), mediou as informações desde o isolamento social até a retomada das atividades presenciais depois da primeira onda da pandemia, focando na igreja e sua vivência missionária e comunitária, como também o uso das mídias para expansão desta vivência durante o distanciamento social ocasionado pela pandemia da COVID-19.

Leva-se em conta, metodologicamente falando, o período de maior isolamento social, decorrente da primeira onda da pandemia na cidade, principalmente entre o segundo e o terceiro quartos do ano de 2020. Esse foi o período mais nevrálgico da doença, principalmente porque ainda não havia vacinas e praticamente tudo na cidade de Picos foi afetado, inclusive tendo de fechar as portas.

O estudo de caso se faz necessário porque esse tipo de procedimento ajuda a descrever o sujeito-objeto. Parte-se dos conceitos de estudo de caso balizado na obra de Robert Yin (2005). Para realização da análise, utilizou-se, como metodologia, pesquisa bibliográfica para reflexão da temática proposta. O estudo de caso contou com uma abordagem exploratória e descritiva, com a coleta de dados por meio de entrevistas e análise de conteúdo digital da igreja, para um detalhamento aprofundado do assunto. A metodologia e seus resultados serão melhor explicados no decorrer deste artigo.

1 – A Assembleia de Deus no Brasil, no Piauí e em Picos (Templo Central). Uma igreja missionária e de vivência comunitária

A igreja evangélica Assembleia de Deus no Brasil surgiu por meio de dois missionários suecos, Daniel Berg e Gunnar Vigren, no dia dezanove de novembro de 1910, na cidade de Belém (estado do Pará). Durante as primeiras décadas do século XX foi expandindo por toda a nação brasileira e atualmente está presente nas 27 unidades federativas do País. Segundo Adriano Valadares, Ezequias Veloso e Verânimo Faria Neto (2019, p. 16), “os suecos foram recebidos ao chegarem a Belém”, pela igreja Batista, mas tiveram divergências doutrinárias e a partir de então fundaram outra denominação “Missão de Fé Apostólica”, que em onze de janeiro de 1918 passou a chamar-se Igreja Evangélica Assembleia de Deus.

Segundo Valdênia Curinga (2019, p. 30), “desde o surgimento dessa nova doutrina a assembleia de Deus chegada em 1910 tem ganhado novos adeptos [...] expandindo e a crença acerca da salvação abrange um grande número populacional”.

A denominação assembleiana é bastante conhecida por possuir uma doutrina diferente das demais denominações evangélicas. Seus usos e costumes são de origem conservadora, desde o início da fundação da igreja.

De acordo com Everson Souza (2017, p. 678):

Se tratando dos ensinamentos doutrinários da Assembleia de Deus no Brasil, seus ensinamentos também têm base nos ensinamentos de Cristo e também de seus discípulos, que foram sendo passados por cristãos de geração para geração e chegaram então até hoje aos cristãos assembleianos.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

A igreja evangélica sempre teve a figura de Jesus Cristo como centro e utiliza-se da Bíblia Sagrada para pautar sua vivência e ações. A propagação de mensagens eclesiais é a principal missão da igreja, já que é uma ordenança bíblica: “E disse-lhes: ‘Vão pelo mundo todo e preguem o evangelho a todas as pessoas’” (BÍBLIA, Marcos 16:15, NVI). A obra missionária consiste na missão que Cristo deu a igreja para anunciar o evangelho para todas as pessoas, independente de etnia, religião, fatores políticos, etc. A igreja está pautada em anunciar a palavra de Deus e cumprir sua missão.

Conforme Timóteo Carriker (2009, p. 74) “[...] Se Deus é o agente da missão, ele não trabalha sozinho, seu instrumento é um povo específico. A missão também é a tarefa da igreja que, por sua vez, é derivada então da missão de Deus”.

Desde o início da fundação da igreja que o congregar no templo, na companhia dos seus membros é um fator importante para a comunidade evangélica e simboliza a presença de Cristo. “Porque, onde estiverem dois ou três reunidos em meu nome, eu estou no meio deles” (BÍBLIA, Mateus 18:20, NVI).

Sendo assim, podemos considerar que “a doutrina cristã também envolve reuniões frequentes e contato constante entre os fiéis, que contrariam o isolamento e a solidão, dando origem a uma comunidade próxima com relacionamentos fortes” (ALVES, 2019, p. 15). Assim, como também reflete Camile Alves (2019) a realização de cultos presenciais é uma característica predominante nas igrejas, que contam com a participação de seus fiéis em todas as escalas de trabalho, e esse envolvimento desenvolve satisfação e bem-estar, pois a igreja também é uma instituição social.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Segundo Valdênia Curinga (2019, p. 30), “[...] a crença acerca da salvação abrange um grande número populacional, dentre as cidades alcançadas está a cidade de Picos [...] os costumes foram sendo repassados de geração”.

Conforme Lidiane Rêgo (2018, p. 8), para chegar no Estado do Piauí, a igreja evangélica Assembleia de Deus passou pela “determinação da Convenção Geral das Assembleias de Deus”, e somente em 1914 o Piauí recebeu sua primeira igreja dessa denominação, na cidade de Piripiri (no Norte do estado, a 465 quilômetros de Picos), inicialmente denominada Sociedade Evangélica. Mas em 1936 foi oficialmente fundada como Assembleia de Deus, e implantada em Teresina, localizada na Rua Olavo Bilac, número treze, no centro da capital piauiense (a 307 quilômetros de Picos).

Segundo Valdênia Curinga (2019), em Picos, Piauí, as primeiras conversões ao evangelho se deram pelo trabalho do Pastor Benjamim Ramos de Oliveira, mas pela dificuldade em encontrar documentos que descrevem o histórico da implantação da igreja na cidade, não se sabe a data exata de alguns acontecimentos, inclusive o período em que Benjamim Oliveira semeou o evangelho na cidade de Picos.

Valdênia Curinga (2019), relata que por volta de 1944, um senhor chamado Catarino Varjão, do Rio de Janeiro, que foi um missionário precursor e pioneiro assembleiano, realizou os primeiros cultos em Picos, na casa dos convertidos ao evangelho, já que a igreja não possuía um templo físico. Posteriormente, os trabalhos passaram a ser realizados em um pequeno salão alugado, e somente em 1979 a igreja passou a ter um templo físico, através do trabalho

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

realizado pelo pastor José Veras Fontenelle, que estava em Picos desde 1974.

Valdênia Curinga (2019), diz que desde meados de 1989, até o ano de 2019 a igreja AD em Picos era pastoreada por Luís Pereira de Sousa (*in memoriam*). “Um grande contribuinte na expansão da igreja na cidade de Picos, desenvolvendo um grande trabalho missionário em seu tempo de ministério na região, e inaugurando trinta e cinco templos da assembleianos em Picos” (CURINGA, 2019, p. 39). Até o segundo semestre de 2021 a igreja era pastoreada por Carlos Alberto Costa de Sousa, que assumiu o cargo em novembro de 2018, desenvolvido obra missionária, traçando novas estratégias para propagação e expansão da Obra e ampliando os canais comunicacionais da igreja.

2 – Comunicação e Comunicação Comunitária. Rumos para a coletivização de ideias

A comunicação sempre esteve presente na sociedade e tem evoluído muito com o passar dos anos. Conseqüentemente, os avanços tecnológicos permitiram (mesmo que de maneira heterogênea e, às vezes, desigual) um rompimento no modelo mais tradicional da comunicação, e uma adaptação à multidisciplinariedade, garantindo uma onipresença na sociedade contemporânea, sendo também um fator de representatividade de um meio, uma vez que a comunicação permite a manifestação de culturas, pensamentos e saberes.

Os fluxos dos processos comunicacionais, destacados por David Berlo (2003), em emissão, que passa por um meio até atingir a recepção, ganha novos tons e novas direções, inclusive,

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

contemporaneamente, destacando-se o poder horizontal da informação suplantando o modelo vertical, em que a ponta superior representava a emissão.

Segundo Paulo Gomes (2007, p. 4), “os processos de comunicação, como processos representativos, são partes constitutivas de culturas, de representação de mundos, desde que se refiram a processos sociais e produtivos”. O autor também faz uma relação entre “realidade” e “virtualidade”, que estão ligadas ao grau de conectividade do indivíduo com o ciberespaço, mostrando que cada dia mais a sociedade está adepta a esse meio onde é possível o transitar de informações no mundo virtual.

A comunicação nunca esteve tão dinâmica e instantânea como na atualidade, principalmente nos tempos de crise, onde ela se tornou chave principal para interações entre os indivíduos. Na pandemia ocasionada pela COVID-19, que repentinamente parou o mundo e a obrigatoriedade de isolamento social por parte da sociedade, as redes contribuíram para a mediação de informações, realização de atividades empresariais, acadêmicas, religiosas, dentre outras, contribuindo assim na manutenção do sentimento comunitário. Por mais paradoxal que seja, também com a ampliação de meios, de canais e de perspectivas comunicacionais, também vimos, nesse período de COVID-19, o aumento do silenciamento e da sensação de, muitas vezes estarmos sem ser ouvidos entremeio a tantas possibilidades de vozes.

Por outro lado, a comunicação comunitária se tornou um assunto que tem estado cada vez mais em evidência com o passar dos anos. Por suas semelhanças, em algumas circunstancia acaba sendo confundida com a comunicação popular: “Na prática a

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

comunicação comunitária incorpora conceitos e reproduz práticas tipicamente da comunicação popular em sua fase original e, portanto, confunde-se com ela, mas ao mesmo tempo constrói outros matizes” (PERUZZO, 2009, p. 47).

Orlando Berti (2019) diz que a comunicação comunitária é a comunicação na, da e para as comunidades, ou seja, feita dentro, com a intenção de abranger os membros das comunidades e com o intuito de reverberar, primordialmente, entre as comunidades.

Apesar de sua semelhança com a comunicação popular, a comunicação comunitária em alguns casos, opera por outro viés. Às vezes ela se desconecta de movimentos sociais e assume feições diversificadas quanto às bandeiras defendidas e mensagens transmitidas. Olhando por um ponto de vista social: “A comunicação comunitária recorre a princípios da comunicação popular, podendo haver certa distinção entre uma experiência e outra, segundo as características de cada situação” (PERUZZO, 2009, p. 55).

Cicilia Peruzzo (2009) também caracteriza a comunicação comunitária por processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, com a finalidade de desenvolver a educação, a cultura e ampliar a cidadania. A autora destaca a comunicação comunitária como uma forma de exercitar o direito à comunicação, e uma das denominações para a comunicação popular, participativa, horizontal ou alternativa, entre outras expressões para se referir ao processo comunicativo levado a efeito por movimentos sociais populares e organizações sem fins lucrativos da sociedade civil.

A Assembleia de Deus, principalmente em seus territórios físicos, também proporciona a formação de comunidades,

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

notadamente quando há um conagraçamento, balizado nas questões religiosas cristãs, promovendo-se a união, o respeito, a coletividade e o espírito maior de respeito. Ao utilizarem os canais tradicionais, notadamente radiofônicos, como é o caso do arrendamento da AM Esperança, bem como da utilização de recursos virtuais, a Assembleia de Deus está promovendo rumos de comunicação comunitária.

Quais as consequências desses processos e como se desenrolaram no período pandêmico, notadamente na fase da primeira onda da COVID-19?

É o que veremos a seguir.

3 – Além do poder da comunicação para a propagação de mensagens eclesiais durante a pandemia da COVID-19. Estudos de caso da Assembleia de Deus – Templo Central de Picos, Piauí

Com a chegada da pandemia do coronavírus em solo piauiense, no dia 15 de abril de 2020, acompanhada de uma rápida e incompreensível transmissão de um vírus até então desconhecido, o Governo Estadual passou a aplicar decretos para determinar o fechamento dos estabelecimentos em todo o território, desenvolvendo assim, várias medidas como forma de conter a disseminação do vírus, como destacou o UOL (2022).

A partir disso, repentinamente as instituições comerciais, de entretenimento e até as igrejas no estado do Piauí tiveram que fechar as portas, e pensar em estratégias para continuarem com a realização dos trabalhos de forma segura, como ocorreu com a igreja Evangélica Assembleia de Deus – Templo Central em Picos.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Em entrevista, o pastor local, Carlos Alberto Sousa (2021), descreve seu primeiro impacto com a chegada da pandemia do coronavírus em Picos,

A pandemia pegou todos de surpresa, de surpresa porque não estávamos acostumados com isolamento, distanciamento e com restrições que eram impensáveis no âmbito de liberdades. À primeira vista, foi de completa desesperança, de tristeza sem poder congrega, sem poder abrir a igreja, nosso povo desempregado, e a maioria sofrendo (SOUSA, 2021, p. 1).

Para uma igreja de vivência missionária e comunitária ativa, fechar as portas significaria o desenvolver de vários prejuízos sociais, financeiros e principalmente espirituais, uma vez que a comunidade evangélica local se desprenderia de um de seus principais costumes que é a realização de cultos presenciais, como forma de promover a socialização e interação entre os membros que se reúnem diariamente para prestarem culto e aprenderem mais das Escrituras Sagradas, como destaca Camile Alves (2019).

Por outro lado, isso também afetaria na folha de pagamento de vários compromissos feitos pela instituição, e conseqüentemente uma quebra no setor financeiro, uma vez que vários de seus membros perderiam seus trabalhos seculares pelas dificuldades imposta pela pandemia e que atingiram o mercado nacional, estadual e municipal.

O mundo parado, com os variados decretos para que todos ficassem em casa, conseqüentemente, todos os estabelecimentos sofreriam danos, assim como a igreja, que ajudava seus membros mais necessitados financeiramente, desenvolvendo uma linda ação

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

social. Vale ressaltar que o “não congregar” afetou negativamente vários fiéis, pois o sentimento de desesperança abundava diante de uma causa aparentemente sem solução e sem compreensão.

Então, imagine o desespero que é olhar para uma igreja do tamanho de Picos e ver centenas de pais de famílias desempregados, as rendas da igreja caindo com uma folha de pagamentos enormes e compromissos para cumprir, projetos que tiveram que ser cancelados, festas que tiveram que ser canceladas, o isolamento de famílias associado ao medo e ao terror psicológico e tudo isso sem podermos fazer acompanhamento aos membros, sem poder fazer visitas e infelizmente, tivemos perdas, perdas físicas de irmãos que morreram, outros que se desviaram, enfim, são desafios que não estávamos preparados para enfrenta-los (SOUSA, 2021, p. 1).

Por esse motivo, a igreja traçou várias estratégias para aliviar a tensão que a comunidade local se encontrava, todas elas se utilizando de recursos digitais, principalmente das mídias sociais.

O líder da Assembleia de Deus em Picos então optou pela realização de cultos de forma online, pela plataforma *Youtube* e rede social *Instagram*, pelas quais promovia interação e inclusão com os membros locais, a comunidade local e de outras cidades, levando assim esperança e ânimo para aqueles que tiveram que se adequar ao tão exigido “Fique em casa”.

Por ser tão adepto aos meios digitais, e por considerar as redes sociais como uma importante ferramenta para expansão e propagação do evangelho, principalmente em tempos de crise, o pastor Carlos Alberto Sousa pontua que enfrentou duras críticas

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

pelos cristãos mais tradicionais e que não acompanham o crescente avanço tecnológico. Mas ainda assim acredita que seu contato contínuo com essas ferramentas tenha contribuído demasiadamente para ajudar os fiéis diante da pandemia.

Eu sou pastor pioneiro nas Assembleias de Deus no Piauí a usar as mídias sociais. Eu sofri muitas críticas pesadíssimas no início, muitas delas desleais, mas isso me deu estrutura para na pandemia traçar estratégias para exatamente manter esse sentimento comunitário, sentimento de unidade (SOUSA, 2021, p. 1).

Nayara Rosolen (2020) destaca que mesmo não sendo uma novidade a transmissão de cultos, ao vivo ou até mesmo gravados, por emissoras de rádio e TV, por já fazer parte da rotina de milhões de religiosos em todo o mundo, em pequenos estados do Brasil isso não era visto com frequência, pela priorização das atividades presenciais.

Porém, na obrigatoriedade de isolamento social, a realização dos trabalhos ganhou uma nova configuração e a solução encontrada foi a realização de *lives* transmitidas pelas mídias *YouTube* e *Instagram*.

Em buscas, observou-se que foram realizadas quinze transmissões através do canal do *YouTube* do Pastor Carlos Alberto, localizado no endereço: <https://youtube.com/c/PrCarlosAlbertoOficial>, sendo que duas das programações foram realizadas para o público infantil, tendo por maior alcance uma faixa de oitocentas e vinte e três visualizações, um número significativo considerando a quantidade de membros ativos na igreja central, mostrando, inclusive, que o

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

conteúdo também é recepcionado por comunidades fora do ambiente comunitário picoense e até piauiense.

FIGURA 1 – CANAL DO YOUTUBE DO PASTOR CARLOS ALBERTO



FONTE: YOUTUBE PASTOR CARLOS ALBERTO, 2021.

As transmissões compreenderam um período de aproximadamente dois meses e meio, momento este em que a igreja foi obrigada a seguir o decreto de fechamento. Conforme descrito na tabela a seguir:

TABELA 1 – DATAS DAS LIVES NO YOUTUBE E DADOS SOBRE VISUALIZAÇÕES E CURTIDAS

	DATA	VISUALIZAÇÕES	Nº CURTIDAS ATÉ O FIM DO 1o SEMESTRE DE 2021
1º Live	08 de maio de 2020	823	85
2º Live	12 de maio de 2020	425	60
3º Live	15 de maio de 2020	635	73
4º Live	20 de maio de 2020	346	45
5º Live	20 de maio de 2020	504	44

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

6º Live	22 de maio de 2020	359	37
7º Live	27 de maio de 2020	764	94
8º Live	03 de junho de 2020	306	36
9º Live	05 de junho de 2020	384	43
10º Live	15 de junho de 2020	407	40
11º Live	29 de junho de 2020	339	46
12º Live	12 de julho de 2020	261	39
13º Live	13 de julho de 2020	268	24
14º Live	19 de julho de 2020	589	75
15º Live	20 de julho de 2020	290	26

FONTE: LEVANTAMENTO DAS AUTORAS E AUTORES DESTE ARTIGO.

Com um período de duração em torno de cinquenta minutos a uma hora, as *lives* foram realizadas à noite de forma estratégica, pelo fato de muitos membros estarem em *home office* durante o dia. À noite seria o horário ideal para que todos pudessem participar das transmissões, que eram anunciadas através do Instagram criado para a igreja, redirecionando o público ao Canal do *Youtube* do pastor.

De acordo com Matheus Nunes (2021), a decisão de realizar as transmissões pelo canal do pastor deu-se pelo fato da igreja não possuir canal próprio, apenas conta no Instagram, e pela urgência de se adaptar a um novo meio repentinamente, devido o Decreto Estadual para fechamento dos estabelecimentos.

O pastor local Carlos Alberto sempre foi adepto aos meios digitais, como forma de propagar mensagens eclesiais no meio virtual, e isso facilitou o processo de inclusão da igreja, uma vez que o *YT* só permite realização de transmissões em canais a partir de mil inscritos, número já ultrapassado pelo pastor em seus anos de redes sociais, então seu canal pessoal foi alternativa positiva para a realização dos trabalhos. As transmissões contavam com a presença do pastor e poucos convidados cantores e pregadores, que seguindo

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

todos os protocolos da OMS, levaram palavras e canções aos lares. O pastor destaca que todos os departamentos da igreja se uniram para desenvolver projetos que envolvessem todas as faixas etárias, também foram realizados trabalhos missionários, onde a igreja esteve ajudando famílias carentes de várias regiões, abençoando não só a comunidade evangélica local, como também pessoas não evangélicas. Nisso destacamos o papel missionário da igreja que é levar o amor de Cristo não só por palavras, e sim por ações e atitudes, atuando também como um agente de transformação social.

Traçamos metas de missões pelas mídias, e colocando folhetos embaixo da porta, dirigindo cultos de dois em dois pelas ruas. Tivemos o drive thru kids, o departamento infantil fazendo evangelismo de crianças em carros e os cultos através das lives e foram verdadeiras bênçãos e estão gravadas aí para os anais da história (SOUSA, 2021, p. 1).

Portanto, é visível o papel inclusivo das redes sociais, sua potencialidade em tempos de crise e seu inestimável alcance

dessa forma, não alcançamos só a igreja de picos, alcançamos igrejas no Piauí, no Brasil e no mundo. Recebemos mensagens de pessoas do mundo, e agora recebemos o testemunho de uma jovem de Portugal que disse que iria tirar sua própria vida e ouvindo as transmissões, desistiu daquilo e toda a sua família se rendeu a Cristo (SOUSA, 2021, p. 1).

De acordo com Nayara Rosolen (2020, p. 1) “as mídias digitais multiplicaram estes números e aproximam mais as pessoas, em particular nesses tempos de pandemia do novo coronavírus”.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

O intuito principal dessas transmissões, principalmente na fase inicial da pandemia, exclusivamente no isolamento, era fazer com que fiéis se sentissem acolhidos mesmo em meio a um momento tão conturbado, através de uma rede que estava sendo explorada de forma massificada, levando um pouco das programações para dentro dos lares de cada um como uma forma de esperança e renovação da fé, promovendo assim a interatividade e inclusão de públicos de diversas faixas etárias e localizações, o que é característico das redes sociais, como refletem Telma Anjos *et al* (2013).

Manuel Castells (1999) destaca que qualquer fenômeno que manifeste ocorrência de interligação entre seus membros pode ser chamado de rede, e isso também se verifica no mundo digital e nas redes sociais. A sociedade em rede permitiu uma horizontalidade de conexões entre membros de um determinado grupo organizado por meio de circuitos, sem necessidade de um centro que os coordene, como no primeiro formato que marcou a civilização, conhecido como modelo piramidal. Então ele destaca que o que marca a internet são infinitas ordens onde todos se conectam e somos marcados por essa teia de conhecimento que busca incessantemente pela troca de informações através das redes.

Segundo Matheus Nunes (2021), em agosto de 2020, com a autorização do Governo do Piauí para a retomada das atividades presenciais, a igreja teve que seguir alguns protocolos, como a limitação no número de presentes por reunião, seguindo a regra de reduzir a trinta por cento e seguindo todas as normas impostas pela OMS. A instituição então passou a dividir as atividades por departamento e em dois horários específicos, não ultrapassando uma hora e meia por reunião, e seguindo a seguinte programação:

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

TABELA 2 – PROGRAMAÇÃO DOS HORÁRIOS DAS TRANSMISSÕES

HORÁRIO	DEPARTAMENTO
17:30 às 19:00	Senhoras e crianças
19:00 às 20:30	Jovens e adolescentes

FONTE: LEVANTAMENTO DAS AUTORAS E AUTORES DESTE ARTIGO.

Atualmente a igreja realiza as atividades presenciais normalmente, seguindo os protocolos do uso obrigatório de máscaras, distanciamento social e uso de álcool gel, durante todo o trabalho, como também continua transmitindo as atividades e mediando informações através de *lives* realizadas no Instagram da igreja @ad_picos, localizada no seguinte endereço: www.instagram.com/adpicos_oficial, que conta diariamente com um considerável número de visualizações de pessoas em todo e qualquer lugar.

FIGURA 2 – INSTAGRAM DA ASSEMBLEIA DE DEUS – TEMPO CENTRAL – DE PICOS



FONTE: INSTAGRAM DO TEMPLO CENTRAL DA ASSEMBLEIA DE DEUS DE PICOS, 2021.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Esses dados são destacados, pois o que é benéfico, como forma de manter o sentimento comunitário da igreja, bem como propagar a mensagem do evangelho, destacando assim o potencial informacional das redes sociais.

Então, hoje a gente investe mesmo, nós temos transmissões dos nossos cultos de doutrina através do *Facebook*, do *Instagram* da igreja, do canal no *YouTube*, e vamos aprimorar isso, e logo, logo vamos transformar isso em transmissões de muita qualidade para abençoar muitas pessoas em todo o mundo (SOUSA, 2021, p. 1).

O pastor local ressaltou que pretende investir em recursos para um departamento comunicacional na igreja, afim de alcançar pessoas em todo o mundo. Ou seja, uma das principais consequências comunicacionais desse período foi a crença no potencial comunicacional dos cultos e, principalmente, o entendimento de que a igreja também pode se comunicar virtualmente.

Considerações finais

A alta taxa de transmissão do coronavírus entre março e agosto de 2020 obrigou a sociedade em geral a tomar medidas para deter o avançar da doença, isso incluiu uma série de mudanças comportamentais, dentre elas o isolamento. Sem a circulação de pessoas e o contato entre indivíduos, todas as organizações sociais foram afetadas e em todas as áreas, desenvolvendo um ambiente propício para a desesperança. A igreja foi surpreendida com o isolamento social, tendo que se adaptar a uma nova rotina e

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

realidade. O processo de isolamento não foi fácil, já que a igreja sempre esteve acostumada adotar reuniões presenciais, porém, o processo de adaptação com as redes sociais foi de maneira mais rápida e benéfica. Então, o desafio foi traçar estratégias envolvendo a gestão das redes, de forma que todas as igrejas de Picos, macrorregião, de outras cidades, estados e até países também fossem alcançados com as transmissões virtuais. As redes sociais com suas variadas ferramentas permitiram o contato virtual, muito mais que a troca de informações, uma troca de afeto, mensagens de esperança e sentimento de comunidade. As transmissões alcançaram bons números de acompanhamento e as redes sociais se tornaram uma ponte entre os fiéis e as programações da igreja durante a primeira onda da COVID-19 no Estado do Piauí.

Destarte, a comunicação é a chave para as interações sociais, por meio dela a comunidade interage, transmite ideias e ajuda na construção de um pensamento sobre determinada temática. Em tempos de conflitos e incertezas, é essencial investir na comunicação, traçando estratégias e buscando novos caminhos para manutenção de relações pessoais entre as variadas organizações que compõem a sociedade. Ligada à comunicação e contribuinte para a expansão de informações e interligação entre indivíduos, as redes sociais contribuem assiduamente para a troca de informações.

Os veículos de comunicação cada vez mais têm ganhado espaço em todas as esferas da sociedade, e as igrejas Assembleianas que sempre foram tão tradicionais também estão adotando esses veículos, como foi o caso da igreja evangélica Assembleia de Deus na cidade de Picos – Piauí. A obra missionária desenvolvida por esta igreja tem provado desse potencial das redes,

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

e investido cada vez mais em recursos que garantam uma maior e melhor experiência para aqueles que estão e estarão acompanhando, através das redes sociais, os trabalhos realizados pela igreja.

A pandemia do coronavírus já dura mais de dois anos, e como não se sabe quando e como tudo isso passará, a sociedade tem que estar preparada em todos os sentidos e em constante atualização, sabendo que no pós-pandemia, dificilmente tornaremos ao estado natural das coisas.

Após praticamente três ondas (uma no início de 2020, uma entre 2020 e 2021 e a terceira entre 2021 e 2022) tiramos mais lições, entendemos mais a convivência com a doença e compreendemos o quanto a comunicação foi crucial para a manutenção do comunitarismo, notadamente em ambientes eclesiais.

A Assembleia de Deus, ao conectar-se com o mundo por meio dos canais virtuais, não só interliga mais seus membros, notadamente os das novas gerações, mas também os integra e fortalece as próprias questões eclesiais para o dia a dia e o trabalho missionário histórico dessa instituição religiosa que contribui e tem muito ainda a contribuir com a cidade de Picos.

Referências

A BÍBLIA. **Jesus pregando**. Rio de Janeiro: King Cross Publicações, 2008.

ALVES, Camile Motta. **Igrejas e mídias sociais**: um plano de comunicação para o Instagram da Igreja Batista Alameda. Curitiba: Trabalho de Conclusão de Curso à Comunicação Social – Jornalismo, Setor de Artes, Comunicação e Design da UFPR – Universidade Federal do Paraná, 2019.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

ANJOS, Telma Dias Silva; ARAÚJO, Kátia Soane Santos; BRANDÃO, Inaiá; HETKOWSKI, Tânia Maria. **Inclusão na rede**: redes sociais construídas da interação dos alunos APAE/SSA com a web. Curitiba: Anais do XI EDUCERE – Congresso Nacional de Educação, 2013.

BERLO, David K. **O processo da comunicação** – introdução à teoria e à prática. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Vinte e um anos da lei de rádios comunitárias no Brasil**. Pontos e contrapontos. Mariana: Revista Rádio-Leituras, v. 10, n. 2, 2019, pp. 150-171.

CARRIKER, Timóteo. **Teologia da Missão**. São Paulo: Revista de Missiologia Online, v. 1, n. 1, 2009, pp. 72-88.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CURINGA, Valdênia Gomes. **Silenciamento feminino**: memórias sobre a implantação da Assembleia de Deus em Picos. Picos: Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Bacharelado em Jornalismo da IERSA – Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, 2019.

FARIA NETO, Verônimo; VALADARES, Adriano Avelar; VELOSO, Ezequias Júlio. **O surgimento da Igreja Assembleia de Deus em Caratinga**. Caratinga: Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no curso de Bacharelado em Teologia da Faculdade Uriel de Almeida Leitão, 2019.

GOMES, Paulo de Tarso. **A sociedade da Comunicação e seus processos constituintes**: ciberespaço, comunidades e ontologias. Caxambu: Anais da 30ª Reunião da ANPED, 2007.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

NUNES, Matheus. **Sobre a Assembleia de Deus de Picos.** Entrevista presencial concedida da Rafaela Alves de Oliveira, em 15 de julho de 2021.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor.** Rio de Janeiro: Revista ECO-Pós, v.12, n. 2, 2009, pp. 46-61.

RÊGO, Lidiane da Silva. **Além dos joelhos no chão:** atuação feminina na igreja Evangélica Assembleia de Deus Ministério Missão em Teresina – PI (2000 – 2010). Teresina: Trabalho de Conclusão de Curso em Teologia, 2018.

ROSOLEN, Nayara. **Pandemia acelerou o contato da Igreja por meio das mídias sociais.** Disponível em: <<https://www.uninter.com/noticias/pandemia-acelerou-o-contato-da-igreja-por-meio-das-midias-sociais>>. Acesso em: 18.ago.2021.

SOUSA, Carlos Alberto. **Sobre a Assembleia de Deus de Picos – Templo Central.** Entrevista por telefone concedida da Rafaela Alves de Oliveira, em 19 de agosto de 2021.

SOUZA, Everson de Oliveira. **Usos e costumes e a origem da Assembleia de Deus e de seus usos e costumes.** Vitória: Revista Eletrônica de Teologia e Ciências das Religiões, v. 5, n. 2, 2017, pp. 676-694.

UOL – UNIVERSO ONLINE. **Teresina (PI) tem os dois primeiros casos de morte na cidade.** Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/03/29/teresina-mortes-coronavirus.htm>>. Acesso em: 10.mar.2022.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.



TEXTO 5

AS EXPRESSÕES COMUNICACIONAIS ENTRE COMUNIDADES HUMANAS E ESPIRITUAIS DA UMBANDA NO SERTÃO DO PIAUÍ. OS ENCANTADOS DA FAMÍLIA LÉGUA NA TENDA SÃO JOÃO BATISTA

Evandro Alberto de Sousa

João Pedro Pereira Nunes

Lucas do Nascimento Ibiapino

Orlando Maurício de Carvalho Berti

RESUMO

Este artigo busca refletir e entender sobre as atividades comunicacionais de se expressar dos encantados da família Léguas na tenda de umbanda São João Batista na cidade de Picos, Piauí. Este é um trabalho de pesquisa acadêmico que procura entender, nos fazendo pensar e nos instigando a entender como os encantados se comunicam com os humanos em seus trabalhos na umbanda e como essas interações refletem na construção comunitária religiosa do tempo e seus membros. Percebe-se que existe uma forte ligação comunicacional entre humanos e seus espíritos. Desse modo pretendemos explicar que não existe um vazio comunicacional dentro da espiritualidade. Nota-se também que as expressões usadas pela família estudada são formas ditas como coloquiais dentro da nossa gramática, uma maneira de se comunicar bem popular que atinge especialmente aos mais humildes e classes populares. Metodologicamente a pesquisa trilha pelo caminho etnográfico.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Comunitária; Umbanda; Família Légua; expressões comunicacionais; Comunidade Espiritual.

Introdução

Na fé de Zambi, de Oxalá, pedimos agô para este trabalho começar na força e sapiência de Xangô. Saravá Umbanda, Saravá Quimbanda e a todos os Orixás presentes!

Para muitos, falar sobre religiões afro-brasileiras termina sendo um tabu, inclusive na Academia.

Enquanto encontramos muitos trabalhos sobre Comunicação e religiões cristãs (inclusive neste livro), pouco se fala acerca das questões da umbanda, candomblé e suas respectivas variações e inspirações.

Foi para sanar essa lacuna que decidimos fazer este artigo, que começou com ideias provocadas em ambiente de sala de aula, entre a importância de pensarmos e entendermos nossos ambientes de sociabilidade, em destacarmos o que vivenciamos e retratarmos os nossos entornos.

Ele trata sobre as expressões comunicacionais entre as comunidades humana e espirituais da umbanda no Sertão do Piauí, destacando-se o caso dos Encantados da Família Légua na Tenda São João Batista, em Picos, sertão piauiense, localizada a 307 quilômetros da capital, Teresina.

Procura-se descrever alguns dos processos comunicacionais desse grupo, destacar seus ritos, enfatizar suas expressões e analisar como comunitariamente realizam isso e como essas interfaces comunicacionais representam como elos para um maior sentimento de pertencimento religioso e social.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Metodologicamente é feito um estudo etnográfico com a presença constante de dois dos autores do trabalho, João Pedro Pereira Nunes e Lucas do Nascimento Ibiapino, nas participações dos rituais na Tenda São João Batista e sendo mediadores não só nas entrevistas a pessoas, mas também a entidades descritas no trabalho. Os mesmos fazem parte dos ritos e da comunidade do terreiro.

O artigo é dividido em várias partes, destacando-se o terreiro em si, seus processos comunicacionais, sua interação comunicacional comunitária e sua análise de ritos e perspectivas de mediações entendendo o comunitarismo nesses processos.

O trabalho é um caminho a dar voz a vozes silenciadas fora do ambiente religioso, é ter o poder de compreender uma outra interface comunitária e destacar pontos etnográficos entre a vivência física e a planificação espiritual dos ritos e encantamentos.

Boa leitura! E que esse trabalho possa ajudar a desmistificar e mostrar as faces e interfaces comunitárias desse grupo religioso do Sertão do Piauí.

1 – A Tenda São João Batista, espaço de representatividade da comunidade das religiões afro-brasileiras em Picos

A Tenda São João Batista é uma comunidade de membros de religiões afro-brasileiras localizada na rua Dom Expedito Lopes, número 520, no bairro São José, zona Norte de Picos. Foi fundada em janeiro do ano de 2009 por João Veloso da Silva, 89 anos, conhecido por João Sabino, que é o atual Babalorixá da casa (visto e conhecido como a chefia do templo, também conhecido como pai de santo da casa, a referência maior na hierarquia dentro do terreiro).

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Os primeiros passos desse templo religioso foram dados em dezembro de 2008. No primeiro momento houve a construção de um quarto de oração dedicado a entidade Felipe Légua. Em janeiro de 2009 as labutas (rituais) de João Veloso na oração foram iniciadas. O quarto de oração foi um pedido do mentor Felipe Légua.

Segundo Rainha do Cemitério (2021), Felipe Légua é uma entidade que comanda a casa de oração. Essa entidade é oriunda da cidade de Codó, Maranhão, e não se sabe também como foi sua vida no plano terreno devido a falta de registros históricos. O que podemos registrar da sua vida são apenas laços temporais de oralidade presentes na casa onde observamos as expressões por nós mapeadas.

De acordo com Eva Veloso (2021) a princípio os trabalhos da casa eram regidos pelos sobrinhos de João Veloso da Silva. Esse grupo familiar foi conhecido inicialmente como a mesa grande do terreiro, um grupo encabeçado por sete médiuns com forte regência para oração e grande força espiritual. Conforme Rainha do Cemitério (2021), a mesa central de oração é composta pelos irmãos: Maria das Graças do Nascimento, José do Nascimento Filho, Wanderson Vandel de Nascimento, Maria de Jesus do Nascimento Pereira, Francimilton do Nascimento, Creuza do Nascimento e o cabeça de mesa, João Veloso da Silva (liderança). A mesa é o primeiro passo comunitário da junção desses fieis em termos do congraçamento de vivências comunitárias, representadas fisicamente por suas relações em prol da religião e, espiritualmente, por receberem entidades do plano espiritual também membros de comunidades que um dia existiram em termos de planos físicos e que se transmutam por meio dessa relação espírito-mediunidade.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

A conclusão da Tenda São João Batista ocorreu em agosto de 2013 com a realização da primeira festa em homenagem a Zé Pelintra, corrente que é contra-chefe da casa. No lado da esquerda, ambiente regido por exu e pomba-gira, sua fundação se deu no mês de março de 2019 e no mês de junho quando foi selado o fechamento total da sincronia. A esquerda só começou a trabalhar de fato no mês de julho do referido ano com a abertura da festa para o povo da rua, como são conhecidas as falanges da esquerda nas religiões afro-brasileiras.

Nas primeiras giras os instrumentos usados para musicalizar os pontos eram pequenas cabaças. Logo após um tambor foi adquirido. O primeiro ogã da casa foi um médium conhecido por Neném, (o nome foi perguntado entre os mais velhos Eva Veloso e João Veloso, o nome dele foi revelado Francisco) no qual o instrumentista tocou por vários anos na tenda. Segundo a Fundação Cultural Palmares (2022) a palavra Ogã vem do Yorubá e significa Senhor da Minha Casa, representando respeito, harmonia, mística e, principalmente, a religião.

“O Ogã – médium responsável pelo canto e pelo toque – ocupa um cargo de suma importância e de responsabilidade dentro dos rituais de Umbanda e Candomblé, como o conjunto de vozes e toques do atabaque, por exemplo” (FUNDAÇÃO PALMARES, 2022, p. 1). Segundo Eva Veloso (2021), o salão da direita tem como chefe espiritual Felipe Légua Bojibuí de Trindade, na coroa (honra de recebimento espiritual) do pai de santo João Veloso. Na esquerda quem rege são os exus e pombas giras, e tem como chefe central a entidade Rainha do Cemitério na coroa da irmã Creuza do Nascimento.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

A casa São João Batista também é a única na cidade de Picos que possui a mesa pequena da Jurema Sagrada, um grupo oratório, organizador da liturgia e de apoio para a mesa grande da casa. É formado por quatro membros do salão que estão sendo preparados para auxiliar nos trabalhos da tenda. De acordo com Maria das Graças do Nascimento (2021) o terreiro trabalha com diversas falanges. As da linha da direita, ou seja, na linha de oração: entre as muitas são as de Erês, Minas, Caboclos, Léguas, Pretos velhos, Vaqueiros, Boiadeiros, Sereias, Maranhão, Marinheiros e a família dos encantados. A casa também trabalha com correntes de esquerda, ou povo da rua, são eles: pomba giras, exus, malandros, ciganos e exu-mirins.

As falanges, tidas também como linhas, são as sete divisórias para o entendimento básico dos elementos que envolvem a umbanda, representados em suas essências: lemanjá, Oxóssi, Ogum, Xangô, Oxum, Iansã e Oxalá. Representados ainda como elementos da natureza e trazendo aspectos próprios de sua essência por onde trabalham todas as entidades.

TABELA 1 – SETE LINHAS DA UMBANDA PELO SETENÁRIO SAGRADO

ESSÊNCIA	ENTIDADE DA LINHA	SIGNIFICADO
1ª Essência – Cristalina	Oxalá	Fé
2ª Essência – Mineral	Oxum	Amor
3ª Essência – Vegetal	Oxóssi	Conhecimento
4ª Essência – Ígnea	Xangô	Justiça
5ª Essência – Aérea	Ogum	Lei
6ª Essência – Telúrica	Obaluaiê	Evolução
7ª Essência – Aquática	Iemanjá	Vida

FONTE: SARACENI (2015, p. 21).

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

No terreiro sempre em frente de oração se encontram os pretos velhos, entidades cuja essência em terra trazem a história de escravos, informando sempre a missão e a necessidade de suas passagens, como afirma Pai Preto Velho (2021) “nois vem in terra pra curar o homi branco”. Pelas suas preces curam de males e dão conselhos. “Sua manifestação desperta a paz, o equilíbrio, a esperança e a perseverança, remetendo-nos à reflexão de nossa própria natureza íntima” (SARACENI, 2015, p. 151). Conhecidos pelo seu cantar sobre o gado, pelos muitos terreiros os vaqueiros passam para cura de males físicos e espirituais, advindos dos elementos terra e ar trabalham com a força da jurema sagrada, mostrando a medicina natural e a força de uma prece, sempre trabalhando na velocidade do ar. “É na carreira é na carreira é na carreira. Família légua só trabalha na carreira”, como destaca a oralidade de uma Curimba cantada durante os rituais no terreiro São João Batista.

Nas ondas do mar, assim como sereias e erês encontramos os marinheiros, viajantes que chegam da calunga maior para trabalhar na proa do mar, corrente das águas do mar lembrados sempre de branco. Os marinheiros, como afirma Rubens Saraceni (2015, p. 151): “são ótimos em casos de doenças, para cortar demandas e para descarregar os locais de trabalhos espirituais”. De acordo com Rainha do Cemitério (2021) a São João Batista é conhecida por ser um local de acolhimento e oração para com os visitantes e filhos do local. Mais de uma década depois da primeira gira, essa comunidade religiosa já possuía 64 filhos de santo. Na linha de sucessão aparece como integrante da mesa grande, o médium Wedson Vando do Nascimento para assumir como chefe de oração após o afastamento ou falecimento do chefe do local.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Os exus e pombo giras são os mais conhecidos da linhagem de esquerda, muito comumente associados a demônios do inferno em algumas religiões. As pombo giras são tidas como exus mulher, advindas dos ciclos espirituais mais próximos à terra, mostram sua proximidade com os desejos e formas carnavais de ver o mundo. São tidos sempre como criaturas das trevas cultuados na quimbanda e que fazem apenas o mal, acusações feitas sem o entendimento de que são entidades duais, tão boas quanto más. José Maria Bittencourt (2004) destaca que os Exus são entidades de duplo caráter, pois tanto podem fazer o bem como o mal, segundo as intenções de quem lhes solicita os favores. Revelando assim o caráter do ser que busca sua presença para trabalhar, muito antes de discutir a possibilidade também de se trabalhar para o bem, proteção e auxílio na vida terrena, como é trabalhado na Umbanda.

2 – A mesa pequena da Jurema Sagrada

De acordo com Rainha do Cemitério (2021) os quatro membros da mesa pequena da Jurema sagrada são: Lucas Ibiapino, João Pedro Nunes (tendo estes como autores desta pesquisa e médiuns em desenvolvimento da casa), além de Dauster Antunes e Maria Clara Carvalho Lima.

Os motivos da escolha do mentor e chefe de oração do congar foi devido uma visão espiritual de Felipe Légua que está de acordo com a caminhada e a força que os quatro médiuns carregam em suas coroas de areia (vocação energética).

Todos os nomes da mesa pequena de oração caminham com a força de chefe de eira, e que futuramente possam, se quiserem, criar seu próprio salão.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Rainha do Cemitério (2021) diz que cada integrante da mesa pequena carrega determinadas correntes em suas coroas. João Pedro Nunes, carrega a força de Mariana, princesa encantada das águas do mar. Dauster Antunnes carrega consigo o mestre Junqueira, força de muita grandeza e em alguns lugares trabalha como chefe de eira. A filha de santo Maria Clara, carrega em sua coroa, a força da encantada princesa Flora das águas e da princesa Erundina. Lucas, tem sua força maior em sua corrente de preto velho e na corrente de boiadeiro na linhagem das matas.

“Quem conduz o fortalecimento da mesa pequena a pedido do chefe de oração é a encantada Chica Biana, conhecida por ser um orixá na umbanda, tem como sua força maior as águas do mar” (RAINHA DO CEMITÉRIO, 2021).

Mediante o que foi destacado, como podemos entender sobre a evolução e rumos dessa comunidade, representada na comunidade física, tendo como ponto de vivência a Tenda São João Batista? Avancemos rumo aos entendimentos das comunidades espirituais, para compreender o conagração com a comunidade física.

3 – A comunidade espiritual: os encantados da Família Léguas

“As pessoas não morrem, ficam encantadas... a gente morre é para provar que viveu” (PROSA, VERSO E ARTE, 2022, p. 1), destacou João Guimarães Rosa, no ano de 1967, em seu discurso de posse na Academia Brasileira de Letras). A encantaria como é conhecida, nada mais é do que uma expressão espiritual afro-ameríndia, encontrada no Maranhão, na Bahia, no Piauí e no Pará. Mais conhecidos nas práticas do Terecô e Tambor de Minas, outros tipos de rituais das religiões afro-brasileiras.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Mundicarmo Ferretti (2008) destaca que os encantados não são necessariamente espíritos afro-brasileiros, e nem morreram, apenas se “encantaram”, ou seja, desapareceram ou tomaram-se místicos, invisíveis, partiram deste mundo para a encantaria. Como muitos seres da mitologia brasileira.

A família Légua é oriunda do Codó, cidade situada no cerrado maranhense e na bacia do Rio Itapecuru e de referência dentro da umbanda no estado do Maranhão. Esta falange é bastante conhecida por sua síntese de ser chefe de eira grande parte de seus membros.

De acordo com Tereza Légua (2021) são 30 irmãos que compõem essa família, com Zé Vaqueiro faz 31 devido a forte conexão que ambas correntes possuem. São guias de muita grandeza e de luz, mas também existem Léguas que passam na força esquerdeira, passam como ciganos na linha de esquerda.

Esta família chegou na região de Picos na força de vaqueiro no terreiro da mestra Ester (*in memorian*) e anos depois na tenda da mestra Carmosa. Hoje infelizmente alguns terreiros não gostam de trabalhar com a força dos Léguas devido a sua sinceridade, por detestarem a mentira para com o ser humano e sua enorme energia (RAINHA DO CEMITÉRIO, 2021).

Os integrantes da família que mais frequentam a tenda São João Batista são: Felipe Légua, Tereza Légua, Maria Légua, Dorinha Légua, Benedito Légua, Geraldo Légua, Rita Légua e Zé Vaqueiro. Sendo o último citado como contra chefe da casa. É um terreiro com uma força excepcional dentro da cidade de Picos.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Segundo Moça, outro nome que Rainha do Cemitério gosta de ser chamada (2021) e (por motivos metodológicos também a chamaremos assim, dado o respeito etnográfico sobre os personagens destacados neste artigo), a linha de vaqueiro chega em um terreiro muitas vezes com a força da mãe terra, e com isso o cavalo sofre com o peso da corrente. A linha de vaqueiro é uma corrente de muita grandeza, quem souber cuidar e lidar com essa falange vai ter uma aprimoração espiritual de muita grandeza.

O semianalfabetíssimo dos Léguas não os impediu de trabalhar para aprimorar o ser humano e ajudar os que estão em busca de aprimoramento espiritual. Esta família é de grandeza para com o ser humano, eles ensinam o caminho a percorrer durante a caminhada espiritual. Essas são pontos unânimes entre seus adeptos.

Para Moça (2021) aqueles que não aprendem com o amor, infelizmente aprendem com a dor, porque da mesma forma que um pai educa seu filho as correntes estão para cuidar e zelar para com seus cavalos. É uma família que mostra a força da oração e de cura dentro de uma oca. Citados por terem sua força, cura, limpeza e sempre trabalharem às pressas onde passam.

Entretanto podemos perceber que esta família tem fortes ligações com o sebastianismo, movimento messiânico muito presente no Nordeste e Norte do país. Este movimento religioso pregava a volta do rei português Dom Sebastião que desapareceu misteriosamente na batalha de Alcácer-Quibir, no Marrocos em agosto de 1578, enquanto lutava contra os mouros e há a crença de que tenha reaparecido no Sertão brasileiro. Até hoje os sebastianistas, crêem no retorno do rei que foi guerrear e não voltou.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Segundo Tereza Légua (2021) os seus (linha espiritual) chegam na força de Dom Sebastião no terreiro, e que muitos não conhecem essa sincronia com o rei. “Ele foi um pai de muita grandeza, trouxe muita fé e muita ajuda para nós da região, e que Sebastião vai passar nesta casa com toda sua grandeza e força para ajudar os filhos da casa São João Batista” (TEREZA LÉGUA, 2021).

Sabemos que a família Légua é uma imensa comunidade espiritual, desse modo podemos perceber a força que ambos trazem consigo quando chegam em um terreiro para trabalhar. Todavia a família é especialista em oração, possuem sabedoria em relação a ervas medicinais e um alto poder oratório, mesmo sendo semianalfabetos.

Desse modo Felipe Légua (2021) aponta que, a força espiritual dos Léguas é muito mais cativante e aguda do que os humanos podem imaginar e entender, por isso as matérias humanas devem estar sempre em oração e desenvolvimento espiritual para que possam compreender melhor esta falange, uma falange comunitária onde o desenvolvimento é coletivo.

4 – A umbanda comunidade: o sentimento de pertencimento ao plano espiritual

O conceito “comunidade” refere-se à qualidade daquilo que se consiste parte do comum, que se tem em semelhança a demais pessoas. Mesmo que, como diz Cicilia Peruzzo (2008, p. 368), em que “há mudanças substanciais nas concepções de comunidade, ao mesmo tempo em que alguns de seus princípios ainda se verificam”. Mudanças são entendidas e vivenciadas com o passar do tempo e o adequar-se das pessoas a estes estímulos em comum.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

A comunidade umbandista não diverge, com a vivência de novos médiuns e o ensinamento advindo muitas vezes das próprias entidades, que vagueiam e direcionam as diversas e situacionais formas de se fazer a umbanda, além de suas práticas diversas, como ressaltam Lígia Pagliuso e José Bairrão (2010, p. 195):

umbanda tem sido compreendida como uma religião brasileira, de caráter sincrético e socialmente dialético, fluida e permeável às influências históricas e às variedades culturais e sociais da sociedade brasileira.

Constituídos pelo enlace de fé, a umbanda edifica uma comunidade que como Martina Ahlert (2013) afirma, em seu trabalho sobre a família de encantados e a mistura de parentescos criados não só no mundo dos encantados, mas também muito comumente encontrado no nosso mundo material.

A mesma autora destaca que é esperado que as pessoas de uma mesma família, vivendo em proximidade, ou não, em consaguinidade, ou não, cuidem uma das outras.

Esses pensamentos vão de encontro com o que Orlando Berti (2010) destaca como sendo a comunicação na, da e para as comunidades, enfatizando seu pertencimento, seu reconhecimento, seu desejo de fazer parte, suas intenções de falar para o mundo, para o país, para a região, para a cidade, para o bairro, mas também para dentro da comunidade, envolvendo seus atores de maneira igualitária.

A origem da umbanda como é conhecida vem das palavras de um caboclo.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Nessa reunião começaram a se manifestar diversos espíritos de negros escravos e indígenas nos médiuns, e esses espíritos eram convidados a se retirar pelo dirigente da mesa que os julgava como atrasados espiritual, cultural e moralmente. Foi então que baixou pela primeira vez o Caboclo das Sete Encruzilhadas, proferindo um discurso de defesa das entidades que ali estavam presentes, já que estavam sendo discriminadas pela diferença de cor e classe social (ROHDE, 2009, p. 80).

A comunidade espiritual que se forma no terreiro, enlaça muitas vezes as vidas pessoais dos aparelhos da mesma forma como a matéria e o espiritual mantém o contato por muitas vezes fora das giras e dos tidos como momentos de trabalho.

Podemos tirar disso uma forma de equilibrar as nossas vidas como matéria vivendo em terra e partilhando do mesmo fim, como afirmam Christina Grof e Stanislav Grof (1990, p. 216): “Ao experimentar a harmonia mística de toda a criação, descobre um novo significado para o amor”.

No convívio com as entidades do terreiro, muitos dos médiuns conversam sobre suas vidas pessoais e partilham confiança entre todos em rodas de diálogos descontraídos, com a presença de algumas entidades que sempre trazem, segundo seus recebedores (como é o caso etnográfico de dois dos autores deste trabalho) a caridade, amor, paz e fé como preceitos básicos, são construídas amizades e confiança dentro do terreiro, conceitualizando uma família em todos os âmbitos já citados.

A umbanda, e conseqüentemente, todas as religiões de matriz africana, nos instiga a sempre pensar no bem ao próximo e acreditar em um futuro bom para todos.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Essa construção inclusive traz a lembrança de como a umbanda chegou aos autores do trabalho em termos etnográficos, trazendo a partir deste pensamento uma comunidade que abraça, que pensa no bem em comunhão e na força que todos podemos alcançar, um lar para onde voltar, como ressaltam Lígia Pagliuso e José Bairrão (2010, p. 198):

Assim, a umbanda significa os sujeitos como produtos de uma rede de relações cujo enredo transparece de maneira atual, estando, entretanto, enraizado em histórias da memória social e ancestral brasileira que, de algum modo, são evocadas e resgatadas no culto.

Elucidando o movimento dos cultos na Tenda São João Batista, o movimento de culto da umbandomblé ou umbanda traçada e o que nos permite movimento com elementos comumente marcados como entidades de quimbanda, os conhecidos por povo da esquerda, exus pombo giras, malandros e ciganos. Quimbanda é um culto afro-brasileira de variação muito semelhante a umbanda, divergindo na escala de magia e na cultuação exclusiva a entidades da esquerda, como são conhecidos os Exus e Pombagiras. Agindo em níveis de magia “negra”, costumam ter seus praticantes chamados de macumbeiros, utilizando-se de conotação negativa para o termo alheio. Em alguns casos é tido até como termo pejorativo por parte de detratores.

Várias questões surgem na gira, momento em que vários irmãos se reúnem para prestar culto a determinada liturgia e assim desenvolverem suas correntes. Isso é o resultado de muitos sentimentos, o principal é o de pertencer ao local.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

E o que é o sentimento de pertencimento?

Zygmunt Bauman (2003) já dizia que a construção da identidade e do pertencimento é um processo sem fim, devido a experimentação de pensamentos e características, fazendo com que esse sentimento seja pensado e construído durante a vida. Mais um ato que prova o poder do conagraçamento e das próprias ações coletivas entremeio aos processos de comunitarização entre os membros do Terreiro São João Batista.

O pertencimento cria uma identidade no indivíduo que fará com ele, alocado dentro de um contexto e de uma comunidade, neste caso religiosa, lute para que ela tenha sua visibilidade e costumes defendidos. Um terreiro de umbanda é um local sagrado para os adeptos da religião, é um espaço que concentra muitas energias, energias essas em formas de correntes ou muitas vezes energias negativas, trazidas muitas vezes por pessoas que necessitam de um acompanhamento espiritual. Algumas destas pessoas atendidas por espíritos que trabalham na oca, retornam a casa para agradecer os trabalhos feitos, outras se descobrem dentro da religião e começam a trabalhar suas correntes. Segundo Tereza Léguas (2021) quando o humano descobre que há de fato uma ligação entre o seu corpo e correntes que sempre o acompanharam, existe a criação de um laço muito íntimo entre corpo e espírito para que haja uma sincronia de grandeza.

Entendendo-se que religiões afro-brasileiras como a umbanda e muitas outras que misturam o sincretismo de várias crenças necessitam ser valorizadas e defendidas para que nossa ancestralidade seja lembrada e difundida como uma forma de expressar a nossa fé através de nossas giras e trabalhos.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

A necessidade de se encontrar em uma comunidade permeia a mente dos que procuram um terreiro, devido a inúmeras questões como a construção de uma identidade, uma busca por ajuda espiritual e demais problemáticas que compõem a vida humana.

Para João Pedro Nunes, autor desse trabalho, que traz uma opinião pessoal interessante, foi essencial o despertar de se encontrar em uma nova comunidade, um grupo que até então para ele desconhecido, muitas vezes imputado de várias acusações infundadas em relação à comunidade umbandista e seus guias espirituais. O sentimento de congraçamento na umbanda chega a todos através do sentir e construir das nossas relações no terreiro, não só material, também vibracionais e pessoais. Esse sentimento é construído pela força ancestral que a umbanda carrega, como forma de construir a vivência, de representar uma comunidade que prega o respeito a essas divindades, e a construção de um mundo sócio-pessoal, de maior aceitação e acolhimento.

Trazemos a fala de uma médium da casa em conversa espontânea a dizer como o desenvolvimento de suas correntes no terreiro e a feitoria de trabalhos para a desenvoltura do ôri tem modificado não só sua vida, mas suas experiências consigo mesma.

Acho que mudou não só lá, mas também na minha vida pessoal, eu me sinto totalmente diferente, uma coisa que tinha sido conversado comigo era a questão de como eu me vejo, da minha autoestima. Minha autoestima é baixíssima, nunca existiu, isso foi conversado comigo lá no terreiro e eu peguei e falei assim, não eu quero mudar e percebi essa mudança na minha vida, na minha vida pessoal de como eu me vejo agora, eu não sinto mais aquela angústia (CARVALHO, 2021, p. 1).

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Apesar de vermos a desenvoltura e a ligação tornarem-se mais fortes com o passar do tempo e o desenvolver da espiritualidade, vemos o corpo ser o principal meio de comunicação utilizado na umbanda, como afirmam Luíza Amaral e Margot Dravet (2019, p. 138): “Uma cultura em que o transe, também denominado ‘incorporação’ e presente em certas práticas rituais religiosas, transforma o corpo num meio para a manifestação divina”.

Não só nos momentos de gira onde o cavalo se permite ao transe para que o divino incorpore, gestos, expressões, linguagem e realidades. Aflora-se um mundo místico para os aparelhos, onde o contato e a comunicação com o mundo sofrem mudanças, a intuição, os sonhos, o sentir, converte-se na comunicação do médium para com o mundo em sua volta e para com sua religião.

5 – As expressões comunicacionais entre a comunidade humana e espiritual da Família Léguas na Tenda São João Batista

Sabemos que a comunicação está presente em todas as esferas da sociedade, inclusive nos ambientes religiosos. Somos seres naturalmente comunicantes.

Também é entendido que num processo de comunicação podemos encontrar a comunicação verbal, formada pela oralidade e pela escrita, e a comunicação não verbal, que se mostra pelos meios comunicacionais além da fala.

Durante nossa pesquisa de campo etnográfico pudemos acompanhar várias giras, todas às segundas-feiras e tido o Dia das Almas, data da semana de maior força para com os pretos velhos. Também foram acompanhadas nas quartas-feiras as giras de direita, abertas a todas as falanges da direita.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

O acompanhamento no terreiro também foi feito às quintas-feiras tendendo a ocorrer as giras de cura e desobsessão. Já, aos domingos, ocorriam e foram acompanhadas as giras de esquerda e direita intercaladas. Tendo seu tempo médio entre duas e quatro horas de trabalhos.

Foram durante esses trabalhos que pudemos compreender e criar o mapeamento das expressões usadas por esta falange dentro da oca, lugar de culto.

O mapeamento principal foi concretizado na tarde de segunda-feira, 9 de agosto de 2021, na residência da casa de Eva Veloso, irmã de João Veloso e mãe de Creuza Nascimento, líderes religiosas do Terreiro. Lá pudemos presenciar a chegada dos encantados Felipe Légua e Tereza Légua, pudemos compreender a forma de se comunicar apontada por sua falange e ouvir um pouco de suas histórias, ensinamentos e orações. Chamou nossa atenção também as várias formas de comunicação não verbal, também presentes na comunicação desta família.

Ademais, vale ressaltar a forte presença de simbolismo no local, associando-os ao fato de serem expressões de comunicação não verbal presentes na gira. Ademais, existe a sonorização de cantos durante as giras, chamados de Pontos. São cantigas que falam muitas vezes de suas vidas em terra, seus trabalhos e feitorias pelo mundo afora, cultuando assim a ligação de sua força de trabalho a grandeza do divino presente neste enlace.

Tereza Légua (2021) enfatiza que a comunicação não é só a prosa, termo que sua família usa quando conversa com humanos, mas sim uma forma de ligação entre a carne e seu povo, porque existe um elo individual de cada corpo.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Felipe Légua (2020) relata que ser semi-analfabeto ou iletrado não modifica a forma de se trabalhar, mas agradece ao homem lá de cima (Deus) que os enviou a terra para fazer suas grandezas, e que todo o seu conhecimento foi adquirido por meio do saber popular e religioso em suas caminhadas pela terra.

A família Légua é conhecida também por seu vocabulário bastante peculiar e sua forma de se comunicar verbalmente se aproxima muito com dialetos coloquiais na construção da fala e expressões regionalistas bem enraizadas no ensinamento popular.

Já foi mencionado neste trabalho que os encantados da família Légua foram pessoas com pouca instrução de escolaridade, eram semianalfabetos.

A seguir, algumas expressões mais utilizadas por membros desta falange na Casa São João Batista que puderam ser etnografadas durante a feitura deste trabalho, principalmente em conversa com as entidades anteriormente citadas:

TABELA 2 – EXPRESSÕES MAIS USADAS PELOS MEMBROS DA FAMÍLIA LÉGUA NA TENDA SÃO JOÃO BATISTA

TERMO UTILIZADO	SIGNIFICADO
Fuxiqueiro	Celular
Prosear	Conversar
Laborar	Trabalhar
Cana	Cachaça
Pito Branco	Cigarro comercializado
Guna	Pilastra central de um salão, comumente se observa os médiuns da casa dando voltas em torno dela durante a gira
Ponto/Curimba	Cântico trazidos pelas entidades, algumas vezes usadas para chamar a entidade outras para

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

	identificar-se
Pemba	Geralmente referido como giz, na prática umbandista a pemba tem a representação capaz de canalizar magias a partir do que se é desenhado
Cavalo/Aparelho	Humano que recebe corrente
Guinada	Caminho que faziam com o gado ainda em vida
Espada	Faixa utilizada pelos médiuns em torno do pescoço
Arrancho	Casa
Ôri	Cabeça
Axé	Energia sagrada dos orixás
Agô	Expressão iorubá que significa licença ou ato de pedir licença
Babalorixá	Também conhecido como pai de santo, mestre de maior patamar hierárquico em um terreiro
Jurema	Representação da mata sagrada
Macumba	Instrumento africano advindo de uma árvore
Folha/Bandeira	Moeda/Dinheiro

FONTE: LEVANTAMENTOS FEITOS POR JOÃO PEDRO PEREIRA NUNES E LUCAS DO NASCIMENTO IBIAPINO

Como apresentado na Tabela 2, podemos notar variações de palavras de cunho regionalista e muito coloquial, característica desta falange. Podemos ressaltar também que uma parte dos humanos que buscam atendimento espiritual com a família Léguas podem ter um pouco de dificuldade de entender essas expressões e de se comunicarem dado a suas peculiaridades linguísticas.

Para Felipe Léguas (2021) a sua falange costuma usar destes palavreados porque foram criados no mato, criados dentro dos saberes populares e não tiveram contato algum com nenhum grau de escolaridade, mas essa forma de se comunicar é motivo de orgulho para ele e seus irmãos.

Mas o que tudo isso tem relacionado com o comunitarismo?

6 – O sentimento comunitário entre a comunicação humana e espiritual com os encantados da Família Légua na Tenda São João Batista. O que a netnografia nos explica em termos de evolução estando dentro dessa comunidade? Debates necessários e prementes

Sentimentos comunitários de agradecimento no terreiro são partilhados pelos médiuns em detrimento de seus enlases e da maneira como têm se envolvido com os encantados e não só da família légua no terreiro, mas com todas as entidades que permeiam a regulação da tenda São João Batista.

Um grande exemplo se tornou a Moça, Rainha do Cemitério, sempre em suas consultas no terreiro, atendendo pessoas que buscam a força de trabalho da casa para resolução de algum problema ou questão, tendendo assim a passar muito tempo em terra, sobre o aparelho mais conhecido como Mãe Creuza, a mãe de santo da casa, mantendo assim o convívio diário.

É notório muitas das vezes as confusões dos novos médiuns em proferir a palavra a Creuza, constantemente não conseguindo distinguir entre Creuza pessoa ou Moça, como chamamos a Rainha do Cemitério.

O envolvimento com os encantados da família Légua têm mostrado a muitos o caminho para construir seu ôri, a considerar mais que só um filho de santo, a buscar o bem estar em suas vidas, como pessoas, praticar a caridade e o amor, a desejar o bem, mesmo diante de dificuldades, a não mais negar um pedido de ajuda de quem precisa, auxiliar os necessitados e reverberar todas essas vibrações a todas as camadas do perispirito buscando o axé para todos.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Destarte, só assim poderemos evoluir nesta encarnação, desprendendo-nos do material e focando na evolução que todas essas entidades nos ensinam, pois assim como precisaram passar pela existência em terra, nós também precisaremos para que em algum momento sejamos congraçados pelo supremo divino, cessando assim o ciclo kármico, não necessitando mais estadia em terra.

Sabemos que este trabalho buscou compreender e mapear o maior número de expressões usadas pela família Léguas no atendimento com humanos e também a pesquisar sobre o início da tenda São João Batista na cidade de Picos, Piauí.

Foi durante essa árdua pesquisa que pudemos perceber que a espiritualidade é cheia de mistérios até então desconhecidos pela grande parte da massa populacional, enfatizando em especial as religiões afro-brasileiras que por séculos sofrem com a intolerância religiosa.

Para Maria Clara Lima (2021) uma das maiores formas de suas correntes se comunicarem é através do sentimento, da ligação interna e por meios de imagens que são categoricamente desenvolvidas durante o processo comunicacional do plano espiritual e terreno.

Existe uma ligação entre a comunidade São João Batista e sua comunidade espiritual, não há vácuo comunicacional na casa, isso devido a elementos fortemente presentes que nos fazem refletir que por mais que alguns pensem que dentro da espiritualidade não há uma comunicação lúcida, podemos chamar assim, mas que sempre vai existir o poder comunicacional seja verbal, corporal ou não verbal.

Considerações Finais

A presente pesquisa, buscou informar e desconstruir ideias pré-concebidas a longo prazo e mantidas por desrespeito a cultura afrodescendente, distintas questões foram levantadas e explicadas, mas nem todas foram respostas desejadas. Foram pontos, ainda que breves, que tiveram o intuito de despertar novos olhares e considerações acerca dessas religiões e suas maneiras de comunitarizar seus ritos e crenças. No mínimo é um exercício social de empatia de compreender as múltiplas faces comunicacionais do que ocorre hoje em nossa sociedade e seus respectivos grupos e comunidades.

Muito do que buscamos diretamente nas fontes, as entidades a própria espiritualidade e sua mística em termos etnográficos, foi nos mostrado incompreensível, datadas talvez pela inexperiência em pesquisa, no pouco tempo de vivência da própria religião, ou pelo próprio místico, que nos permeia e constitui laços e envoltos que só a vivência do místico pode nos ajudar a decifrar.

Entendendo ao longo do processo a dificuldade de conceitualização sobre terminologias e significâncias de muitos aspectos. Aspectos estes que se mostram envoltos nas vivências, nos conceitos e nas interpretações e suas diversas influências sofridas. Destacando aqui a data de início da culturalidade a umbanda como início e seu caminho como de verdade, sofrendo ao longo do tempo mudanças e insignificâncias, mas mantendo sua síntese.

Podemos concluir que o plano espiritual requer um nível de entendimento que, o humano às vezes não conseguimos compreender apenas com nossa capacidade mental e física de

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

estudos, mas temos que mergulhar no plano espiritual e nos compreendermos internamente para que as respostas que tanto procuramos se envolvam neste sincretismo e misticismo que buscamos estudar e compreender durante esse estudo.

Evidenciamos a construção do material de difícil compreensão e estudo, por tratar-se de um objeto antropológico, contudo, será de grande serventia a nível informacional a tenda São João Batista, seus médiuns, a comunidade que os engloba e para construção de material escrito no terreiro, para recapitulação de ideias e construção de saberes dos médiuns da casa a partir da finalização deste trabalho.

Que este texto sirva de inspiração, de instrumento de novos textos e de polêmicas positivas sobre o objeto retratado.

Agraciamos a toda construção e todos que participaram entidades, pessoas, médiuns. Aos pretos velhos e caboclos pelos seus trabalhos na oração, força que mantém a tenda como local de fé e força. A Rainha do Cemitério e Chica Baiana, consulentes de grande importância e suporte para nós, axé.

Referências

AHLERT, Martina. **Cidade relicário**: uma etnografia sobre terecô, precisão e Encantaria em Codó (Maranhão). Brasília: Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Antropologia da UnB – Universidade de Brasília, 2013.

AMARAL, Luíza Spínola; DRAVET, Margot. **Antropofagia e estética corporal na cultura brasileira**: dos cultos às performances afro-indígenas-brasileiras. *IN*: CAMARGO, Hertz Wendel (org.). Umbanda, Cultura e Comunicação: olhares e encruzilhadas. Curitiba: Syntagma Editores, 2019.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

BAIRRÃO, José Francisco Miguel H.; PAGLIUSO, Lígia. **Luz no caminho**: corpo, gesto e ato na umbanda. Salvador: Revista Afro-Ásia, n. 42, 2010, pp. 195-225.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Processos Comunicacionais nas rádios comunitárias do Sertão do Nordeste brasileiro na Internet**. São Bernardo do Campo: Tese apresentada ao programa de pós-graduação em Comunicação Social da UMESP – Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

BITTENCOURT, José Maria. **No Reino Dos Exus**. Rio de Janeiro: Pallas, 2004.

CARVALHO, Rita de Cássia Brito de. **Conversa sobre o caminho da Tenda São João Batista**. Entrevista por meio de depoimento oral concedida aos autores deste trabalho em 25 de agosto de 2021.

CEMITÉRIO, Rainha do. **Sobre a Rainha do Cemitério**. Entrevista realizada no dia 25 de julho de 2021, captada de forma oral na casa São João Batista sobre a formação da mesa grande de oração.

FERRETTI, Mundicarmo. **Encantados e Encantarias no Folclore Brasileiro**. São Paulo: Anais do VI Seminário de Ações Integradas em Folclore, 2008.

FUNDAÇÃO PALMARES. **Ogãs de Umbanda e Candomblé do DF vão receber registro de músicos profissionais**. Disponível em: <<https://www.palmares.gov.br/?p=27434>>. Acesso em: 18.mar.2022.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

GROF, Christina; GROF, Stanislav. **A tempestuosa busca do ser:** um guia para o crescimento pessoal através da crise de transformação. São Paulo: Cultrix, 1990.

LÉGUA, Felipe. **Sobre a Tenda São João Batista.** Entrevista realizada no dia 30 de julho de 2021, na tenda São João Batista, adquirida através de entrevista oral sobre a história da família Légua e como ela chegou na região de Picos, bem como fala sobre irmãos que compõem a família Légua e ainda sobre as expressões que a falange dos Léguas maus utilizam no atendimento com humanos.

LÉGUA, Tereza. **Sobre a Tenda São João Batista.** Entrevista realizada no dia 30 de julho de 2021, na tenda São João Batista, adquirida através de entrevista oral sobre a história da família Légua e como ela chegou na região de Picos, bem como fala sobre irmãos que compõem a família Légua e ainda sobre as expressões que a falange dos Léguas maus utilizam no atendimento com humanos.

LIMA, Maria Clara Carvalho. **Sobre a Tenda São João Batista.** Entrevista realizada no dia 25 de agosto de 2021, através do aplicativo google meet sobre o sentimento de ligação, interlocução e de comunicação não verbal entre a médium e suas correntes.

NASCIMENTO, Maria das Graças do. **Conversa sobre as falanges do terreiro São João Batista.** Entrevista por meio de depoimento oral concedida aos autores deste trabalho em 24 de julho de 2021.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados.** Reelaborações no setor. Bogotá: Revista Palavra Clave, v. 11, n. 2, 2008, pp.367-379.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

ROHDE, Bruno Faria. Umbanda, uma Religião que não *Nasceu*: Breves Considerações sobre uma Tendência Dominante na Interpretação do Universo Umbandista. São Paulo: Rever – Revista de Estudos de Religião, n. 9, v. 3, 2009, pp. 77-96.

PAI PRETO VELHO. **Conversa sobre o terreiro São João Batista**. Entidade sobre o aparelho de madrinha Lourdes, mãe menor da casa. Depoimento oral concedido aos autores deste trabalho em 24 de julho de 2021.

PROSA, VERSO E ARTE. **‘As pessoas não morrem, ficam encantadas’ – João Guimarães Rosa**. Disponível em: <<https://www.revistaprosaversoarte.com/as-pessoa-nao-morrem- ficam-encantadas-joao-guimaraes-rosa>>. Acesso em: 15.mar.2022.

SARACENI, Rubens. **As sete linhas de Umbanda**: a religião dos mistérios. São Paulo: Madras, 2015.

VELOSO, Eva Maria do Nascimento. **Conversa sobre o caminho sobre a Tenda São João Batista**. Entrevista por meio de depoimento oral concedida aos autores deste trabalho em 25 de julho de 2021.



TEXTO 6

UM ESTUDO SOBRE AS REDES SOCIAIS E SUA IMPORTÂNCIA PARA O CLUBE DE DESBRAVADORES ASAS DA ALVA E O COMUNITARISMO

Evandro Alberto de Sousa
Fernanda Maria Teixeira
Maria Renata Arrais de Sousa
Orlando Maurício de Carvalho Berti
Stefanie de Jesus Leal

RESUMO

O presente artigo traz uma reflexão sobre como as redes sociais têm sido utilizadas para a divulgação dos projetos do Clube de *Desbravadores Asas da Alva* na cidade de Monsenhor Hipólito (Sertão do Piauí) e estão conectadas com ações comunitaristas. Nota-se que enquanto são feitos questionamentos sobre como essas ações podem ser um divisor de águas para a pregação do evangelho e para a divulgação dos ideais do mesmo, refletindo sobre a importância que estas têm cada vez mais diante do público, principalmente nesse momento em que a maioria das pessoas está envolvida dentro dos contextos da virtualidade. Faz-se necessário um estudo aprofundado sobre quem gerencia as redes sociais do Clube, como são feitas as divulgações e a forma com que as mensagens repassadas ali são recebidas pela comunidade. Essa análise traz ainda uma abordagem explicativa sobre quais ações solidárias são realizadas pelo Clube antes e durante pandemia, refletindo assim,

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

sobre a relevância de clubes que se voltem para as necessidades da comunidade. Além disto, utiliza como base a comunicação comunitária, já que está inserida na proposta do tema, e consegue ligar de diferentes formas objeto e público.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Redes sociais; Igreja; *Desbravadores*; comunitarismo.

Introdução

Com o crescimento das redes sociais e sua popularização em praticamente todos os cantos do país, essas terminaram por tornar-se ferramentas múltiplas e abrangentes. Uma dessas representações é a divulgação de eventos e ações solidárias, entre milhões de outros tipos de sociabilidades.

Este artigo fala de solidariedade, de esperança, de conagração, da possibilidade de convergência entre o virtual e o cara a cara e como as redes virtuais integram o ciberespaço e o mundo palpável por meio de ações edificantes.

Trazemos o estudo de caso do trabalho do Clube de *Desbravadores Asas da Alva*, um ministério da Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD) da cidade de Monsenhor Hipólito, no Sertão do Piauí. Destaca-se como o grupo buscou acompanhar as novas tecnologias, conseqüentemente, o avanço da comunicação, levando muitos a compreenderem como as mediações informacionais são relevantes para as igrejas e para a comunidade em geral daquela cidade.

O Clube Asas da Alva de Monsenhor Hipólito tem o intuito de ficar cada vez mais próximo da comunidade em que está inserido. Ele vem se adaptando as novas mídias sociais, através da criação de seu

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Instagram e de movimentação em grupos de WhatsApp. Seus membros buscam levar a mensagem do evangelho, enquanto cuida daqueles que precisam de ajuda e apoio diante de inúmeras causas, mostrando através das ações um pouco do amor de Jesus, e a mensagem que o mesmo pregava. Em tempos pandêmicos torna-se um alento entremeio a tanto caos gerado pela incidência da COVID.

Segundo o IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (2022), Monsenhor Hipólito tem esse nome em homenagem ao religioso cristão católico, que nasceu no lugar antes chamado Riachão (por causa do rio do mesmo nome que passa na região) e que teve grande trabalho naquela parte do Sertão piauiense. O sacerdote de nome de batismo João Hipólito de Sousa Ferreira, era filho do fundador da fazenda que deu origem ao povoado que depois tornou-se cidade em 26 de julho de 1957, após ser emancipada do município de Picos. Por isso o nome Monsenhor Hipólito, tendo como gentílico hipolitano. Os mesmos dados do IBGE (2022) destacam que a cidade tem uma população estimada para o início da terceira década do século XXI em 7.785 habitantes. Fica a 370 quilômetros da capital, Teresina (cinco horas e meia de viagem) e a 65 quilômetros de Picos (uma hora de viagem). Tem também uma área territorial de 401.568 quilômetros quadrados. Os dados censitários destacam que Monsenhor Hipólito tem uma porcentagem de 95,5% de cristãos católicos e 5,5% de cristãos evangélicos.

Até o último Censo (de 2010) ninguém declarou-se espírita, umbandista, ateu ou membro de outras denominações religiosas em solo hipolitano. Em meio a essas sete milhares e meio de pessoas, há 20 jovens que tiram tempo durante o seu dia para procurarem acalantar os lares daqueles que muitas vezes são esquecidos pela

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

sociedade em geral. Esses fazem parte do Clube de *Desbravadores* que tem como objetivo a prática da empatia, o exercício desta é feita através de ações solidárias em toda a cidade e fora dela, demonstrando assim, que ainda é possível ter respeito pelo próximo em meio a um mundo coberto por pela violência.

A Bíblia é o livro mais vendido no mundo. Segundo o Redenção (2021) mais de 300.000.000 de bíblias são distribuídas anualmente no planeta. Ela é utilizada como fonte de informação para diversas religiões, como no cristianismo e judaísmo. A partir dos estudos da história de Jesus e de outros personagens, eles baseiam suas crenças e procuram seguir seus ensinamentos, refletindo assim, a vida e passos de Jesus Cristo.

O grupo dos *Desbravadores* têm a Bíblia como um manual que direciona seus ideais e princípios. Acreditam nos ensinamentos adquiridos da mesma. Por isso, o livro é a parte de maior importância para os membros. É através dela que eles aprendem sobre Deus e buscam refletir seu caráter bondoso e justo, e conseqüentemente, seguem seus exemplos, a partir disso, os utilizam como fonte de inspiração em meio à realidade de cada um. Por seus ideais, e sua crença na Bíblia, os *Desbravadores* entendam que o Clube deve ser para as pessoas o que Jesus foi para a comunidade de sua época, dessa forma os membros do Clube se dedicam a levar o amor por meio de ações e também de mensagens repassadas através das redes sociais, sendo uma forma de atingir um número maior de pessoas, além de aproximar aqueles que estão distantes e não se sentem a vontade para falar de suas necessidades no Clube. Estes carregam uma enorme responsabilidade, já que, representam todo um grupo de pessoas e principalmente levam o nome de Jesus.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

1 – Um pouco mais sobre os *Desbravadores*. Um trabalho religioso e comunitário integrando princípios e ações coletivas

O Clube de *Desbravadores* é um ministério da Igreja Adventista do Sétimo Dia que trabalha com crianças e adolescentes. Tem o intuito de contribuir para a educação dos mesmos, levando uma mensagem de esperança, via seus membros, para a comunidade em geral, notadamente a jovem. O Clube é aberto para pessoas de 10 a 15 anos. Para fazer parte é necessária uma autorização dos pais ou dos responsáveis legais.

O ministério também é composto por jovens com mais de 15 anos, que fazem parte da liderança, incluindo conselheiros que são diretamente responsáveis pela integridade física dos participantes durante as atividades. Embora seja um movimento da Igreja Adventista do Sétimo Dia, o grupo não é restrito somente para pessoas dessa denominação religiosa, indivíduos de outras crenças também podem participar desde que executem uma prova sobre as diretrizes do Clube e sigam seus ideais.

São realizadas diversas atividades no Clube, buscando melhorar tanto a capacidade física, como também auxiliar a saúde mental dos membros. Além disso, visa conscientizar a população sobre a importância do cuidado com o meio ambiente, através de ações sociais como a limpeza de ruas e revitalização de pontos turísticos desvalorizados pela comunidade.

Para os *Desbravadores* a Bíblia é um guia, é através dela que Deus fala aos seus corações, por isso, a mesma é levada para todas as reuniões, visto que as meditações são feitas com bases em seus versículos. Além dela, o desbravador sempre leva consigo o lenço que serve como uma identificação mundial dos membros. Esse

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

acessório representa a lealdade entre Deus e o desbravador. No Clube existem dois tipos de uniformes, o de atividade e o de gala. A vestimenta de atividade, como o próprio nome sugere, é voltada para trabalhos mais práticos realizados pelos membros, utilizados de forma mais rotineira, enquanto a vestimenta de gala é usada para eventos e cerimônias que exigem mais formalidade. Conforme os ideais seguidos, a farda deve ser utilizada com uma faixa; nessa faixa são colocadas às especialidades adquiridas ao longo dos trabalhos concluídos. Esse acessório é utilizado nos uniformes de gala.

As especialidades são exercícios feitos de forma teórica e prática, elas se dividem entre diversas áreas, sendo realizadas por pessoas com experiências nesses campos, ao conseguir executá-las eles recebem uma insígnia representando a especialidade adquirida.

Entre os símbolos estão o triângulo, ele representa a Trindade e também os três objetivos do Clube, são eles: crescimento físico, mental e espiritual. Tem-se também o escudo que simboliza a fé e a proteção por meio da confiança em Deus e a espada, caracterizando a Bíblia que é a arma do desbravador em meios às dificuldades e tentações.

As cores também têm significados, cada uma delas corresponde a um ideal a ser seguido. A branca representa a pureza que deve ser vista na vida de cada desbravador. A azul destaca a lealdade do mesmo para com Deus. A amarelo é a excelência que buscam sempre ao seguir os ideais. A vermelho é o sacrifício e a redenção, refletindo também o sangue de Cristo.

A saudação Maranata é outra das formas de reconhecimento entre desbravadores, quando os mesmos ficam em posição de sentido, com o antebraço direito levantado, a mão espalmada, e o

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

polegar recolhido à mão. Quem o faz está dizendo que ama, aguarda, anuncia e apressa a volta de Cristo.

No Clube existem cargos que são a base para a disciplina, cada um deles tem uma responsabilidade específica e é importante para manter a ordem. Tem-se o diretor e o instrutor, que cuidam de todo o ministério, os mesmos contam com a ajuda dos conselheiros, responsáveis por cada unidade. Além disso, têm também pessoas que se tornaram líderes, para isto, a pessoa deve cumprir diversos requisitos, um desses é responder o caderno de classes. Por fim, quando investido o Líder passa a usar um lenço diferenciado.

Nas reuniões semanais são recitados os princípios do Clube, feitas meditações, momentos de lazer como o cantinho da unidade e a ordem unida, onde os integrantes são ensinados alguns comandos e instruídos a terem disciplina, além de obedecerem e respeitarem as autoridades. Em momentos específicos, são passadas também especialidades para a equipe.

Mas como esse grupo se comunica e age comunitariamente com a comunidade hipolitana?

2 – A IASD em Monsenhor Hipólito. Adventistas entremeio a um Sertão eminentemente cristão católico. Rumos para um maior comunitarismo

É latente que o número de cristãos evangélicos vem crescendo no Brasil. Segundo o G1 (2022), trazendo dados da mais atual pesquisa do Instituto Datafolha sobre denominações religiosas em nosso país, dos brasileiros, 50% consideram-se cristãos católicos, 31% consideram-se cristãos evangélicos e 10% dizem que não têm religião. Os dados destacam que do público evangélico, 58% é de

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

mulheres e 42% é de homens; 43% dos evangélicos são pardos e 30% brancos e quase metade desse público (49%) tem ao menos o Ensino Médio completo; 69% ganha até três salários mínimos. A região Nordeste é a que tem proporcionalmente o menor número de evangélicos no País, 27%.

O IBGE (2022) aponta que há menos de 300 evangélicos em terras hipolitanas. Estes estão divididos em pentecostais e missionários, existindo também um grupo de pessoas que se intitulam como não determinada, já que não se identificam com nenhuma das citadas anteriormente. No entanto, os adventistas não estão na porcentagem total dessa pesquisa do IBGE, dado que a igreja só surgiu em Monsenhor Hipólito no ano de 2012, ou seja, apenas dois anos depois do último levantamento oficial.

Essa igreja (IASD, 2022) está presente em 212 países, pregando em 516 línguas e dialetos, com 18.000.000 de membros ativos (56,5% sendo mulheres), tendo uma rede mundial de hospitais, meios de comunicação e instituições de ensino superior.

A Igreja Adventista do Sétimo Dia surgiu na cidade de Monsenhor Hipólito no ano de 2012, através de dois cidadãos que conheceram a mensagem adventista em cidades distintas. E, em conjunto com o Pastor local, decidiram convidar uma equipe de jovens para realizar um projeto chamado missão Calebe. A missão Calebe é um programa comunitário que procura atender as necessidades da população das cidades escolhidas e levar a mensagem do advento a mais pessoas.

Após o Calebe foram batizados um grupo próximo a 25 pessoas, e juntos esses membros optaram por alugar um ponto onde pudessem realizar os cultos e atividades da igreja. Algumas dessas

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

pessoas desistiram, mas outras permaneceram, abrindo assim, uma igreja que até o final de 2021 contava com 55 membros ativos. Após praticamente uma década congregando em um ponto alugado, os integrantes contando com o apoio de doadores, voluntários e a ajuda da missão Piauiense, construíram um templo próprio, para que pudessem adorar a Deus.

No dia 11 de junho de 2019, através de Arielisson Melo, foi fundado o clube de *Desbravadores* intitulado *Asas da Alva* na cidade de Monsenhor Hipólito, atualmente ele possui 20 desbravadores, sendo 13 da liderança e 7 membros. O Clube procura ajudar a comunidade de várias maneiras e suas ações têm sido cada vez mais vistas pela população.

O grupo tem proporcionado à comunidade atividades físicas, como caminhadas e passeios ao ar livre, além de trazer ensinamentos a respeito do cuidado com a natureza. Algumas das tarefas que tem sido realizadas pelo Clube em Monsenhor Hipólito, visam ajudar pessoas carentes, através da doação de cestas básicas e revitalização de casas. Em 2021, os *Desbravadores* realizaram também visitas a pessoas que estavam passando por problemas ou que perderam entes queridos.

Em sentido especial foram os adventistas do sétimo dia postos no mundo como atalaias e portadores de luz. A eles foi confiada a última mensagem de advertência a um mundo a perecer. Sobre eles incide maravilhosa luz da Palavra de Deus. Confiou-se-lhes uma obra da mais solene importância: a proclamação da primeira, segunda e terceira mensagens angélicas. Nenhuma obra há de tão grande importância. Não devem eles permitir que

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

nenhuma outra coisa lhes absorva a atenção (WHITE, 1949, p. 288).

O conjunto *Asas da Alva* fez uma ceia para uma pessoa que já fez parte do Clube, mas por motivos de força maior teve que sair. Além disso, o grupo já planeja outros projetos, como acampamentos, e a limpeza de alguns lugares da cidade que estão poluídos e sujos, tudo isto pensando no bem-estar na comunidade e também na disciplina dos *Desbravadores*.

3 – A internet como aliada da comunicação. Pontos para rumos a uma comunicação mais comunitária

Na letra da música *Pela Internet*, do cantor e compositor Gilberto Gil (2021) tem-se um refrão que diz “Eu quero entrar na rede, promover um debate, juntar via Internet um grupo de tientes de Connecticut”. Esta frase faz parte da letra de uma das muitas canções de Gilberto Gil, e traz uma reflexão sobre o poder e a influência que as mídias digitais têm sobre a sociedade contemporânea, já que, todos sentem a necessidade de estar conectados, principalmente se considerar a facilidade que a internet vem proporcionando para diversas áreas.

A música fala sobre comunicar-se com o mundo de maneiras alternativas, como, por exemplo, através do uso das redes sociais, que vem se tornando ao longo dos tempos, uma ferramenta de grande importância para a consolidação de um grupo mais unido entre si e em prol de outros. Atualmente, a própria população tem acesso direto e rápido às informações do grupo em que está inserido. É claro que essa afirmação é polêmica em alguns sentidos, principalmente porque as conexões não são uníssonas e,

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

principalmente, a rapidez e a utilização das interconexões são diferenciadas, muitas vezes ligadas ao poder pecuniário de consumo de seus públicos.

Com as mudanças na circulação e divulgação de informações, a comunicação foi se modernizando e se adaptando as novas tecnologias e realidades. Hoje (nesta terceira década do século XXI), não apenas veículos tradicionais têm espaço perante a sociedade, mas o público tornou-se também, propagador de informações.

Se houver uma mobilização social por parte da comunidade e a utilização correta dos meios de comunicações alternativas, eventos e acontecimentos marcantes da comunidade podem vir a tornarem-se ainda mais conhecidos. Por meio das redes sociais a população pode divulgar assuntos de seu interesse, visto que, ouvir suas demandas é o método mais eficaz para entender suas propostas e dilemas.

Desta maneira, Cicilia Peruzzo (2006) reflete que a comunicação popular e comunitária tem o povo como protagonista e, ao mesmo tempo esse povo é receptor e partícipe do processo comunicacional de maneira ativa. Quando a população une-se por um objetivo em comum, e utiliza a comunicação como base, é possível ter o desenvolvimento de novos aprendizados, vivências e histórias. A troca de experiências é de suma importância para o avanço e melhorias da comunidade como um todo, além disso, colabora de maneira significativa no processo de aproximação não apenas entre grupos, mas entre pessoas. Passados mais de uma década e meia desses ensinamentos os mesmos permanecem atuais e destacam congraçamentos. Cicilia Peruzzo (2022) também destaca sobre a importância da comunicação local na cotidianidade e do

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

congraçamento de ideias. Partindo desse pressuposto, é nítido como determinados círculos se tornam parte da identidade e experiência das pessoas, cada um por sua vez, tenta incluir-se nessa perspectiva de conjunto, seja no âmbito profissional, social ou religioso.

Com o crescimento das redes sociais, estas têm cada vez mais força diante da opinião pública. A forma que cada postagem é feita tem grande impacto perante a sociedade, formando opiniões, além de dar visibilidade para diversos assuntos. Ao fazer uma postagem já gera uma expectativa em relação à aprovação da comunidade em que está inserida.

O Instagram é uma das redes sociais mais utilizadas, através dele é possível conectar diferentes lugares, conhecer pessoas, como também cada vez mais ser recorrido como instrumento de trabalho, uma vez que nele pode-se fazer a divulgação de seu interesse e assim conectar os que possuem os mesmos gostos, criando um grupo de consolidação desse tema, trazendo gradativamente mais pessoas para perto.

Orlando Berti (2020) destaca, principalmente em análise sobre o início do período pandêmico acerca de quanto o Instagram foi utilizado como rede para compartilhamento de informações, dicas e vivências coletivas decorrentes de tudo o que foi vivenciado e sofrido pela COVID-19.

Além disso, o Instagram é um meio eficaz de dividir momentos e histórias com outros, através de postagens é possível desenvolver um nível maior de conhecimento com pessoas que estão distantes, as enquetes possibilitam o diálogo entre os cidadãos e garantem a possibilidade de futuras amizades.

4 – A importância das redes sociais para o clube *Asas da Alva*

As redes sociais podem contribuir de forma positiva para a divulgação de ações realizadas através do Clube e para o fortalecimento deste, entre os membros e a sociedade.

Também nota-se que as redes são canais que ligam diretamente o Clube e o público-alvo, tornando possível a comunicação direta entre várias pessoas em diferentes âmbitos, sendo também uma ferramenta que pode alcançar pessoas em todos os espaços.

O Engajamento de Propagação diz respeito a ações que geram a replicação das mensagens postadas por uma página, ou seja, quando um fã curte, comenta ou compartilha, promove a propagação da mensagem aos seus contatos. Ao receber o conteúdo vindo de amigos, outros usuários podem compartilhá-lo, mesmo não sendo fãs da página (PORTO, 2014, p. 52).

O Clube de *Desbravadores Asas da Alva* pôde usar o Instagram como recurso para divulgar suas atividades, compartilhar experiências e convidar a sociedade para participar de seus eventos, e conseqüentemente, mobilizar as pessoas para se envolverem nas causas sociais, gerando, portanto, interesse por temas debatidos nas reuniões.

Uma das maneiras que podem ser utilizadas pelo Clube seria realizar enquetes que ajudem o público a entender como funcionam as suas diretrizes, atraindo o interesse de pessoas que até pouco tempo, não sabiam o que eram desbravadores ou se este existia.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

FIGURA 1 – UMA DAS MANEIRAS DE COMUNICAÇÃO DOS DESBRAVADORES ASAS DA ALVA EM MONSENHOR HIPÓLITO, SERTÃO DO PIAUÍ



FONTE: INSTAGRAM DESBRAVADORES ASAS DA ALVA, 2022.

Além do Instagram, outras redes sociais também podem ser utilizadas para o crescimento e desenvolvimento do Clube de *Desbravadores* como os web sites. Nestes podem ser postados textos sobre críticas, momentos relevantes e assuntos que sejam tratados com integrantes. Desse modo, a comunicação torna-se a maneira mais eficaz de conseguir repassar informações para vários lugares. A partir do momento que existe um local fixo de conhecimento, facilita para a população que tem interesse sobre o assunto, e conseqüentemente identificar o Clube mais perto de cada um.

No ministério as redes sociais são indispensáveis, principalmente no contexto da pandemia. Antes desse período, as redes já eram utilizadas para evangelismos, mas foi no período de incidência da COVID-19 que se tornaram a única forma de propagação da mensagem pregada. Reuniões tiveram que ser reajustadas para que acontecessem de forma virtual, desafios frente às redes sociais foram lançados, e as mesmas se tornaram a maior

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

forma de comunicação entre membros do grupo, e a forma mais eficaz de interagir com a comunidade e levar um pouco de tranquilidade e ajuda para aqueles que estavam com dificuldades.

Mesmo após a reabertura do Clube depois dos afrouxamentos das regras antes apertadas para conter a COVID-19, as redes sociais continuaram sendo necessárias e significativas, pois já faziam parte do cotidiano dos *Desbravadores*. Iniciativas por meio das redes sociais continuaram a ser propagadas, porque agora a realidade passou a ser diferente e a própria comunidade havia visto a importância dessas ferramentas. Elas passaram a ser vistas não apenas como lugares para conversar, mas como um meio de comunicação entre igrejas, clubes, universidades e outras instituições tornando-se o meio mais utilizado para a aproximação e construção de conteúdos. São pontos de prova do quanto a comunicação mediada pela virtualidade também ajuda na comunitarização de ideias.

Contudo, mesmo que a internet seja responsável por novas oportunidades e divulgação de informações, é preciso tomar cuidado com os tópicos apresentados dentro da mesma. Enquanto, é de suma importância para o desenvolvimento de profissões e conhecimentos, também traz riscos. É preciso ter cautela para não entrar em pânico diante da onda de informações e acabar, confundindo a realidade com o que é apresentado nas redes, pois, a mesma pode ser um sonho lindo, mas também pode tornar-se o pior dos pesadelos.

Como pontuou Gilberto Gil (2021) logo nos anos 90, “Estou preso na rede que nem peixe pescado, é zapzap, é like, é Instagram, é tudo muito bem bolado” (GIL, 2021).

5 – A importância dos *Desbravadores* na pandemia da COVID-19

No ano de 2020, o mundo foi afetado por um vírus que estava contaminando a população de maneira rápida e levando a vida de muitas pessoas queridas. Diante de tantas notícias difíceis o Brasil entrou em quarentena, os cidadãos só podiam sair de casa em casos importantes, e os únicos serviços oferecidos presencialmente eram os essenciais, as escolas e igrejas foram fechadas e agora se tinham que cultuar a Deus de suas residências.

O Clube de *Desbravadores* também teve que fechar para evitar contaminação de mais pessoas e foi necessário pensar em formas criativas para se reunir com os amigos mesmo que a distância. Em meio a essa realidade, passou-se a serem utilizados aplicativos online para que as pessoas pudessem conversar. O Clube *Asas da Alva* permaneceu desenvolvendo suas atividades de forma virtual, mas no ano de 2021 a direção decidiu realizá-las de forma presencial já que o governo já permitia, e assim foi feito, mas com todos os cuidados possíveis, cumprindo algumas regras como distanciamento, uso de máscara e álcool em gel.

O Clube tem um papel significativo na sociedade, por isto, o trabalho missionário deveria continuar principalmente em uma época que as pessoas estavam tão carentes e necessitadas. Nesse contexto, torna-se de suma importância a presença dos *Desbravadores*, visto que, com a ajuda dos mesmos é possível procurar novas formas de enxergar a vida, como também sentir-se acolhido.

O acolhimento é, sem dúvida, uma chave muito poderosa que permite a continuação da vida, e quando colocado na situação atual, vem a ser ainda mais essencial.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

O Clube possui um perfil no Instagram. Ele chegou a ter um período de desativação, mas depois foi reativado. O tempo em que passou parado era porque não tinha ninguém para assumir exclusivamente as redes sociais, de preferência um jornalista. As postagens são feitas pelos próprios membros, que embora saibam lidar com a internet, não possuem qualificação profissional na área da comunicação.

Trabalhando em tantas linhas de frente, o desafio de gerir a atenção do público, ainda que em páginas segmentadas, torna-se ainda maior". Segundo Venetianer (1999), o principal fator do sucesso da presença na internet depende da capacidade de conceber e oferecer conteúdo de valor (COSTAS, 2019, p. 130).

O Clube também tem um grupo de WhatsApp com 15 pessoas, muitos assuntos importantes são debatidos nele, enquanto os administradores deixam os participantes a vontade para conversarem e aprofundarem seus laços de amizades, além de deixá-los livres para dar suas ideias a cerca dos assuntos propostos. Nesse ambiente são dadas todas as informações sobre as datas e horários das reuniões, como também de ações a serem realizadas.

Faz-se necessária uma mudança na forma como as redes sociais são utilizadas pela administração do Clube, se bem trabalhada elas podem chegar a muitas outras pessoas, o Instagram não deve ficar preso apenas a pessoas que já fazem parte do grupo, mas devem alcançar outras realidades, e conseqüentemente uni-las, ou no mínimo apresentá-las. Uma dessas conseqüências pode ser as próprias reflexões geradas comunitariamente, não só para eles, mas

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

também para toda a sociedade de Monsenhor Hipólito sobre a importância do trabalho de um grupo que tem feito, e faz, um trabalho edificante. Isso mostra um dos pontos da própria importância da comunicação comunitária e também um aumento da sensação de pertencimento, destaques que são muito elucidativos mediante o que é trazido nos conceitos de Alain Bourdin (2001). O autor complementa que não é só estar, mas também sentir-se parte do processo e atuar para a evolução coletiva.

6 – Um olhar comunicacional sobre o Clube de *Desbravadores*

A comunicação comunitária engloba muitos aspectos cotidianos que são de extrema importância para a sociedade, já que, traz debates e une pessoas que tem um objetivo em comum, da mesma forma que dá voz aqueles que são ignorados pela sociedade. Ela leva informação e contribui para uma inclusão das pessoas em movimentos populares, permitindo que haja uma troca concreta de experiências, não se resumindo apenas à teórica, mas vivenciando na prática a diferença existente.

Nesse aspecto, o Clube de *Desbravadores* também se torna uma forma de comunicação comunitária, uma vez que, por intermédio desse ministério é possível unir esses conceitos e transforma-los em realidade. O Clube leva projetos que dão lugar de fala a outros cidadãos, permitindo que unam-se ao movimento através da disponibilização de uma série de atividades, isso traz uma grande mudança para o local em que está inserido.

Nos dias atuais, muitos jovens tem seus talentos desperdiçados por falta de oportunidade, além de não terem uma forma de ocupar seu tempo de maneira produtiva, tempo este que

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

poderia estar sendo utilizado para contribuir com a cidade e com o próprio psicológico da criança e do adolescente, pois ter um espaço em que possa se expressar contribui de forma positiva para o desenvolvimento dos mesmos.

A comunicação é de extrema importância para que estas atividades e esses movimentos se mantenham ativos, já que está presente em todos os lugares. Sem a mesma não seria possível fazer parte de causas tão importantes, porém complexas, visto que estes existem através da união e do diálogo entre as pessoas de uma determinada comunidade. Esse contato gera uma construção de novas possibilidades perante a sociedade. Comunicar-se não se resume só ao ato de falar, seja através de uma foto, um vídeo, ou apenas um olhar, novos conceitos são formados e repassados para gerações futuras.

Ao aproximar todos esses fatores, é possível visualizar o significado do jornalismo para as instituições cristãs, que ainda não conseguiram acompanhar totalmente as novas ferramentas tecnológicas, por isto, é a importância dos voluntários que tem experiências profissionais na área da comunicação e que estão mais abertos as sugestões e mudanças impulsionadas pela modernidade.

Um indivíduo qualificado é de suma relevância para todas as áreas, e no âmbito religioso não é diferente, ter alguém capacitado que possa trabalhar todos os pontos comunicacionais torna possível compreender melhor as situações vividas ali e assim trabalha-las no dia a dia.

No momento atual, faz-se necessário para o Clube de *Desbravadores*, profissionais que não estejam presos dentro de informações soltas, é cada vez mais indispensável que haja

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

profissionais sérios que de fato procurem informações verdadeiras, que apurem fatos e que não se deixem levar pela facilidade de apenas replicar notícias, mas sim, de fazer o seu trabalho, mesmo que voluntário de forma objetiva e perspicaz.

Esses dois mundos se complementam, público e comunicador devem andar de forma contínua e na mesma direção. Mesmo seguindo um padrão já pré-estabelecido, as igrejas precisam buscar um novo caminho frente às tecnologias, dessa forma, caminhando junto com os profissionais da comunicação. Ter esse objetivo de base serve como um direcionamento entre ambos, conseqüentemente, acaba por atingir mais pessoas, trazendo-as para dentro da igreja ou apenas apresentando outra perspectiva para elas.

Entendendo esses pontos, faz-se uma reflexão sobre como cada indivíduo capta as mensagens recebidas através da comunicação por meio do Clube de *Desbravadores*, e leva novamente a questionar a falta de profissionais da área no Clube *Asas da Alva*, já que cada vez mais é visto a diferença que isso traz para o local inserido, além de esclarecer também o valor dos *Desbravadores* e sua ligação com o jornalismo. Essa ideia precisa ser construída, mesmo que aos poucos, entender a sua importância já faz com que novos horizontes sejam explorados.

Ao analisar a influência do Clube em Monsenhor Hipólito é notável que as ações realizadas têm contribuído para a comunicação local. Por já estarem conhecidos dentro da cidade, sempre que as pessoas veem jovens usando lenços amarelos em fila já associam a alguma ação que está prestes a ser realizada, sentindo-se mais confortável para iniciar uma conversa sobre seus ideais e até mesmo sobre as necessidades do lugar, desse modo há uma comunicação

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

entre membros do Clube e cidadãos. Por meio da ordem unida, existe também uma comunicação alternativa entre os *Desbravadores* e seus respectivos líderes, pois quando escutam os comandos já os executam de maneira rápida e voluntária por entenderem ali os significados presentes.

Outra informação adquirida através deste estudo é a percepção da própria comunicação que já existe entre desbravador e comunidade, esta acontece através das redes sociais dos membros do grupo, por meio de postagens na qual as pessoas curtem e comentam, mesmo que de forma indireta. As mensagens apresentadas pelos *Desbravadores* circulam, e mostram a influência que o Clube exerce.

É visível que quanto mais próximo da comunidade, mais torna-se parte daquela de maneira que possa ajudar em questões da mesma, o desbravador é mais que apenas um ajudante, ele é um amigo que tem o intuito de contribuir da melhor forma possível, tanto na sua própria comunidade, como em cidades vizinhas. Esse diálogo permite que ambos consigam evoluir da melhor maneira possível, e é por meio da comunicação que isso acontece, seja comunitário ou alternativo, os resultados desses encontros são como peças de um quebra-cabeça, que juntos, tornam-se uma bela imagem.

É importante que esses aprimoramentos sejam realizados juntos, visando o melhor para ambos. Ter como aliada a comunicação é importante não só para informar, mas para instigar aqueles que não conhecem o Clube a terem interesse em conhecer.

Por fim, destaca-se que o jornalismo é responsável por buscar informar e conectar realidades distintas, desse modo é trabalho da comunicação em ter cuidado com aquilo que joga para o

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

mundo, uma notícia pode ter diversas interpretações, e um detalhe pode fazer toda diferença, justamente por isso recomenda-se que haja profissionais capacitados desse campo para cuidar da parte de redes sociais e afins, pois cabe a eles elaborar estratégias de proximidade e conseguir conectar público e Clube, como também acontece em outras áreas. Quando esses polos se conectam de forma clara, consegue-se ter um aproveitamento melhor e uma visão ampliada, visto que torna-se possível entrar dentro daquele determinado mundo e sentir-se parte do mesmo.

Considerações

No decorrer deste artigo foi visto que a comunicação é fundamental para as igrejas, já que as mesmas trabalham diretamente com pessoas, e têm uma grande influência na forma como estas vêem o mundo, e também como lidam com as dificuldades do dia a dia. Através do contexto virtual, o mundo real acaba sendo um espelho que reflete os assuntos discutidos na rede social, dependendo da importância e do impacto que certos temas causam, a realidade torna-se palco de debates ao longo de dias ou semanas.

Ao analisar a influência do Clube de *Desbravadores* na cidade de Monsenhor Hipólito é notável que as ações realizadas têm contribuído para a comunicação local, sempre que as pessoas veem jovens usando lenços amarelos em fila indiana já associam a alguma ação que está prestes a ser realizada, já sentindo-se mais confortável para iniciar uma conversa sobre seus ideais e até mesmo sobre as necessidades da cidade, havendo desta forma uma comunicação entre membros do Clube e cidadãos, através da ordem unida, existe

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

também uma comunicação alternativa entre os *Desbravadores* e seus respectivos líderes, quando escutam os comandos já os executam de forma rápida e voluntária por entenderem ali os significados presentes.

Com base nas informações adquiridas através deste estudo, já nota-se o desenvolvimento da comunicação entre desbravador e comunidade, por meio das redes sociais, os próprios membros do grupo fazem postagens na qual as pessoas curtem e comentam, mesmo que de forma indireta mensagem apresentada pelos *Desbravadores* circulam, não tirando a importância da rede social própria do Clube.

Neste estudo também é esclarecido que embora haja uma interação entre membros do Clube e admiradores do movimento e ainda que o grupo tenha uma grande influência na comunidade, é necessário que haja uma melhoria na forma como as redes sociais são gerenciadas, e que no momento, há uma real necessidade de um profissional da área da comunicação para um maior fortalecimento da imagem do Clube diante dos seguidores, e também para os novos curiosos que chegarem.

Para alcançar os resultados propostos, foram utilizados materiais bibliográficos, e feitos estudos sobre personagens marcantes da história da Igreja Adventista do Sétimo Dia, como a conhecida pelos mesmos como “Profetiza”, Ellen G. White, também foram utilizadas pesquisas feitas nas redes sociais do Clube, e a leitura de artigos científicos que tiveram como temática o Clube de *Desbravadores*.

Resta ainda, para finalizar, ressaltar que o Clube de *Desbravadores* tem muito a acrescentar na comunidade, e que o

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

trabalho realizado pelo mesmo tem impactado a vida de muitas pessoas, essa obra deve continuar e se possível, é de suma importância que exista um trabalho ligando o Clube ainda mais ao meio jornalístico e comunicacional. Saber a maneira de conservar com o público é o ponto chave que conecta assunto e pessoas, esse contato traz benefícios para ambos os lados, sendo essencial para que haja de fato, um propósito comum de reflexão e aprendizado.

Referências

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Quem cuida de quem cuida?** O Instagram e a rede de solidariedade e informação no combate à COVID-19 no Piauí. Teresina: EdUESPI, 2020.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

COSTAS, Maria Bernardes. **A identidade Adventista do Sétimo Dia no Facebook**. Dourados: Revista EaD & Tecnologias Digitais na Educação, v. 7, n. 9, 2019, pp.127-137.

G1. **50% dos brasileiros são católicos, 31%, evangélicos e 10% não têm religião, diz Datafolha**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/13/50percent-dos-brasileiros-sao-catolicos-31percent-evangelicos-e-10percent-nao-tem-religiao-diz-datafolha.ghtml>>. Acesso em: 05.mar.2022.

GIL, Gilberto. **Pela Internet**. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=2ZZ-LSlwKYc>>. Acesso em: 23.jul.2021.

IASD – IGREJA ADVENTISTA DO SÉTIMO DIA. **Os adventistas**. Disponível em: <<https://www.adventistas.org/pt/institucional/os-adventistas/adventistas-no-mundo/>>. Acesso em: 12.mar.2022.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA DE ESTATÍSTICA. **Dados sobre o município de Monsenhor Hipólito**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/monsenhor-hipolito/panorama>>. Acesso em: 10.mar.2022.

INSTAGRAM. **Perfil no Instagram do Clube Desbravadores da Alva**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/asasdaalvadbv>>. Acesso em: 12.mar.2022.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária**. Brasília: Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006.

_____. **Televisão comunitária** – dimensão pública e participação cidadã na mídia local. Rio de Janeiro: Maud X, 2022.

PORTO, Camila. **Facebook Marketing** – Engajamento para transformar fãs em clientes. 2014. Disponível em: <<https://www.pontoconteudo.com/sites/quarteldigital>>. Acesso em: 22.ago.2021.

REDENÇÃO. **Mais de 300 milhões de Bíblias distribuídas em todo o mundo em 2019**. Disponível em: <<https://redencao.co/mais-de-300-milhoes-de-biblias-distribuidas-em-todo-o-mundo-em-2019>>. Acesso em: 30.out.2021.

WHITE, Ellen, G. **Testemunhos Seletos**. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 1949.



TEXTO 7

A COMUNICAÇÃO EXERCIDA PELA ASSOCIAÇÃO ATLÉTICA ACADÊMICA MIDIÁTICA, DE PICOS, EM SUAS REDES SOCIAIS. QUESTÕES DE COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA E COMUNITÁRIA

Evandro Alberto de Sousa

Júnior do Vale Lucena

Orlando Maurício de Carvalho Berté

RESUMO

Este trabalho busca analisar a comunicação empregada pela Associação Atlética Acadêmica *Midiática*, grupo do movimento estudantil do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí, do campus professor Barros Araújo (na cidade de Picos) em suas redes sociais: Instagram e grupo de WhatsApp; e também do site “*Midiática Lab*”. A fim de compreender e identificar o propósito pelo qual a *Atlética Acadêmica Midiática* foi criada, como se deu seu tempo de atividade, a causa da sua inatividade atual, a forma comunicacional que ela empregava em seus discursos e também como o distanciamento social levou ao afastamento de causas sociais e ao esfriamento das comunicações de grupos integrados com objetivos em comum. Para isso, utilizou-se procedimentos metodológicos balizados em pesquisa bibliográfica, entrevista oral e pesquisa documental justamente para entender as questões

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

comunicacionais alternativas e comunitárias realizadas por este grupo.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Comunitária; Atlética Acadêmica; Atlética *Midiática*; redes sociais; comunicação contra-hegemônica; discurso nas mídias.

Introdução

Existem diferenças no papel de cada instituição estudantil que permeia o universo acadêmico. As mais comuns são os CAs, os DAs e os DCEs. Cada um possui funções distintas, mas que também podem ter empregos em comum. Um Centro Acadêmico (também conhecido por CA) é uma entidade que representa estudantes de um determinado curso de graduação, a fim de manter um canal de comunicação direto e limpo com seus estudantes, promovendo discussões, reuniões e debates; sua principal função é manter uma comunicação com entidades e órgãos de representação estudantis e realizar mediações junto a coordenações de cursos, direções de unidades universitárias e até com a administração superior das instituições de ensino (direções gerais, pró-reitorias, reitorias e chancelarias). Já o Diretório Acadêmico (também conhecido por DA) é semelhante ao CA em funções e representatividades, mas neste caso, é uma entidade representativa de estudantes de diversos cursos, podendo representar um maior número de acadêmicos e seus múltiplos interesses e pautas; em muitos casos um DA tem a mesma função, em termos de representação de cursos, de um Diretório Central de Estudantes (DCE). Os DCEs convergem vários CAs ou vários CAs e DAs. O importante do entendimento das organizações estudantis é que as mesmas têm poder de mediação de

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

representatividade entre seus pares e são feitas de estudantes para estudantes.

Outro tipo de representatividade acadêmica são as Atléticas Acadêmicas (AAs). Elas possuem funções representativas de interesse evolutivo do curso e também funções recreativas como execução de campeonatos esportivos, atividades extracurriculares e semelhantes,

[...] sendo atualmente, regidas por seus próprios estatutos, prezam não só pelo desenvolvimento e representação do desporto universitário, mas também pela integração de toda a comunidade acadêmica (alunos, professores, funcionários) através de eventos sociais e culturais, assumindo assim, um papel fundamental na reivindicação e incentivo ao desenvolvimento de políticas de esporte e lazer nas universidades (PEREIRA; SILVA, 2019, p. 118).

Este artigo trata sobre a Associação Atlética Acadêmica *Midiática*. Ela é a AA universitária do curso de bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (Uespi), campus Professor Barros Araújo, em Picos, Sertão do Piauí. A cidade fica localizada na região Centro-Sul do estado, a 307 quilômetros da capital, Teresina.

O curso de bacharelado em Jornalismo, representado pela Atlética estudada, não possui Diretório Acadêmico ou Centro Acadêmico ativos e esta era, até então, a única representatividade estudantil específica dessa graduação.

Com ampla participação online através da plataforma Instagram, sua primeira publicação na rede social deu-se no dia 08

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

de março de 2020. Esta publicação trazia um apelo “Lute como uma jornalista” fazendo alusão ao Dia Internacional da Mulher no contexto histórico recente à data, que eram agressões machistas e misóginas sofridas por mulheres jornalistas nas semanas anteriores.

Como papel social e militante das causas estudantis diante da pandemia da COVID-19 que se instaura desde março do ano de 2020, até o presente momento de conclusão deste estudo (no segundo semestre de 2021), o ensino presencial ficou suspenso como forma de prevenção a disseminação e contaminação pelo Sars-cov-2, vírus causador da COVID-19, a *Atlética Midiática* buscou realizar debates para manter a comunidade acadêmica integrada através de transmissões ao vivo com convidados das áreas de: Comunicação, Administração e Contabilidade, como também autoridades do poder legislativo estadual do Piauí, a exemplo da deputada Teresa Brito (PV).

Ainda em face das dificuldades dispostas e colocadas devido a pandemia da COVID-19, a *Atlética Midiática* colocou-se à disposição dos estudantes não só os quais representava, bacharelado em Jornalismo, mas sim de toda a comunidade acadêmica da Universidade Estadual do Piauí, levando a proposta de “Auxílio Emergencial Estudantil” a estudantes que tiveram seus contratos de estágios remunerados rescindidos por complicações do agravo econômico e social da situação pandêmica e também dos que moravam de aluguel na cidade de estudo (Picos) estando longe de casa.

A *Atlética Midiática* levou o projeto de assistência estudantil até a reitoria da universidade e após longos debates o projeto foi aceito e então iniciou-se a triagem dos estudantes que estavam

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

necessitados, neste ponto a atlética teve papel importante para o mapeamento da reitoria. No dia 14 de maio de 2020, a *Atlética Midiática* lançou um formulário totalmente online e remoto, para que estudantes em situação de vulnerabilidade social pudessem informar sua circunstância e estado social, estas informações foram captadas e entregues ao Conselho Diretor e a PREX – Pró-reitoria de Extensão, Assuntos Estudantis e Comunitários da Universidade Estadual do Piauí, como trouxe o Diário Oficial do Estado do Piauí (2020), edição Nº130, de 15 de julho de 2020.

Busca-se neste artigo destacar, compreender e debater a comunicação exercida pela *Midiática*, de Picos, em suas redes sociais entremeio às questões de comunicação alternativa e comunitária.

As entrevistas concedidas para estudo e análise do objeto foram realizadas com os agora ex-diretores: João Pedro Pereira Nunes, ex-vice-presidente da *Atlética Midiática*; e Maria Cecília de Souza Pires Matos, ex-presidenta. Os depoimentos foram colhidos nos dias 19 de agosto e 24 de agosto de 2021. As entrevistas foram concedidas por meio da plataforma de conversão de videoconferência “Google Meet” em face da impossibilidade geográfica impostas pela pandemia da COVID-19 até o presente momento deste estudo.

1 – Atlética Acadêmica *Midiática* e a Universidade Estadual do Piauí

A Atlética surgiu no final do segundo semestre de 2019, em uma reunião no próprio campus da Universidade Estadual do Piauí de Picos. Participaram alunos do primeiro, terceiro e quinto períodos. Nesta reunião foram definidos, por meio de votação, aspectos

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

essenciais como: nome, cores, mascote e atividades que seriam desenvolvidas pela atlética, ainda que preliminarmente.

Desde sua fundação, era claro o objetivo de que a instituição, atlética, nasceu com o objetivo de atrair visibilidade social ao curso, entretenimento aos discentes e associados, e também como laboratório de experimentação em Comunicação.

Até o ano de 2017, o curso tinha a nomenclatura de “Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e Relações Públicas” sendo autorizado em 2001, mas com o primeiro ingresso apenas no ano seguinte, 2002. Era uma graduação de cinco anos e meio (11 períodos). Com as novas diretrizes técnicas, atualmente o curso tem a nomenclatura “Bacharelado em Jornalismo”, conta com quatro blocos ativos em andamento (primeiro, terceiro, quinto e sétimo), possuindo uma média de quase uma centena alunos matriculados. O novo formato de curso é em tempo integral e tem oito períodos (quatro anos) de duração. O curso conta com seis professores efetivos, um deles é o reitor da instituição, professor Evandro Alberto de Sousa (também co-autor deste texto).

Diante deste raio-x do funcionamento do curso, entende-se a necessidade de criar novas participações do curso e expandir as existentes, dentro e fora do campus. Com este sentimento, a Atlética Acadêmica *Midiática* foi fundada. Tornando a participação dos acadêmicos mais ativa, durante o tempo de sua atividade.

Em sua atividade, a Atlética *Midiática* fugiu da ideia de uma atlética acadêmica tendo como pontos principais as festas e campeonatos esportivos, como destacam Brisa Pereira e Luciano Silva (2019). A *Midiática* trouxe muitas outras pautas importantes para o desenvolvimento dos seus participantes e também de pessoas

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

externas a ela, como outros alunos de cursos diferentes e também de outras instituições de ensino superior. Pautas como empoderamento feminino, melhorias para a sociedade acadêmica e do curso, debates políticos e necessários para o alunado da Uespi que estavam inseridos em uma realidade sem muito engajamento entre os seus próprios participantes.

Para entender a história de atuação do objeto analisado, iremos nos amparar nos aspectos teóricos-metodológicos de autores que dissertam sobre a comunicação popular, alternativa e comunitária, através de um estudo de caso da *Atlética Acadêmica Midiática*.

Como forma de amparar a pesquisa proposta, a página oficial da *Atlética Acadêmica Midiática*, na rede social Instagram é utilizada como método cronológico de abordagem dos fatos e também como método de atestar com confiança períodos, eventos e as datas destes, visto que a plataforma registra a data em que a publicação foi realizada

[...] A internet também se destaca pelo modo ágil e instantâneo como as informações podem ser apuradas, publicadas e dispersas por todos os limites da rede; a perenidade das informações, que ficam arquivadas (e muitas vezes acessíveis a maioria das pessoas) por tempo indeterminado; e talvez um dos fatores mais importantes, a interatividade digital: a Internet possibilitou uma grande variedade de opções de interação online entre usuários, até então não explorada pelos meios de comunicação convencionais (MIANI; SILVA, 2011, p. 2).

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Desta forma, o estudo se desenvolve a partir da historicidade levantada pelos secretários, em especial pelos fatos narrados pela diretora e vice-diretor da Associação Atlética Acadêmica. A partir de entrevistas concedidas por estes, será possível compreender as etapas de fundação, atividade e inatividade do objeto. As entrevistas ocorreram por meio da plataforma online de videoconferência, devido ao momento de distanciamento social exigidos pela pandemia da COVID-19 a qual aconteceram em paralelo a execução desta pesquisa.

Os entrevistados desta pesquisa são Maria Cecília de Souza Pires Matos, diretora da Atlética em análise, de janeiro de 2020 a janeiro de 2021; e João Pedro Nunes, vice-diretor da *Midiática* de 2019 a janeiro de 2021; ambos acadêmicos do curso de bacharelado em Jornalismo na UESPI, campus Professor Barros Araújo. A entrevistas tiveram como objetivo balizar este estudo a partir da oralidade dos diretores que estiveram a frente do projeto enquanto este esteve ativo.

Um empecilho para esta pesquisa é a ocorrência das atas e registros de reuniões terem sido perdidas, o que chama atenção é a condição recente de criação e atuação do objeto e em contraponto a isto, a perda das informações documentadas e atestadas através da fidelização de atas documentais, dificultando, inclusive, a historicização.

2 – Comunicação Alternativa e Comunitária

A comunicação exercida dentro dos espaços educacionais, como as universidades, garantem uma integração do conhecimento entre pessoas de um grupo que se correlaciona. Um exemplo disso

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

são os movimentos estudantis e acadêmicos que se encontram no campo presente e também nos espaços de diálogo virtuais, como grupos no WhatsApp e Telegram, além de perfis na rede social Instagram onde agendam reuniões, protestos, coletivizações e outras atividades afins a estas.

A comunicação nas ciberculturas ajuda na organização de grupos e também reinventa a forma como diálogos são construídos e pautas são discutidas.

A hipótese é de que a comunicação popular, comunitária e alternativa poderia se revigorar ao assumir a cibercultur@ como estratégia de redefinição de práticas organizativas pois ajudaria a configurar processos de participação ativa e autogestionária da comunicação (PERUZZO, 2011, p. 2).

Deste modo, a comunicação participativa exercida pela *Atlética Midiática*, teve como base a pluralização das ideias e a busca da concretização das ideias de comunitarização, aliando o que era visto em sala de aula ao que era sentido fora dela.

O objetivo da comunicação popular é tornar a nossa – em uma ação de pertencimento – comunicação mais plural, fácil, e participativa, dando voz e vez para grupos segregados e/ou que não tem acesso – no sentido de participar - aos grandes veículos comunicacionais, os *mass media*, como destaca Cicilia Peruzzo (2011), que os moradores de grandes centros já são mais notáveis. Anos depois a autora insere em outro trabalho um conceito continuado destas formas de comunicação.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

A comunicação comunitária, popular e alternativa se caracteriza como expressão das lutas populares por melhores condições de existência que ocorrem a partir dos movimentos populares e demais organizações cívicas-comunitárias e representam um espaço para participação democrática dos segmentos organizados da população na feitura da comunicação a partir de suas demandas e visões de mundo (PERUZZO, 2020, p. 7).

O objetivo da comunicação popular é integrar e manter o diálogo convidativo e participativo para os membros inseridos em uma determinada comunidade.

Diante de toda a dificuldade interposta pela pandemia do vírus da COVID-19 nossas relações foram colocadas em face da comunicação mediada por computador, através de videochamadas, chamadas em grupo e outras formas de conexão digital, tudo mediado através de aparelhos que acessam a rede mundial de computadores. O antes fortalecido cara a cara, no sentimento de ver, de estar próximo, deu lugar a mediação por telas (de computador, de tablets e de celulares).

Com o distanciamento social ocasionado pela pandemia da COVID-19 a partir de março do ano de 2020, nossas interações comunicativas foram colocadas à mercê da mediação por computador, como destaca Cicilia Peruzzo (2011) e com isso tivemos também um distanciamento do calor e apreço sentimentais frutos da proximidade das comunidades no seu espaço físico, como isto pode ter afetado uma entidade que nasceu diante da conectividade disponível na cibercultura?

A comunidade acadêmica dispersa causou uma contrariedade com a ideia de conectividade que temos nos dias

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

atuais, pois nem a revolução comunicativa deliberada pela rede mundial de computadores e seus internautas conseguiu manter uma proximidade, mesmo que digital, por um longo período.

A internet se tornou, mais do que antes, um espaço de diálogo e debate para ações que antes eram executadas e tinham seu desenvolvimento no âmbito físico.

O fato da rede digital ter se revelado, na medida do avanço nas novas tecnologias desde o início no século XXI, como um ambiente propício para a prática de uma comunicação livre e com possibilidades de interatividade até então impensáveis, torna esse ambiente adequado para a emergência de novas alternativas de comunicação (MIANI, SILVA, 2011, p. 6).

A internet garante espaço de voz a grupos e comunidades que tinham este acesso negado ou dificultado até outrora. No entanto, a presença digital bem firmada não anula a necessidade de uma aparição no mundo físico. O caso da inatividade da atléica destacada neste artigo traz esta constatação à luz do estudo deste caso.

A comunicação popular garante a participação plural dos indivíduos inseridos no grupo ao qual se comunicam. Ter espaço de voz afirma o local de fala e de opiniões que sejam diversas, tornando os debates mais edificantes, englobando realidades distintas e pensamento, conceitos e opiniões que trazem mais caminhos de interpretação do indivíduo para o todo do grupo geral.

O objeto deste estudo pode ser caracterizado como representação de encarnação, pois este assumiu, enquanto manteve-se ativo, um papel de estar à frente dos discentes em pautas ligadas

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

ao cunho social e de bem coletivo. A Atlética ampliava a voz dos discentes através de muitas aberturas, dentre elas, o grupo geral no aplicativo de mensagens instantâneas, WhatsApp, sobre este Maria Cecília de Souza Pires Matos (2021) afirma:

No grupo geral da Atlética no WhatsApp, nós estimulamos as pessoas a defenderem seu discurso e, ali, a gente conseguia analisar os discursos dessas pessoas, a gente conseguia se expressar e tudo isso num grupo de WhatsApp porque as pessoas não ficavam com aquela pressão de tipo “Meu Deus! E se eu errar na frente da sala? De um professor?”.

Dessa forma, os participantes do diálogo eram convidados a exporem suas opiniões, ocasionando uma exposição de discursos e ideias variadas, que agregavam a todos que estavam em conjunto no grupo, tornando a comunicação popular. Mas, além de popularizem as ideias estudantis, também haviam outras pontuações comunicacionais necessárias, uma delas era o rumo de ser contra-hegemônica.

3 – Comunicação contra-hegemônica

Chega até assustar quando vê-se inicialmente o termo *contra* aparecendo em algum texto. Contra, notadamente para este estudo e para as questões contemporâneas relacionadas a sociabilidades, muitas vezes não quer dizer somente contrário, mas também alternativo. A comunicação contra-hegemônica é o conceito de comunicação que vai contra a grande onda comum da sociedade, tendo seus preceitos baseados em sair do padrão e pluralizar questões que norteiam o pensamento comunicacional da sociedade

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

no âmbito da cultura, comportamento e a própria comunicação exercida.

Este trabalho encontra-se embasado através de pesquisas bibliográficas como forma de entender teoricamente os conceitos, pilares, formas e saberes da comunicação contra-hegemônica.

Para entendermos este conceito, antes, porém, precisamos compreender o seu antônimo, a hegemonia. Entende-se por hegemonia a massificação de um público determinado a fim de fazê-lo pensar e agir de forma semelhantes entre seus membros. “Hegemonia pressupõe a conquista do consenso e da liderança cultural e político-ideológica de uma classe ou bloco de classes sobre as outras”, como afirma Dênis de Moraes (2010, p. 54).

As redes são um espaço cíclico de conhecimento e saber sendo um meio de propagação de conhecimento, uma vez que “[...] se destaca pelo modo ágil e instantâneo como as informações podem ser apuradas, publicadas e dispersas por todos os limites da rede” (MIANI, SILVA, 2011, p. 2). A comunicação do objeto analisado era feita exclusivamente de forma digital, através de publicações na rede social “Instagram”, site “*Midiática* Lab” e grupos de conversação através do aplicativo móvel de mensagens instantâneas WhatsApp.

O preceito básico da hegemonia é a dominância pois dedica-se a domar os pensamentos e elementos que compunham os seios político, social, comunicacional, cultural, laboral e organização econômica dos indivíduos que compõem o grupo através do consentimento destes, como bem reflete Laércio Góes (2007). Os indivíduos tornam-se pólos passivos de tomada de decisão e assim são facilmente manipulados. A ação de contra-hegemonia é ficar no oposto de toda essa dominação que está imbuída em discursos que

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

pregam esse aplanamento de opiniões, que deixa os indivíduos amontoados em formas comportamentais que se caracterizam em um ciclo vicioso na zona de conforto criada pelos generais da hegemonia.

Hegemonia é um termo militar de origem grega, derivado de *eghestai*, que significa conduzir, guiar, liderar, ou do verbo *eghemoneuo* do qual deriva estar à frente, comandar, ser o senhor. Por *eghemonia*, o antigo grego entendia a direção do exército. Hegemônico era o chefe militar, o comandante do exército ou a supremacia de uma cidade frente às demais (GÓES, 2007, p. 2).

Com base neste conceito, atribuiremos as entidades que estão no comando da hegemonização dos indivíduos como “generais” pois sua ação de normatizar e padronizar comportamentos assemelham-se aos generais de forças armadas.

Deixar a população homogênea garante que esta seja conduzida de forma suave e fácil, garantindo uma massa transformada em força político-social “forjando uma unidade de objetivos que resulte na coordenação de iniciativas e princípios ideológicos” (MORAES, 2010, p. 56). Essa força garante que os interesses dos generais, de acordo com os preceitos por eles imbuídos, sejam conquistados.

A comunicação contra-hegemônica tem seu comportamento na contraposição das ideias que levam os indivíduos já aplanados a voltarem a pensar de forma crítica, questionar a comunicação do meio que está inserido, agir de forma livre e solta das amarras ideológicas impostas por outrem. E, novamente, destacamos que traz a ideia também de pluralidade de vozes e de novas vozes, levando a pontos comunitaristas também, dado as possibilidades de

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

congraçamento elencados por esses caminhos. Mas quais são as ações e contra-pontos a serem tidos como contra-hegemônicos comunicacionalmente pela *Atlética Midiática*?

4 – Intervenções comunicacionais da A.A.A. *Midiática*. Reflexões necessárias sobre comunicação alternativa e comunitária

Ao ter suas atividades presenciais suspensas devido ao agravamento da pandemia de COVID-19, a *Atlética Midiática* elaborou novas formas de manter a comunidade acadêmica ativa e unida a fim de não terem sua interatividade interpessoal abalada como o distanciamento social. Esse período iria coincidir com o primeiro semestre letivo de 2020.

A partir disso a *Midiática* lançou o projeto “LIVE MIDIÁTICA” que consistia em trazer profissionais de diversas áreas para discutirem assuntos pertinentes não só com os membros da *Atlética*, mas também com os demais usuários da rede em que a LIVE era transmitida. Neste caso, optou-se pelo Instagram, através do perfil oficial da *Midiática*. Por meio de recurso gratuito (live do Instagram) que permite transmissões de até uma hora, foram realizadas durante as primeiras semanas da pandemia vários momentos do tipo. Procurava-se mostrar o lado contra-hegemônico e comunitário dessa interface estudantil de mediação de ideias comunicacionais vindas do curso de Jornalismo da Uespi de Picos.

Com a novidade da pandemia, o distanciamento social foi adotado como forma de prevenção à contaminação pela COVID-19, muitas pessoas tiveram dificuldades em se adaptar com a nova rotina longe de toda a interação social, a partir desta percepção feita pela diretoria da *Atlética Midiática*, a estreia do projeto teve como tema

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

“Saúde mental da juventude e da classe trabalhadora em tempos de crise”, para discutir o tema, a atlética optou por convidar uma estudante do curso de psicologia e assim aproximar o público.

FIGURA 1 – BANNER DE DIVULGAÇÃO DA PRIMEIRA EDIÇÃO DA “LIVE MIDIÁTICA”



FONTE: INSTAGRAM DA ASSOCIAÇÃO ATLÉTICA ACADÊMICA *MIDIÁTICA* (2021).

“Obtendo grande repercussão pela nova forma de abordagem, a *Atlética Midiática* decidiu continuar o projeto das transmissões ao vivo e trouxe outros profissionais de diversas áreas, sendo sempre temas que estavam em pauta na pandemia” (NUNES, 2021, p. 1). Diante das dificuldades enfrentadas pela Universidade

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Estadual do Piauí, os diretores da *Atlética Midiática* ousaram em trazer para a discussão do projeto, uma deputada estadual responsável pela Comissão de Educação da Assembleia Legislativa (ALEPI), Teresa Britto (PV).

A estratégia deu certo e reforçou a identidade de uma entidade que se preocupava com o desenvolvimento do curso ao qual representava e também da instituição que estava inserida e tinham grande amplitude social.

FIGURA 2 – BANNER DE DIVULGAÇÃO DA “LIVE MIDIÁTICA” COM UMA REPRESENTANTE DO PODER LEGISLATIVO DO PIAUÍ



FONTE: INSTAGRAM DA ASSOCIAÇÃO ATLÉTICA ACADÊMICA *MIDIÁTICA* (2021).

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

A diretora da Atlética *Midiática*, Maria Cecília de Souza Pires Matos (também acadêmica de Jornalismo), destacou a importância desta edição que teve ampla participação popular “A gente apontou dedo na cara, a gente falou, a gente cobrou, a gente fez o papel que a gente tinha que fazer, e a gente conseguiu muita coisa da LIVE” (MATOS, 2021, p. 1).

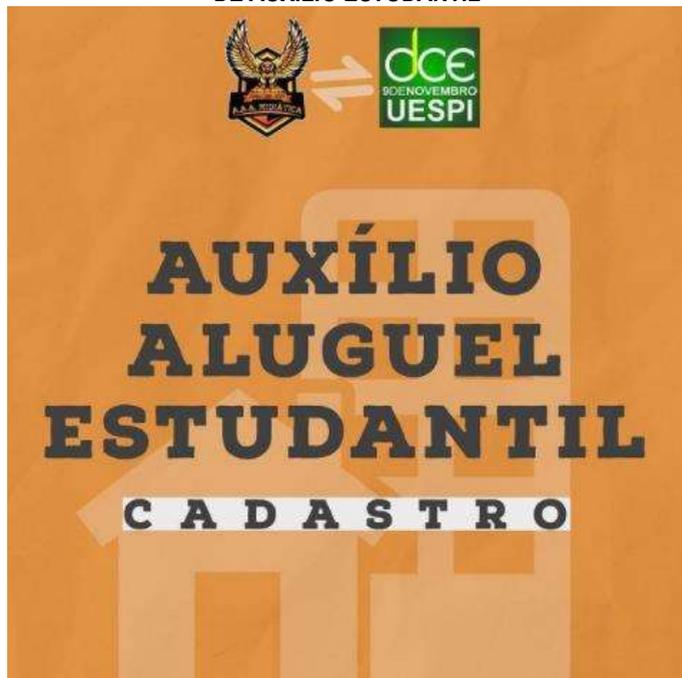
Ainda em face das dificuldades dispostas e colocadas devido a pandemia da COVID-19, a Atlética *Midiática* colocou-se à disposição dos estudantes não só os quais representava, bacharelado em jornalismo, mas sim de toda a comunidade acadêmica da Universidade Estadual do Piauí, levando a proposta de “Auxílio Emergencial Estudantil” a estudantes que tiveram seus contratos de estágios remunerados rescindidos por complicações do agravo econômico e social da situação pandêmica e também dos que moravam de aluguel na cidade de estudo (Picos) estando longe de casa.

A Atlética *Midiática* levou o projeto de assistência estudantil até a reitoria da universidade e após longos debates o projeto foi aceito e então iniciou-se a triagem dos estudantes que estavam necessitados, neste ponto a atlética teve papel importante para o mapeamento da reitoria.

No dia 27 de maio de 2020, a Atlética *Midiática* lançou um formulário totalmente online e remoto, para que estudantes em situação de vulnerabilidade social da Universidade Estadual do Piauí pudessem informar sua circunstância e estado social, estas informações foram captadas e entregues ao Conselho Diretor do campus Professor Barros Araújo e à Pró-reitoria de Extensão, Assuntos Estudantis e Comunitários (PREX) da Uespi.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

FIGURA 3 – BANNER DE DIVULGAÇÃO DO CADASTRO PARA O PROGRAMA DE AUXÍLIO ESTUDANTIL



FONTE: INSTAGRAM DA ASSOCIAÇÃO ATLÉTICA ACADÊMICA *MIDIÁTICA* (2021).

Os diretores da *Midiática* consideram que a aprovação do “Auxílio Aluguel Estudantil”, notadamente concedido aos e as acadêmicas mais carentes, como o marco de sucesso da instituição estudantil pois deu a ela uma visibilidade maior perante os estudantes da universidade como um todo, proporcionando interlocução entre a instituição e o alunado com menor poder financeiro.

“O maior feito! Pra mim foi o maior feito da nossa atlética. Uma atlética, até então, desconhecida na Uespi, que ninguém conhecia”, afirma João Pedro Pereira Nunes (2021), que também é

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

acadêmico do curso e um dos autores de um dos textos constantes neste livro.

FIGURA 4 – TRECHO DO DIÁRIO OFICIAL DO ESTADO DO PIAUÍ QUE REGULAMENTA O PROGRAMA ASSISTENCIAL

RESOLVE:

Art. 1º Aprovar, na forma do Anexo Único, o Regulamento do Programa de Auxílio Emergencial, durante a suspensão do calendário acadêmico.

Art. 2º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

**NOUGACARDOSO BATISTA
PRESIDENTE DO CONSELHO DIRETOR - CONDIR**

ANEXO ÚNICO REGULAMENTO DO PROGRAMA DE AUXÍLIO EMERGENCIAL CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Fica criado, no âmbito das Políticas de Assistência Estudantil, o Programa Auxílio Emergencial, durante a suspensão do calendário acadêmico, a ser executado sob a responsabilidade da Pró-Reitoria de Extensão, Assuntos Estudantis e Comunitários - PREX.

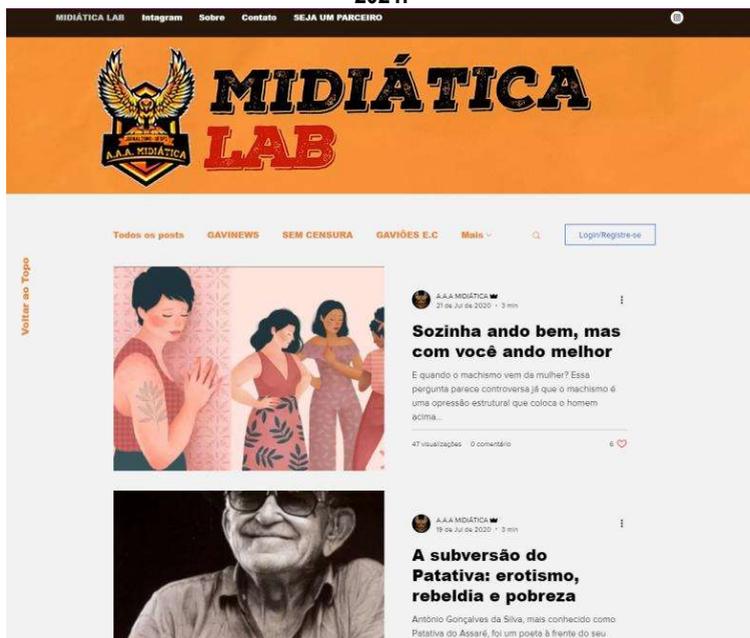
FONTE: DIÁRIO OFICIAL DO PIAUÍ (2020).

Um importante instrumento de edificação e engajamento de todos os discentes foi o laboratório de comunicação "*Midiática Lab*".

O espaço foi desenvolvido para desenvolver as habilidades de escrita e reportagem dos discentes, divulgar matérias e notícias sobre a *Atlética Midiática* e também como forma de entretenimento. Foi, durante todo o tempo que essa instituição estudantil funcionou um grande elo de possibilidades de empiria, tão necessária no dia a dia da universidade e das questões jornalísticas, com a teoria, tão premente e presente no dia a dia das salas de aula ministradas durante os encontros no campus Professor Barros Araújo.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

FIGURA 5 – PÁGINA INICIAL DO SITE *MIDIÁTICA LAB* EM 26 DE AGOSTO DE 2021.



FONTE: *MIDIÁTICA LAB* (2020).

Atendendo a sua proposta de comunicação popular e plural, a *Midiática* também fazia publicações sobre temas sociais e pertinentes como: ativismo negro e antirracismo, comunidade e direitos LGBTQIA+, conscientização sobre a AIDS e outros. Nessas publicações, a *Atléctica* sempre tratava o texto como informativo e educativo, abrindo espaço para o papel do jornalismo dentro de sua atividade.

Mas, assim como a desmobilização social, muitas vezes mais preocupada em sobreviver e não ser contaminada pela COVID-19 os trabalhos da *Midiática* terminaram sendo descontinuados por conta da pandemia. Boa parte de seus membros já está em fase de

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

formatura e também o fato de muitos estarem em outras cidades terminou por paradoxalmente desmobiliza-los, já que tiveram de assumir papéis em seus lugares de regresso.

O que aconteceu com a *Midiática* não é um exemplo isolado. Ocorreu também com outros setores contra-hegemônicos da universidade e da sociedade em geral.

Considerações Finais

A Atlética Acadêmica *Midiática* desenvolveu um importante trabalho comunicacional e agregador, garantindo espaço e voz para o público discente até então silenciado em termos de representatividade própria. Reconhece-se a importância dos CAs, DAs, DCEs e AAs entremeio a representatividade universitária e, principalmente, em termos contra-hegemônicos.

Através de diálogos online, debates em grupos de mensagens instantâneas e posicionamentos frente a autoridades do âmbito legislativo e universitário, a *Midiática* conseguiu aglutinar os discentes em um período de atividade que movimentou o curso de Jornalismo do Campus Prof. Barros Araújo, em Picos. Mostrou-se interações e vivências além da cotidianidade da sala de aula e ampliou-se as possibilidades do que pode ser vivido em um curso de graduação, inclusive, ajudando o público universitário a ter uma maior visão holística. Através das entrevistas realizadas com os diretores da Atlética, pode-se inferir que a comunicação plural e comunitária foi realizada em diversos pontos da atuação da AA, desde sua formação até a criação de projetos e laboratórios de comunicação para o curso.

Persistindo na sua atividade, a *Midiática* teve que se adaptar às consequências impostas pela aparição repentina da pandemia de

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

COVID-19, que ocasionou no distanciamento social dos discentes e dos diretores da Atlética. De acordo com as entrevistas, podemos concluir que o distanciamento físico e a entrada de novas prioridades na vida dos membros e diretores foi o principal causador para o fim da atividade da *Midiática*.

O fim da atividade se deu de forma lenta e gradual, com a saída de alguns diretores e a dispersão dos membros, mês após mês. Chegando a total inatividade no início do segundo semestre de 2020. Em 2021 a Atlética foi oficialmente descontinuada.

Espaços como estes, em universidades, devem ser preservados a fim de manter diversidade no âmbito acadêmico e manterem as discussões com os discentes sempre ativas e geradoras de resultados.

Referências

ASSOCIAÇÃO ATLÉTICA ACADÊMICA MIDIÁTICA. **Midiática Lab**. 2020. Laboratório de comunicação. Disponível em: <<https://midiaticauesp.wixsite.com/site/noticias>>. Acesso em: 26.ago.2021.

DIÁRIO OFICIAL DO ESTADO DO PIAUÍ. **Edição N°130, 15 de julho de 2020**. Disponível em: <https://www.gp1.com.br/media/uploads/2020/07/17/y__diarios-2020_doe-2020-0715_doe-2020-0715pmd.pdf>. Acesso em: 21.jul.2021.

GÓES, Laércio Torres de. **Contra-hegemonia e Internet**: Gramsci e a Mídia Alternativa dos Movimentos Sociais na Web. Salvador: Anais do IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste, 2007.

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

INSTAGRAM. **Perfil da Associação Atlética Acadêmica Midiática.** Disponível em: <<https://www.instagram.com/aaa.midiaticaespi>>. Acesso em: 26.ago.2021.

MATOS, Maria Cecília de Souza Pires. **Sobre a fundação, atividade e fim da Associação Atlética Acadêmica Midiática.** Entrevista concedida a Júnior do Vale Lucena, por meio de videoconferência, em 24 de agosto de 2021.

MIANI, Rozinaldo Antonio; SILVA, Bruna de Lima. **O Uso da Internet na Comunicação Comunitária:** Análise do Portal Índios Online. Recife: Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011.

MORAES, Dênis de. **Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia:** a contribuição teórica de Gramsci. Porto Alegre: Revista Debates, v.4, n.1, 2010, pp. 54-77.

NUNES, João Pedro Pereira. **Sobre a fundação, atividade e fim da Associação Atlética Acadêmica Midiática.** Entrevista concedida a Júnior do Vale Lucena, por meio de videoconferência, em 19 de agosto de 2021.

PEREIRA, Brisa de Assis; SILVA, Luciano Pereira da. **Políticas de Esporte e Lazer nas Universidades Federais de Minas Gerais:** um olhar sobre as associações atléticas acadêmicas. Belo Horizonte: Revista Licere – Revista Interdisciplina do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer, n. 4, v. 22, 2019, pp. 95–136.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Desafios da comunicação popular e comunitária na cibercultur@:** aproximações à proposta de comunidade emergente de conhecimento local. Ofícios Terrestres:

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Revista de Ciencias Sociales desde la Comunicación y la Cultura (UNLP), v. n. 27, 2011, pp. 1-24.

_____. **Interfaces entre Comunicação Comunitária e Relações Públicas Populares**. Salvador: Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2020.



LISTA DE AUTORAS E AUTORES DO LIVRO

A seguir, em ordem alfabética, a lista das autoras e dos autores dos textos deste livro:

Ana Caroline de Oliveira Morais

Nasceu em Picos, Piauí, no ano de 1999. Trabalha como fotógrafa desde 2017. Cursa o Bacharelado em Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí, campus Picos. Contribuiu como autora de um dos capítulos do livro “Radiojornalismo e pandemia no sertão central do Piauí”, lançado em 2021. Desde criança é apaixonada pela arte e comunicação. E-mail: anacmorais@aluno.uespi.br

Ana Júlia Oliveira

Acadêmica de Jornalismo da UESPI de Picos. Participa do quadro de assessoria de comunicação da prefeitura municipal de Aroeiras do Itaim, atuando também como social mídia do prefeito da cidade. Já apresentou programa gospel na rádio AM Esperança de Picos e também fez parte de quadro de colunistas de um portal de notícias. Gosta de rádio, de escrita e redes sociais. E-mail: anajuliafaculdade@gmail.com

Evandro Alberto de Sousa

Professor, pesquisador e extensionista do curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí, campus Professor Barros Araújo (Picos – PI). Doutor e Mestre em Serviço Social pela Universidade Federal de Pernambuco. Pesquisador e extensionista na área de Comunicação e Jornalismo. Vice-líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária, Popular e Tecnologias Sociais da UESPI. Reitor da instituição desde janeiro de 2021 e reeleito reitor em novembro de 2021. E-mail: profevandro@uespi.br

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Fernanda Maria Teixeira

Acadêmica de Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí (UESPI), campus de Picos. Possui curso básico de Informática pela MB Informática, em Alagoinha do Piauí, e curso profissionalizante de Design Gráfico pela Escola Millenium, em Picos. Dispõe de conhecimento sobre oratória e tem como áreas de interesse a fotografia, a leitura, escrita e estudos de línguas e culturas de outros países, possuindo conhecimento básico da língua japonesa. Atualmente trabalha com vendas e divulgação de produtos através das redes sociais. E-mail: fernandateixeira@aluno.uespi.br

Géssica Lima Feitosa

Acadêmica de Jornalismo (Uespi - Picos); técnica em Desenvolvimento de Software (IFPI/Picos); atuou como assessora digital, fotógrafa, social media e redatora de um portal online; atua como social media e freelance; integrou o Projeto de Extensão, Assessoria de Imprensa e Comunicação Integrada em Organizações do Terceiro Setor de Picos; integrante da Liga Acadêmica de Jornalismo Educação e Memória (JOEME) e do Projeto Memórias do Jornalismo Impresso Picoense no Período da Ditadura Militar do Brasil. Aspirações: docência, pesquisa, jornalismo, tecnologia, direito, política, filosofia, psicologia; fotografar e escrever. E-mail: gessicafeitosa@aluno.uespi.br

Isadora Freitas do Vale Lima

Graduanda em jornalismo na Universidade Estadual do Piauí (UESPI/Picos); já atuou em campanhas eleitorais, com experiência em assessoria de comunicação com ênfase em gerenciamento de redes sociais. Atualmente, colabora com o Colégio Machado de Assis com Endomarketing e social media. E-mail: isadoralima@aluno.uespi.br

João Pedro Pereira Nunes

Graduando em jornalismo na Universidade Estadual do Piauí (UESPI – Picos); pesquisador. Já atuou como repórter estagiário no portal RiachaoNet em Picos, atuou também como roteirista em campanha eleitoral, também é cineasta popular e atuou como diretor e roteirista do

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

curta-metragem “A muié que mais amei”, produto baseado na obra de patativa do Assaré. E-mail: joaopnunes@aluno.uespi.br

Júnior do Vale Lucena

Acadêmico de Jornalismo da UESPI de Picos (campus professor Barros Araújo). Fotógrafo, Social Media e Acadêmico do curso de Jornalismo. Apaixonado pelo universo da fotografia jornalística e assessoria de comunicação e imprensa. E-mail: juniorvalelucena@gmail.com

Lia Rachel Silva Marinho Barbosa

Graduanda em Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí (UESPI/Picos); participou de projetos de extensão: Liga Acadêmica de Jornalismo, Educação e Memória (Joeme) e assessoria de imprensa e comunicação integrada em organizações do terceiro setor de Picos. Além disso já atuou em campanhas eleitorais, com experiência em assessoria de comunicação com ênfase em gerenciamento de redes sociais. Atualmente colabora com a empresa Mel Wenzel com endomarketing e social media, participando de projetos sociais como o SerTão do Bem. E-mail: liabarbosa@aluno.uespi.br

Luana de Sousa Rodrigues Moura

É uma observadora nata, adora escrever e apaixonada pela pesquisa. Graduanda em Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí – UESPI, Campus Picos, atualmente cursando o 7º período. Na Uespi participa da Liga Acadêmica de Jornalismo, Educação e Memória (Joeme) e topa tudo que envolva pesquisa e extensão. Também faz parte do Grupo de Pesquisa Núcleo Estudos de Participação Social (GP NEPAS) no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI) - Campus Picos. E-mail: luanamoura@aluno.uespi.br

Lucas do Nascimento Ibiapino

Acadêmico de Jornalismo pelo Campus Professor Barros Araújo (Picos, Piauí). Apreciador da pesquisa nos campos jornalísticos e nas datações da verdade e de suas nuances. E-mail: lucasibiapino22@gmail.com

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Maria Renata Arrais de Sousa

Acadêmica de Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí (UESPI), campus de Picos. Possui curso técnico em Administração pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia (IFPI), campus de Picos. Trabalha com vendas e marketing digital. E possui amplo conhecimento em oratória, vendas, e liderança. Atua como Conselheira no Clube de Desbravadores da Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD) de Monsenhor Hipólito. E-mail: mariarasousa@aluno.uespi.br

Myvrian Hazy Braga de Araújo

Acadêmica de Jornalismo da UESPI de Picos (campus professor Barros Araújo). "A vida de pesquisador não é fácil! Os desafios, que surgem no decorrer do percurso, proporcionam a criação de fortalezas em meu ser. E foi nesse caminho de desafios e fortalezas que cheguei até aqui.". E-mail: myvrianaraujo@aluno.uespi.br

Orlando Maurício de Carvalho Berti

Professor, pesquisador e extensionista do curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí, campus Poeta Torquato Neto (Teresina – PI). Pós-doutor em Comunicação, Região e Cidadania pela Universidade Metodista de São Paulo. Doutor e Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo. Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária, Popular e Tecnologias Sociais da UESPI. E-mail: berti@uespi.br

Patrícia da Conceição Oliveira Soares

Acadêmica de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí, campus de Picos. Nasceu em 1999. Atua no setor de Comunicação da Clínica Popular de Picos. E-mail: patriciasoares@aluno.uespi.br

Rafaela de Oliveira Alves

Acadêmica do Bacharelado de Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí (UESPI), campus Picos. Trabalha como auxiliar de crédito e cobrança na Loja Center Lar. Possui conhecimento intermediário na

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

língua espanhola, e amplo conhecimento em oratória, rádiojornalismo e comunicação eclesial, visto que possui experiências como radialista na rádio FM Comunitária Terceiro Milênio (em Dom Expedito Lopes). Atua como líder e regente de corais na Igreja Assembleia de Deus em Dom Expedito Lopes. E-mail: rafaelaalves@aluno.uespi.br

Stefanie de Jesus Leal

Aluna e mãe, 22 anos, nascida em São Paulo. Gosta muito de escutar música, cozinhar, ler e assistir filmes/ séries. No campo jornalístico gosta muito das disciplinas de jornalismo digital e plataformas multimídias, como gosto de assistir bastantes filmes, achou fascinante a disciplina de audiovisual. E-mail: stefanieleal16@gmail.com

Vinicius da Silva Coutinho

Graduando em Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí (UESPI/Picos); integrante dos Projetos de Extensão: Liga Acadêmica de Jornalismo, Educação e Memória (Joeme) e Diálogos Comunicacionais, na UESPI; foi Bolsista Voluntário do PIBIC (2020/2021) com o Projeto de Pesquisa 'Memórias do Coronavírus no Piauí: o Portal O Dia e o Cidade Verde.com e suas atuações na Construção de Memórias sobre a Pandemia do Coronavírus, no Piauí'. Além disso, atuou como Social Media na Agência de Marketing e Publicidade Ideia 7, também como Monitor de programas de Rádio e TV na Agência Ícone Comunicação e tem experiência em Assessoria de Comunicação com ênfase em Gerenciamento de Redes Sociais. Atualmente, colabora com a Comunicação Institucional da Prefeitura Municipal de Patos do Piauí – PI. E-mail: viniciuscoutinho@aluno.uespi.br

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

Comunicação Comunitária e pandemia no Sertão do Piauí

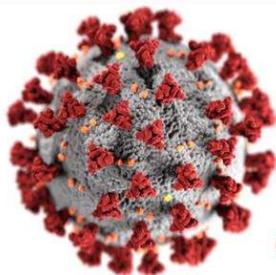
Formato: 148 mm X 210 mm

Fonte: Arial Narrow, 11, 12, 14 e 18.

Papel miolo: alcalino 75 g/m²

Papel capa: Cartão Supremo, 250 g/m²

Impressão: E-book



COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E PANDEMIA NO SERTÃO DO PIAUÍ

EVANDRO ALBERTO DE SOUSA (org.)
ORLANDO MAURÍCIO DE CARVALHO BERTI (org.)

Qual o papel da universidade em refletir assuntos sobre a pandemia? Como a Comunicação Comunitária tem ajudado nesse papel? Este livro trata sobre como o comunitarismo está presente em instituições do Sertão Central do Piauí, capitaneados pela cidade de Picos. São sete textos refletindo essas perspectivas.

LISTA DE AUTORAS E AUTORES:

Ana Caroline de Oliveira Morais
Ana Júlia Oliveira
Evandro Alberto de Sousa
Fernanda Maria Teixeira
Gessica Lima Feitosa
Isadora Freitas do Vale Lima
João Pedro Pereira Nunes
Júnior do Vale Lucena
Lia Rachel Silva Marinho Barbosa
Luana de Sousa Rodrigues Moura
Lucas do Nascimento Ibiapino
Maria Renata Arrais de Sousa
Myvrian Hazy Braga de Araújo
Orlando Maurício de Carvalho Berti
Patrícia da Conceição Oliveira Soares
Rafaela de Oliveira Alves
Stefanie de Jesus Leal
Vinícius da Silva Coutinho



editora.uespi.br