



Expansão urbana nas grandes cidades e o jornalismo como forma de pertencimento¹

Fábbio Vinicius Silva²
José Eduardo Ribeiro Macedo³
Ralyanara Moreira Freire⁴
Faculdades Alves Farias (GO)

Resumo

O objetivo deste trabalho é apresentar como jornalismo, em especial o televisivo, consegue estabelecer um imaginário coletivo nas pessoas, sobretudo ajudando-as a criar uma visão do que é a cidade que as mesmas vivem. A proposta inclui uma discussão sobre o processo de formação dos grandes centros urbanos e a perda das relações interpessoais e também a percepção de sentidos sobre o que é a cidade onde vivem.

Palavras-chave

Palavras chave: Telejornalismo; sociedade; cidade; pertencimento.

Introdução

Crescimento urbano, mídias e a busca pelo pertencimento a cidade como, um lugar de reconhecimento das diferenças, para pessoas que estão à margem da sociedade. Essas premissas que permearam o processo de elaboração deste trabalho sem a pretensão de esgotar o assunto. Dentre as várias responsabilidades atribuídas ao jornalismo pesou o caráter social, ao qual, muitos levam em consideração no momento de se decidir um curso de graduação.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Jornalismo das Faculdades Alfa (GO), email: fabbiofm@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social habilitação em Jornalismo das Faculdades Alfa (GO), email: jedumac@hotmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Jornalismo das Faculdades Alfa (GO), email: ralyanara@gmail.com.



Falamos especificamente dos valores e ideais que levam pré-vestibulandos a escolherem o Jornalismo, com a idealização de assim mudarem a sociedade, acabar com as mazelas e as conseqüentes desigualdades vivenciadas em um país globalizado com grandes recursos naturais, mas pouca implantação de política pública que contemple a sociedade como um todo.

Quando pensamos em cidade, acabamos por conceber uma visão limitada de todos os aspectos e recursos que a compõe.

A sua cidade pode ser o seu caminho diário e rotineiro até o trabalho, mas também pode ser aquela que você vê na televisão através de imagens que correspondem a um pequeno recorte da verdadeira cidade. Buscar um espaço nesse grupo populacional em constante crescimento significa tentar ser reconhecido como pessoa e principalmente como cidadão. Esse cidadão a que nos referimos transpõe o conceito daquele que detém direitos sociais, políticos e civis, mas se esbarra nesses três quesitos quando analisados com maior atenção. Imaginar uma sociedade onde as pessoas tenham acesso a esse reconhecimento e assim se sintam pertencentes ao chamado processo global, talvez fosse idealista demais, se não visionário. Contudo em um ambiente acadêmico, não se limitando a este, pensar questões como estas são no mínimo, propor uma reflexão sobre o atual contexto social e assim ampliar a discussão, de modo, que novos trabalhos e novas abordagens talvez venham a contribuir para uma mudança. Estamos inseridos na cidade e assim também buscamos formas de pertencer a esse espaço.

Enquanto estudantes nos encontramos na mesma relação explorada neste artigo, onde as pessoas enxergam uma “cidade” e assim adquirem uma concepção para essa imagem propagada pela mídia, buscando então formas de se enquadrarem e pertencerem a este meio. Como estudantes, também buscamos incessantemente o reconhecimento das nossas idéias, do nosso trabalho, enxergamos o mundo com a visão que nos é passada pelos nossos mestres, talvez isso nos coloque na mesma situação que o cidadão que procura a visibilidade.

A partir dessas e outras premissas nos propusemos a abordar de maneira singela a Cidade como espaço urbano, dentro de um contexto partido da globalização e o espaço, a criação do espaço e a circulação, formulando Goiânia como uma metrópole e



o pertencimento das pessoas através da mídia local, a mídia como agregadora de sentidos e o quadro Repórter cidadão como uma mídia para pertencer à essa metrópole. Começamos pela formação estrutural e histórica da cidade, passamos então por uma breve elaboração de globalização, em seguida abordamos o espaço local em que estamos inseridos, chegando a falar de mídia e finalizando com uma breve entrevista e análise de um programa de televisão local. O objetivo no início da pesquisa era partir de uma esfera maior e de maneira pausada afunilar com um mínimo de embasamento para o âmbito local e usar um programa jornalístico de maneira singela para demonstrar uma forma de pertencimento social através da interatividade entre mídia e espectador.

1- Formação das Cidades como espaços urbanos

O processo de formação das cidades pode ser visto como uma prática social que teve início nas antigas civilizações gregas. A base dessa sociedade era formada por clãs patriarcais, famílias que tinham um antepassado comum. É possível enxergar o surgimento das cidades como um fenômeno que têm início na família. Ou até mesmo dentro da igualdade e associação de indivíduos com mesmos costumes e cultos que se transformou em um processo de integração social apesar de termos hoje uma dinâmica social pautada em relações de desenvolvimento social, (econômicas, sociais e políticas) se re-configurando a cada instante com a constante abrangência da cidade onde "diferentes raças, diferentes culturas, diferentes tradições tecnológicas, diferentes línguas se reuniram e se misturaram." (Mumford, 1961: p. 95).

Essa antiga forma de organização se caracterizava pela homogeneidade dos grupos, o que garantia um funcionamento pautado nos valores culturais e familiares. Assim é possível perceber que o conceito de cidade possui estreita ligação com a diferença, mas que converge em determinado ponto para a igualdade. Ao mesmo tempo em que temos uma ocupação espacial formada por indivíduos socialmente heterogêneos, podemos observar alguns aspectos que garantem determinada igualdade entre os ocupantes da cidade, mesmo que seja uma homogeneidade substancial (que diferencia nacionais de estrangeiros, por exemplo).

Na Mesopotâmia, na Grécia, no Egito, a cidade se constitui como um lugar de encontro que mobiliza diferentes populações, vindas de terras distantes. É nesse processo que é formado os grandes centros com diferentes grupos culturais. A



antropóloga Janice Caiafa fala do processo de formação e urbanização da cidade como grandes centros onde os díspares se encontram em lugares comuns como as ruas. “Na origem das cidades existe um movimento, um deslocamento, fluxos que vem de fora e que vão criar um nomadismo propriamente urbano, constituir a cidade como lugar de circulação e dispersão” (2005, p. 4). O modelo de cidade que temos hoje se configura de maneira dispersa e fragmentada porque o grande fluxo de pessoas que chegam cada vez mais para ajudar a compor os grandes centros é crescente. Isso gera um confronto e uma exposição das diferenças, cada qual com seus interesses de ascensão, reconhecimento, oportunidade, qualidade de vida, entre outros que cada vez mais, se estrutura e se fixa por causa desse confronto e exibição das desigualdades. Tal permeia um molde onde todos têm interesses particulares de ascensão, reconhecimento, oportunidades, qualidade de vida, e que estilhaça cada vez mais a relação interpessoal e o espaço físico onde estão inseridos.

A conseqüência dessa formação de pequenos núcleos de cidade se dá quando os sujeitos deixam de ter contato e de se comunicar nos espaços abertos que a ela possui. Este motivo soma para que os antigos pontos e ambientes fixos que ligavam as pessoas a seus territórios, como as praças, deixassem de existir e enfraquece o imaginário coletivo de cidade.

“Sem dúvida a expansão urbana é uma das causas que intensificaram a hibridação cultural. O que se significa para as culturas latino-americanas que países que no começo do século tinham aproximadamente 10% de sua população nas cidades concentram agora 60% ou 70% nas aglomerações urbanas?” (Canclini, 2003: p. 285).

Para entender com um pouco mais de aprofundamento alguns pontos aqui defendidos que podem ter levado os centros a se expandir. Para tal será agora elaborado um pequeno adendo da globalização, partindo ainda do todo para entendê-lo e seguir para modelo mais próximo ou local.

1.1 Globalização e a criação de espaço e circulação.

As cidades hoje se dimensionam em proporções que fogem aos limites geográficos. Isso tem ligação com o processo de globalização, entendido aqui, como um



método de formação de uma comunidade global, interligada, que se acelerou na segunda metade do século XX. Dentro do conceito clássico de globalização podemos perceber que ela se constitui como um molde administrativo.

“A globalização é primeiramente, um modelo de administração de empresas que, respondendo à crescente complexidade do ambiente da concorrência, procede da criação e da exploração de competências em nível mundial, objetivando maximizar os lucros e consolidar suas fatias de mercado.” (Mattelart, 2002: p. 125).

Esse conceito de globalização pensada como um modelo de administração que no final visa lucros, certamente influencia na formação das cidades. Se for ponderado de uma maneira simples, pode-se observar que o preenchimento das zonas urbanas e a concludente evasão das zonas rurais provocam, por exemplo, a especulação das imobiliárias. Como no capitalismo os seres humanos sempre querem mais, eis que surge um grande caminho para esse tipo de empresa a citar, os condomínios fechados. E para os que acabaram de ocupar a cidade, ou os que menos condição de vida humana possui, um novo lugar está posto, as periferias ou a margem da sociedade.

Nesse padrão administrativo onde se cria o mundo voltado para o capital nada se torna mais importante do que anular barreiras para ampliar a lucratividade das empresas. Executar grandes navegações, importar e exportar produtos e serviços, buscar e fornecer verbas, tudo isso faz com que o mundo seja apenas o mundo e não nações separadas em limites territoriais. Tal idéia ilusória permite reconhecer o planeta como um lugar sem dimensões culturais ou físicas, pois é criada uma idéia imaginária de que tudo é um único espaço em uma unidade constituída.

“A transcrição das barreiras é o seu caminho corolário, que sejam elas físicas ou funcionais. O local, o nacional e o global se interpenetram. A concepção, a produção e a comercialização são pensadas de modo sincrônico. O recipiente e o conteúdo, o hardware e o software se englobam” (Mattelart, 2002: p. 153).

Sendo assim as cidades se encontram espacialmente em grande parte sob forma de metrópoles e megalópoles. Para continuar a compreensão dessa forma atual é preciso antes reconstruir um importante demarcador: a migração de pessoas de um lugar para o



outro. Hoje isso é notado claramente. Não existem grandes dificuldades de se movimentar de um eixo para outro depois que o mundo se tornou um só espaço territorial. A globalização favoreceu consideravelmente não só o avanço tecnológico dos sistemas de comunicação, mas propiciou que houvesse um significativo progresso nos sistemas de transporte. Tal como o processo de expansão marítima ocorrido durante o século XV, no qual os europeus avançaram na conquista de novas rotas comerciais e também novas terras, a globalização como processo de interligação de mercados, colaborou para que a circulação de pessoas entre diferentes culturas se ampliasse. Durante a expansão marítima, vários “medos” cercaram o imaginário das pessoas, que por não terem conhecimento pleno do globo terrestre, por exemplo, tiveram que enfrentar o desconhecido em busca da conquista de novos mercados. Hoje as pessoas detêm informações que as motivam a buscarem novas cidades, antes de procurar novos espaços de convivência se é possível estabelecer uma imagem, com a ajuda dos meios de comunicação, daquele local.

Janice Caiafa faz uma explanação significativa sobre a exterioridade em que a cidade se constitui o que sugere a ligação de pontos das cidades através das grandes avenidas: “A cidade é um momento, um ponto de conexão ou convergência de trajetórias, um ponto de atração onde os circuitos se reúnem momentaneamente e ela se produz precisamente por aí.” (2005, p. 3). A heterogeneidade é quem constrói a cidade. As pessoas se encontram e se dispersam a medida que há um certo confronto substancial, onde as relações pessoais se constroem em lugares extintos. A praça que há algum tempo servia como espaço de encontro de um determinado grupo social, poderá amanhã se tornar outra praça a partir da mudança dos grupos frequentadores ou até mesmo deixar de existir fisicamente dando lugar à fluidez das vias urbanas.

Muitas vezes o dia a dia, a correria desenfreada em busca da sobrevivência provocada pelo capitalismo onde só existe aquele que tem, faz com que as pessoas sigam de um lado para o outro sem tempo se quer para uma conversa. Esse elemento trazido por uma suposta modernidade e talvez como consequente da globalização torna as vias como pontos de ligação de uma parte fragmentada da cidade com outra. Nesse sentido Martin Barbeiro não se constrangeu ao afirmar que os grandes urbanistas na verdade não estão preocupados com a qualidade de vida das pessoas mais sim, eles se preocupam com a movimentação delas. “Que circulem! Isso justificará o fim das praças,



as obras para endireitar becos, ampliar e interligar as avenidas. O que se perder nesse processo, será lucro do ponto de vista do fluxo” (Martin Barbeiro, 1994: p. 25). Nos grandes centros as pessoas não se atentam.

Pode-se dizer que as pessoas se socializam com o intuito de se tornarem membros de uma determinada sociedade, esse processo nem sempre significa que haja um enquadramento do indivíduo nos padrões sociais e culturais. Muitas vezes há um choque e cotejo direto entre posições, doutrinas e idéias distintas, o que colabora significativamente para um ajuste e determinação de novas condutas dentro do imaginário estabelecido por cada um durante o procedimento de concepção inconsciente pelo qual o ser humano passa.

Uma recodificação do que é cidade pode ser arranjada com a mudança de um cenário criado inconscientemente. Cada pessoa constrói uma imagem para sua cidade, isso é um tanto quanto subjetivo, exatamente porque as pessoas são formadas em diferentes centros, e até migram para grandes urbanizações trazendo consigo formas distintas de representação social e conseqüentemente a percepção do todo. Isso revela o lado expositivo do qual estamos sujeitos, a face de inclusão que nos debelamos para o confronto diário com as diferenças. É como trata Caiafa:

“Uma das características da experiencia nesse meio é que ali não somos facilmente localizáveis, ao contrário do que se passaria numa reunião entre conhecidos. Nossa inserção social e nossa identidade podem não ser tão claras, mesmo que se criem hipóteses e expectativas.”. (2005, p. 2).

Dentro dessa discussão do que hoje se configura como cidade, espaço e urbanização é que se propõem uma discussão menos geral. De forma mais especificada pretende-se abordar com um tratamento singelo o que é local. A partir desse traçado regional será possível traduzir a estruturação de um espaço urbano influenciado cognitivamente pela mídia, sobretudo a televisão (não se restringindo a esse meio), como fonte de informação e geradora de conhecimento para as grandes massas. “Por sua vez, o rádio, a televisão e todo o pacote telemático, comprometidos com a tarefa de descrever e narrar à cidade, redesenham suas estratégias comunicacionais para estabelecerem-se em espaços concretos e mais ou menos delimitados (Canclini, p. 2002:



41). Sobre essa perspectiva será ligado agora à questão do processo recente de urbanização e a idéia do que é a cidade com bases e influência na sua absorção do que a televisão passa, e no poder que ela apresenta de criar o sentimento de pertencimento de um todo. Para isso, será feito um recorte local usando a cidade Goiânia como objeto. Partindo de uma apresentação breve deste espaço que foi decido por critérios de proximidade e propriedade para depois seguir em outra direção que é como a mídia local se dá dentro desse centro, sem a pretensão de esgotar o assunto.

2- Goiânia como uma metropole e o pertencimento por meio da mídia local.

No Centro-Oeste do Brasil, estado de Goiás, a capital Goiânia se apresenta hoje como grande centro urbano, uma metrópole, que diante dos principais centros do país, se encontra em crescimento, seja populacional ou econômico. Apontada como a 11ª região metropolitana mais populosa do país, é uma cidade que está longe de se apresentar como lugar de grande aglomeração urbana e assim se tornar uma megalópole. Nem por isso a cidade deixa de exercer importância no cenário global e nacional, talvez essa dimensão urbanística seja a aludida por pessoas de diferentes lugares que procuram Goiânia como novo lugar de pertencimento.

“Cada vez mais as pessoas procuravam as cidades por desejo, se tornavam parte dela por adoção consentida e participação. É que, diferente do grupo primário em que só o nascimento e o casamento permitiam a entrada do indivíduo, a cidade ‘oferecia uma abertura para *estranhos e outsider*’”. (2005: p. 4)

Comparada com os grandes centros urbanos do mundo, Goiânia é um pequeno povoado habitacional de grande potencial econômico e moderno espaço urbano. Abadia de Goiás, Aparecida de Goiânia, Aragoiânia, Bela Vista de Goiás, Goianópolis, Goianira, Guapó, Hidrolândia, Nerópolis, Santo Antônio de Goiás, Senador Canedo e Trindade compõem hoje a chamada região metropolitana de Goiânia que de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas possui população superior a dois milhões e cem mil pessoas. Para muitos se torna imperceptível uma visão geral do que é cidade, os conflitos são ampliados, a relação entre espaço construído e limite de atuação político-administrativa transcende o alcance imaginário das pessoas pertencentes, espacialmente, a este lugar. No caso específico de Goiânia, municípios



vizinhos que se unificaram a capital através da expansão do espaço urbano, colaboram por ampliar a falta de percepção do que é Goiânia e o que é Aparecida de Goiânia, por exemplo. As pessoas se imaginam em um mesmo lugar, se torna difícil dissociar a imagem de um lugar com a do outro. É comum pessoas que moram em uma região migrarem para outra no horário comercial para trabalhar, mas que se enxergam em um mesmo espaço e constantemente se encontram em diferentes níveis de organização social.

Dentro desta perspectiva é possível imaginar várias “Goiânias”, dentro de uma mesma Goiânia. Os bairros podem ser tratados como espaços de convivência que reúnem em determinada ordem grupos característicos por certa igualdade de condições e valores sociais. Quando essas pessoas deixam seus bairros e saem para o confronto direto com a cidade, elas estão sujeitas aos mais variados níveis de relações, poderá se relacionar de diversas formas com diferentes convicções e assim estabelecer uma nova condição, mesmo que momentânea, enquanto pessoa. Ou até mesmo sentir-se deslocada como alguém que não pertence a um grupo, ou como uma criança ou adolescente ao chegar a uma escola diferente da que estava. Isso ocorre porque aquele espaço não está dentro do seu imaginário do que como sendo a cidade que ele habita.

2.1- A mídia como agregadora de sentidos:

Pessoas oriundas de costumes e valores distintos se colocam em contato com um espaço desconhecido gerando uma segregação da cultura local, que é sucumbida pelo próprio tempo, como já foi dito. Aliado a isso está o crescimento e desenvolvimento das cidades, que muitas vezes ocorre de forma desordenada ou irregular, se configurando como cenário atual das metrópoles (aqui vamos nos deter a Goiânia). É com este público que os médias têm que trabalhar. Nesse processo onde as pessoas não têm mais tempo de conversar, e encontram dificuldade de falar com vizinhos que não se assemelha culturalmente, a mídia se coloca em ocasiões como uma grande salvadora para a intermediação.

A televisão é sem dúvida um meio bastante popular e está presente em muitas casas brasileiras. Uma pesquisa divulgada em abril de 2007 pelo Programa Nacional de Conservação de Energia Elétrica (Procel) sobre posse de equipamentos e hábitos de consumo de energia, demonstra que a TV está em 97% das casas brasileiras, o número



supera até mesmo a geladeira. Outra pesquisa elaborada pela empresa de alimentos Knorr durante o ano de 2008 demonstra que 69% das famílias brasileiras fazem refeições com a televisão ligada. Sem dúvidas “essa cultura nasce de um conceito claro em relação à sua missão, e vai se estruturando através de um conjunto de práticas, que enriquecem seu conteúdo e lhe proporcionam seu perfil social” (Rincon, 2002: 129).

O Jornalista e crítico de TV Eugênio Bucci, têm uma percepção conclusiva sobre a importância dela para os brasileiros:

[...] a televisão é hoje o veículo que identifica o Brasil para o Brasil. Tire a TV de dentro do Brasil e o Brasil desaparece, ou seja, a “representação que o Brasil faz de si mesmo praticamente é desligada”. A TV une e iguala, no plano do imaginário, um país realidade é constituída de contrastes, conflitos e contradições violentas (Cf. BUCCI, 2004: p. 222).

É com essa presença intensa no dia a dia da população que a televisão vai formando imaginário das pessoas e criando as significações. Com a idéia limitada do que é cidade a mídia televisiva consegue dar as pessoas o sentimento de pertencer a um centro e mais, a mídia se configura com único meio capaz de reconfigurar o todo fragmentado com a expansão. Canclini diz que mais importante que isso, a mídia cria consegue orientar as pessoas e elaborar relações de públicos segmentados como o de jovens com jovens e mulheres com mulheres. “Mais importante do que estabelecer novos lugares de pertencimento e de identificação de raízes, o importante para as mídias é oferecer certa intensidade de experiências” (2002: p. 42)

Com a globalização e a migração para o urbano a segmentação midiática surge com embrião de um processo que foi internalizado naturalmente. Isso obriga os meios a estabelecerem um meio distinto de se comunicar com os diferentes públicos que vão surgindo.

“A crescente disponibilidade de experiência mediada cria assim novas oportunidades, novas opções, novas arenas para a experimentação do self. Um indivíduo que lê um romance ou assiste a uma novela não está simplesmente consumindo uma fantasia; ele está explorando possibilidades, imaginando alternativas, fazendo experiências com o projeto do self” (Thompson, 1998: p. 2002).



Nessa contribuição as mídias mais que ampliar a idéia de espaço geográfico, ela também possibilita que as próprias pessoas se percebam dentro do processo, ou seja, ela possibilita uma recriação do que foi dito. Não é só o espaço físico que aumenta, mas também a idéia, o imaginário que de certa forma se torna orientado pela mídia.

Todavia as mediações trazem de volta uma parte perdida da cidade. Através do que é passado na televisão as pessoas conseguem formar uma idéia direcionada do que seja um determinado bairro da zona noroeste de Goiânia. Porém essa imagem pode não se parece muito com a que os próprios moradores de lá tem. (A região é tida como um local no subúrbio composto por ocupações e que por isso está infestada de, mas elementos que talvez coloquem toda a sociedade e o bem estar, como sendo a segurança, em risco.)

Isso reafirma a idéia de que a mídia forma imaginários coletivos, estabelecem conceitos e criam estereótipos. Martín Barbero, “[...] não existe apenas reprodução, mas também produção, uma produção que questiona a centralidade atribuída ao texto-rei e à mensagem entendida como lugar de verdade que circularia na comunicação” (1997: 291). Nessa proposta Barbero sugere três lugares de mediação onde será atentado apenas no primeiro, a saber: “a cotidianidade familiar, a temporalidade social a competência cultural” (1997: 292). Para ele, com relação ao primeiro caso, na América Latina, as pessoas se reconhecem na televisão e no Brasil isso é equivalente. Ou seja, além dos imaginários coletivos que a mídia forma ainda é capaz de criar o sentimento de pertencimento onde os espectadores se atentam ao ver que a imagem de seu bairro ou de seu meio cultural é veiculada nesse veículo.

É preciso levantar ainda a questão da discrepância, pois a mídia destaca vários fragmentos do que ela considera parte daquele local como sendo verdade, criando assim o seu produto final. Canclini fala da desconexão que há na cidade: “como nos vídeos, a cidade se fez de imagens saqueadas de todas as partes, em qualquer ordem. Para ser um bom leitor da vida urbana, há que se dobrar ao ritmo e gozar as visões efêmeras” (1995: p. 133). Ele faz uma comparação com critérios equivalentes que a cidade e o vídeo são parecidos, pois em ambos existe uma junção de variantes distintos que no final será uma parte só. Para entender um pouco mais desta relação: cidade, pessoas e televisão será tratado no próximo tópico um programa de conteúdo jornalístico que tem dentro de seu



conteúdo um espaço destinado a receber as produções, elaboradas muitas vezes em formato denúncias, oriundas do que os cidadãos se disponibilizam em fazer.

Essa participação está atrelada ao que foi levantado ao longo desse escrito sem grandes ambições: a cidade e o crescimento urbano e por isso será dada importância em arrear esse programa e tratá-lo com o mínimo de atenção para então se ter uma interpretação menos errônea do que se está concebendo desde o início. Além disso, se tem a intenção em avaliar como comporta, ou qual o sentimento de uma pessoa em colaborar com o conteúdo exibido em uma televisão local que está inserida em um centro urbano.

3-Repórter cidadão: uma mídia para pertencer à metrópole.

O repórter cidadão é um quadro criado pelo editor chefe do Jornal Serra Dourada, Jordevá Rosa, que abrange toda capital, região metropolitana e ainda os interiores do estado de Goiás. Ele foi concebido em 2007 com o objetivo de possibilitar e propiciar um aumento da participação da população na elaboração da programação do jornal televisivo. As pessoas em geral podem participar dele enviando algum tipo de imagem, seja ela em foto, ou vídeo para o endereço de e-mail do programa. O material é então selecionado e colocado no ar, em cada programa são exibidas cerca de três imagens previamente selecionadas.

A emissora, TV Serra Dourada, é uma afiliada do Sistema Brasileiro De Televisão (SBT). A participação popular no jornalismo local (GO) sempre se manteve como característica do trabalho da empresa. Sua linha editorial é voltada para a uma presença e influência maior do público, é claro, se comparado a outras grandes redes de televisão que têm afiliadas ou emissoras regionais em alguns ou todos os estados do país. Rosa apresenta a linha editorial do programa, entre outros, como sendo a interatividade. A emissora prima por esse aspecto e para ampliar a participação popular criou o quadro “Repórter Cidadão”. O editor afirma que essa é uma tendência nacional para o jornalismo. Segundo ele cada dia mais as pessoas querem e se dispõem a participar e colaborar de forma direta com a produção. A população funcionária como caráter de extensão da equipe de reportagem, pois não é possível estar no lugar exato e na hora exata em que os fatos como acidentes e condutas inadequadas no trânsito acontecem, por exemplo. E mais que isso, Rosa explica que algumas coisas têm,



aparentemente, um retorno pequeno para a emissora, mas que em um espaço local e contato direto pode gerar grandes prejuízo aos que estão envolvidos.

Quando perguntado sobre a questão dos critérios para seleção do conteúdo que os espectadores disponibilizam, o idealizador do quadro diz que é pensado primeiro no flagrante em seguida no fato singular ou inusitado e na diferença do conteúdo. Mas ele lembra que é o participante que faz o quadro e que define a linha editorial. Isso ocorre justamente porque a equipe não tem condições de se fazer presente em todos os lugares, com isso o repórter cidadão se torna uma extensão da equipe.

Todas essas questões envolvidas na elaboração do quadro fazem com que a indivíduo se sinta participante e pertencente da sociedade. Ou seja, a possibilidade de participar de um programa jornalístico televisivo dá as pessoas um sentimento de pertencimento e de cidadania. “se agente for analisar friamente, o veículo de comunicação é uma concessão pública. E automaticamente o cidadão tem direito de opinar e participar... Então isso realmente é uma forma de cidadania, ele se sentir útil primeiro e ver que a sugestão dele está sendo acatada e ver que o problema dele está sendo mostrado” fala Rosa.

Ao analisar este objeto por meio de observação e através da entrevista concedida foi possível fazer uma ligação com o que desde o início se configurou como à base da discussão, foi notado que ao colaborar com o quadro as pessoas se sentem mais parte de uma fragmentação social. Melhor dizendo, quando o seu problema é retratado, e isso só é viabilizado por que ele mesmo se coloca como mão de obra para expor, a pessoa se sente mais cidadão e pertencente da sua cidade. A mídia televisiva, por toda sua importância já tratada aqui se estabelece então como canal se colocando como veículo ponte entre a população carente de atenção (entre tantos, do poder público, midiático e de repartidores de espaço) e a própria idéia de cidade. Isso nada mais é que, os moradores da cidade de Goiânia (já que foi destacado esse centro para melhor aproximar ou explicar o crescimento urbano) ampliando sua visão e apurando o seu olhar para assim conhecer outras dimensões, e ampliar seu conhecimento de cidade e até onde ela se dá.

Ao fazer uma ligação com o que foi colocado no decorrer do texto é possível notar algo que pode parecer contraditório. Ora, se as pessoas se percebem através dos



médias e em especial da televisão. Como poderia ela começar a tomar frente do conteúdo que lhe é oferecido? Nesse sentido Mattelart, faz um importante adendo:

“Os discursos apologéticos sobre a sociedade da informação zigzagueiam entre dois axiomas opostos: a entrada na nova era das mediações ou a saída dessa mesma era. A contradição implicada por esse jogo em dois tabuleiros é apenas aparente. Pois esse par argumentativo converge para atestar o final dos grandes determinantes sociais e econômicos na construção dos modelos de implantação das tecnologias digitais e de suas redes. Há noção do poder. O primeiro axioma pressupõe que as mediações são a tal ponto, infinitas e convocam um leque de atores que o tecnossistema mundial atingiu tamanho nível de complexidade que se tornou acéfalo, e, portanto, nenhuma pessoa é responsável por ele. O segundo axioma assume a tese da desintermediação em todos os azimutes” (2002: p. 146)

Para Mattelart, o mundo já não quer ser mais tão globalizado assim. Pois o que interessa as pessoas está ao lado de suas casas e não em um local que aparentemente influencia na sua, mas que em outra ponta não vinculo direto com a sua existência. Em se tratando de comunicação. Se antes existia a presença marcante e preponderante dos médias, onde eles poderiam formar a imagem de uma certa região, agora isso já não é mais dado. Prova de tal, está no fato de os próprios donos dos meios de comunicação perceber que as pessoas não querem o que eles anseiam vender, mas sim, as pessoas almejam o que elas podem produzir. Ver no jornal uma notícia do seu bairro é mais interessante que receber uma informação sobre uma região distante da sua.

Considerações

Durante o processo de elaboração percebemos que o crescimento desordenado da cidade não é uma coisa pautada no agora. Mas sim, que este aumento populacional e também territorial segue a anos, porém ele sofreu uma aceleração em meados do século passado para os dias atuais. Com esse enorme espaço entre um local e outro, as diversas culturas existentes neles, e ainda a tendência para o individualismo, percebemos que a noção de até aonde vai a cidade não existe mais. Para amenizar isso, a mídia surge como uma contribuinte, ou melhor, como uma amenizadora e proporciona as pessoas através de sua cobertura jornalística um sentimento de pertencimento. Tal análise pode ser percebida ao se notar o quadro Repórter Cidadão do Jornal Serra Dourada veiculado



pela TV Serra Dourada no estado de Goiás. Durante a observação notamos que as pessoas usam o quadro e através dele se enxergam como partes de um todo que há tempos está se fragmentando e se dispersando de maneira não perceptível no imediato.

Referências

BUCCI, E; KEHL, M.R **Videologias**. São Paulo: Boi tempo, 2004.

CAIAFA, Janice. **Produção comunicativa e experiências urbanas**. In: ENCONTRO DE PESQUISA DA INTERCOM, 4.,2005.

GARCÍA Canclini, Nestor. **Cidades e cidadãos imaginados**. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, Vol. VIII, nº1, 2002. Anais eletrônicos. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762002000100003&lng=en&nrm=iso&tlng=pt>

GARCÍA Canclini, Nestor. *Consumidores e Cidadãos; conflitos multiculturais da globalização*. 1. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

GARCÍA Canclini, Néstor. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2003.

MARTÍN Barbero, Jesus. **Dos meios as mediações**. 1. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MATTELART, Armand. **A Globalização da comunicação**. Bauru: EDUCS 2000.

MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação**. São Paulo: Loyola, 2002.

MUMFORD, Lewis. **The City in History**. New York: Harcourt, Brace & World, Inc, 1961.

RINCÓN, Omar; Friedrich Ebert, Stiftung. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich- Ebert- Stiftung, 2002.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1998.