



PROJETO DE UM NOVO COTIDIANO: COMUNICAÇÃO POPULAR E COMUNITÁRIA UM PÔR ANTI-HEGEMÔNICA

Damon, SANTOS. Universidade Estadual de Londrina – UEL. E-mail: Damon.maculele@uel.br

RESUMO

A pesquisa que ora se apresenta terá como objeto; Comunicação Popular e Comunitária um pôr anti-hegemônica. Refere-se a uma pesquisa qualitativa, exploratória e que será construída de análise documental, revisão bibliográfica e pesquisa empírica com sujeitos informantes especialistas em Comunicação Popular e Comunitária. Teremos como premissa que o ser humano é o único animal racional capaz de projetar as suas ideias no mundo real concreto, através de um pôr teleológico que se concretiza sob uma teia material, concreta, que Lukács (2013) chama de causalidade. Ou seja, a projeção teleológica dos seres humanos se dá, objetivamente, para satisfazer as suas necessidades orgânicas de reprodução ou para transformar a natureza ou para produzir os meios de produção, em outras palavras, é orientada por valor de uso que “é uma forma objetiva de objetividade social” (LUKÁCS, 2013 p. 107).

O capitalismo sendo o modo de produção operante desta sociabilidade, toma a atividade vital humana “o trabalho” e aliena, pois o capitalismo começa a produzir mercadorias não mais para suprir as necessidades humanas, mas começa a ordenar a produção em larga escala de bens/coisas necessários transformando em mercadorias para o enriquecimento dos “capitalistas” os quais tem como objetivo a extração do que Marx chama de “mais – valor” consequentemente gerando lucro.

O “fetichismo das mercadorias” o mundo produtivo que desefetiva o trabalho decorre do fetiche das mercadorias, é algo que os homens e mulheres não se apropriam e passam a comandar o mundo das coisas. Percebemos que o “fetichismo das mercadorias” é um mundo estranhado, por isso no capitalismo a alienação sempre assume a forma de estranhamento, pois é uma sociedade estranha ao ser que produz porque parece que as mercadorias tem vida própria no cotidiano.

Agnes Heller (2000), a estrutura do cotidiano é o palco onde homens e mulheres, estão inseridos, existe uma estrutura na qual o ser humano está inserido, ou seja, o cotidiano é o espaço e tempo onde o ser humano se situa. Heller nos revela que o cotidiano é complexo, e que mobilizamos dimensões humanas genéricas sem percebermos que estamos mobilizando dimensões humanas genéricas, e que todo ser esta

sempre na possibilidade e elevar-se o máximo possível no plano da humanidade genérica, muito embora essas situações de elevação no plano da humanidade genérica se tornam cada vez mais complexas dentro de uma sociedade capitalista.

Esta pesquisa assume o pressuposto de que a Comunicação Popular e Comunitária é uma comunicação contra-hegemônica nos moldes do capitalismo, e a partir dos seus pressupostos teóricos se torna uma alternativa política ao monopólio midiático.

Dito isso, MIANI¹ afirma que a própria comunicação é resultado estratégico de um grupo de pessoas que se constituem enquanto comunidade, com o propósito de romper as lógicas do capitalismo.

É importante ressaltarmos que esta comunidade já possui uma consciência de disputa de poder, entre a classe dominante e a classe dominada, tendo a concepção da realidade concreta por meio da participação política, sendo algo fundamental para a materialização da comunicação popular e comunitária.

Palavras-chave: Cotidiano. Comunicação. Popular. Comunitária. Pôr teleológico.

¹ Informação fornecida pelo Professor Doutor Rozinaldo Antonio Miani na disciplina de Comunicação Popular e Comunitária do Curso de Pós-graduação de Comunicação e Cultura Política, do Centro de Educação, Comunicação e Artes – CECA. Universidade Estadual de Londrina – UEL, no ano de 2022.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

HELLER, Agnes. **A Estrutura da Vida Cotidiana**. In: HELLER, Agnes. O Cotidiano e a História. 11ª. Ed. Rio de Janeiro/São Paulo, SP. Paz e Terra S/A, 2016. p35 – 68.

LUKÁCS, György. **Para Uma Ontologia do Ser Social II**. I Ed. São Paulo – SP: Boitempo Editorial. 2012.

MARX, Karl. Capítulo 5: **O processo de trabalho e o processo de valorização**. In: MARX, Karl. O Capital: Crítica da Economia Política. Livro I: **O processo de produção do capital**. São Paulo: Boitempo, 2017. p. 188-201.

_____. Capítulo 8: **A jornada de trabalho**. In: MARX, Karl. O Capital: Crítica da Economia Política. Livro I: **O processo de produção do capital**. São Paulo: Boitempo, 2017.

_____. Capítulo 23: **A lei geral da acumulação capitalista**. In: MARX, Karl. O Capital: Crítica da Economia Política. Livro I: **O processo de produção do capital**. São Paulo: Boitempo, 2017.

MIANI, Rozinaldo Antonio. **Os pressupostos teóricos da comunicação comunitária e sua condição de alternativa política ao monopólio midiático**. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, v.02, n.25, p. 221-233, dez. 2011.