



“Acontece na Cidade”: O Papel Político do Jornalismo Comunitário na Televisão¹

Jacqueline Lima Dourado²

Wilton César Lopes Rêgo³

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

Resumo

O presente trabalho faz um estudo sobre a mídia televisiva local e como essa exerce um papel político através do Jornalismo Comunitário, termo utilizado para designar quadros cujas pautas são sugeridas pela população. Parte-se do pressuposto de que a comunicação comunitária tornou-se um meio da população dar voz aos seus anseios e direitos básicos garantidos por lei. Trata-se de um estudo baseado em pesquisa bibliográfica e da análise de conteúdo categorial. O corpus analisado na pesquisa leva em conta 16 edições quadro Acontece na Cidade, veiculado no Jornal do Piauí, telejornal da TV Cidade Verde, emissora filiada ao SBT no Piauí.

Palavras-chave: Jornalismo Comunitário; Televisão; Acontece na Cidade; TV Cidade Verde

Introdução

O jornalista sempre assumiu o papel de informante dos acontecimentos na sociedade. Primeiramente o seu trabalho era de relator e tinha como função trazer a público aquilo que acontecia nos portos e nas cortes europeia do século XVI. No decorrer da História, as configurações da sociedade deram-lhe o papel de representante do povo, aquele com a função de dar voz aos anseios da população e das classes menos favorecidas, o que se deu principalmente através da comunicação popular e mais especificamente do Jornalismo Comunitário. No presente, muitos profissionais em atuação estão atrelados aos meios de produção das empresas jornalísticas, o que é ocasionado pela sua formação dentro dos cursos de jornalismo que ao longo do tempo foram se configurando de tal forma a não fazer esse profissional pensar criticamente as suas pautas.

Alguns profissionais tentam fugir dessa rotina produtiva e juntamente com as mudanças na sociedade propõem um jornalismo que ultrapasse esse papel de informante dos acontecimentos, o jornalismo cívico. No final do século XX a América Latina vive experiências de regimes ditatoriais. Os meios de comunicação viviam sobre vigilância e censura do Estado. A população não se via mais representada por esses meios e inicia a busca por outras formas de comunicação que não fossem mais atreladas aos da comunicação tradicional, que de certa forma não mais correspondia aos seus anseios. É nesse contexto que

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

² Orientadora do trabalho. Professora Doutora do Curso de Comunicação Social da UFPI e coordenadora do grupo de pesquisa COMUM, e-mail: jacdourado@uol.com.br

³ Aluno do Curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo e-mail: wiltoncesar_18@yahoo.com.br



surgiu a comunicação alternativa, que buscava conquistar a liberdade de expressão perdida nas ditaduras. Essa comunicação primeiramente tinha como bandeira a luta pela democracia.

No Brasil após a vigência da constituição cidadã a comunicação popular, então caracterizada de comunicação alternativa, começa a ter um esvaziamento no que diz respeito a luta de uma maior liberdade de expressão e a construção de um Estado democrático, nesse cenário começa a ganhar destaque uma nova luta dos movimentos sociais, que juntamente com a sociedade civil e as ONGs tentam mudar a realidade das comunidades e das classes menos favorecidas que na sociedade contemporânea sofrem com a falta dos elementos básicos garantidos por lei. Movimentos semelhantes são percebidos em outros países, como aborda Manuel Castells (1980) em um estudo sobre a cidade de Madri e as demandas dos movimentos que acontecem dentro das áreas urbanas.

A televisão passou a ser um dos meios de comunicação de massa (MCM) que mais tem contribuído para os novos arranjos da sociedade contemporânea, dando as práticas sociais novas formas. Isso se torna mais evidente com a regionalização da TV, que acontece de forma mais intensa na década de 1990. Hoje se tem praticamente um aparelho de televisão em cada lar brasileiro⁴. As emissoras locais tem contribuído para essa mudança ao trazer a mídia televisiva para mais próximos dos telespectadores, que se veem representados através das pautas trabalhadas.

Devido essa configuração atual da mídia local televisiva o objetivo principal deste estudo é uma análise de como a televisão através do Jornalismo Comunitário passou a ocupar o lugar das instituições públicas ao mediar as demandas da população, principalmente no que diz respeito aos problemas urbanos enfrentados nos bairros periféricos das cidades e mais especificamente como os movimentos sociais adquiriram espaço na mídia e entender de que forma a televisão exerce um papel político, quando esta trabalha com o Jornalismo Comunitário. Para isso utilizou-se a análise de conteúdo categoria partindo das características da comunicação comunitária assumidas na mídia local e proposta pelo quadro, que a classifica como um jornalismo comunitário. A proposta aqui será verificar como as fontes de informações, os temas abordados pelo quadro e a pauta adotada em cada matéria possuem caráter comunitário e de mobilização política.

Comunicação Popular: A Voz da Comunidade

A América Latina tem uma tradição de uma democracia frágil e a ação democrática ainda continua a ser construída com limitações nos países que a integram isso

⁴ No Brasil há a presença de pelo menos um televisor em cerca de 97,2% dos domicílios, contra 87,9% que possuem rádio e apenas 31,5% que possuem computador com acesso a internet (IBGE, 2010).



sob o controle do poder político em favor das demandas da população. Nessa dinâmica os movimentos populares e sindicais passaram a utilizar os meios de comunicação como forma de serem ouvidos e como forma de integração dos seus membros (ARAÚJO, 1999).

Com a utilização de meios fora dos tradicionais é que grupos irão construir outros tipos de comunicação, esses não mais atrelados aos meios de produção das indústrias da comunicação. Santiago e Giannotti (1997), explica que a comunicação passou a ganhar um papel importante dentro do movimento sindical, sendo a sua produção não necessária feita por uma pessoa especialista no assunto, nem com o curso de jornalismo, bastava que a pessoa percebesse a importância dela para a aglutinação dos indivíduos.

Dessa forma Peruzzo (2005) afirma que:

No seu processo de constituição [os movimentos sociais] descobriram a necessidade de apropriação pública de técnicas (de produção jornalística, radiofônica, estratégias de relacionamento público etc.) e de tecnologias de comunicação (instrumentos para transmissão e recepção de conteúdos etc.) para poderem se fortalecer e realizar os objetivos propostos (PERUZZO, 2005, p.01).

Na experiência brasileira é na década de 80 que se registram novas dinâmicas no cenário social, isso graças aos movimentos populares que buscavam novas táticas para alcançar seus interesses. Os movimentos sociais tentavam obter mais visibilidade para suas reivindicações, já que se encontravam fora das pautas da grande mídia (DOURADO, 2011).

Dessa forma a primeira manifestação de comunicação popular que ganha maior destaque é a Comunicação Alternativa, que no Brasil ganha maiores proporções no período da ditadura militar (1964-1985). A Comunicação Alternativa remete imediatamente a esse contexto em que surge, período de repressão e censura aos meios de comunicação por parte do Estado. Esse tipo de comunicação ganha maior importância a partir de um momento que grupos, principalmente os sindicatos, lutam por um estado democrático de direito. “O termo alternativo remete a algo que se desvia daquilo que é comum, no caso, a imprensa tradicional” (CAMPARINE, 1990).

Araújo (1999) a ponta que ao passo que as grandes movimentações políticas das massas trabalhadoras latino-americana, nos anos 70 e 80, deram à imprensa sindical uma autonomia e circularidade, a comunicação despontava como objeto de estudo nas universidades. Nesse período predominava análises mais sustentadas acerca das formas impressas ou não, da comunicação das classes subalternas, como fonte de inspiração teórica



gramsciana⁵. Mas Peruzzo (1998) alerta para essas pesquisas dos estudos da comunicação popular, que na perspectiva dos movimentos sociais, partem do pressuposto de que o povo é formado apenas por classes subalternas. Estas pesquisas tomadas dogmaticamente podem ser restritivas e, assim, não dar conta da realidade a que se submetem em estudar.

Para Peruzzo (1998) os movimentos sociais, o qual ela denomina de movimentos populares, apresentam-se como manifestações e organizações constituídas de objetivos explícitos de promover a conscientização, a organização e ação de segmentos das classes subalternas visando satisfazer seus interesses e necessidades, como os de melhorar o nível de vida, através do acesso as condições de produção e de consumo de bens de uso coletivo e individual. Para ela os movimentos populares possuem três princípios: o de promover o desenvolvimento educativo-cultural da pessoa; contribuir para a preservação ou recuperação do meio ambiente; assegurar a garantia de poder exercitar os direitos de participação política na sociedade.

É neste contexto que se iniciam os primeiros estudos sobre a Comunicação Popular. Nessa comunicação de grupos menores, que passa a ser então objeto de estudo de pesquisadores na América Latina, cujo seus produtores não possuem uma formação acadêmica, temos um dos principais pontos de questionamentos entre esses teóricos que a estudam e que divergem quando tentam defini-la. Seria essa comunicação sindical ou da comunidade uma comunicação popular, uma comunicação alternativa ou uma comunicação comunitária. As características para defini-la podem partir dos meios de produção ou do público a ser atingido. Dependendo do ponto de estudo que o pesquisador pretenda abordar pode-se encontrar diferentes definições para esses tipos de comunicação.

Dornelles (2007) traz para discussão as divergências conceituais em torno da comunicação popular e comunitária e da discussão que é estabelecida sobre essa comunicação entre autores latinos americanos, com ênfase em autores brasileiros. Ela observa que uma maior visibilidade dada a comunicação de pequenos grupos por pesquisadores da área de comunicação ganha maior destaque principalmente no início dos anos 70 na América Latina, que vivia experiências de regimes ditatoriais. Dornelles (2007) aponta que os olhares dos pesquisadores se voltaram para essa forma de comunicação. Esses estudos ganham mais visibilidade a partir do momento que as camadas populares passaram a não serem mais vistas como uma grande massa sem voz e sem forma, mas sim também como possuidora de um

⁵ Antonio Gramsci trabalhou com o estudo do poder das classes dominantes sobre o proletariado e todas as classes dominadas dentro do modo de produção capitalista, sendo que esse poder não reside simplesmente no controle dos aparatos repressivos do Estado. Fonte: <http://www.wikipedia.org/>.



papel importante na produção da comunicação. É nesse momento esses autores passam a defini-la como Comunicação Popular.

Jornalismo Comunitário

O Jornalismo Comunitário tem sua base na ideia de comunidade, que segundo Marcondes Filho (1982), não se limitaria apenas a uma característica básica comum. Para ele ser negro não é o suficiente para definir uma comunidade negra, deve existir além de características básicas uma forma de comunicação como componente que torne os membros ligados entre si. Neste mesmo sentido Peruzzo (2006, p. 06) afirma, “Comunidade não pode ser confundida com bairro, cidade ou com segmentos étnicos, religiosos, de gênero, acadêmicos etc. Ela pressupõe a existência de elos mais profundos e não meros aglomerados humanos”. Marques de Melo (2006) diz que seria uma forma errônea tomar o conjunto dos veículos que integram a imprensa de bairros, a imprensa do interior, a imprensa negra etc. como imprensa comunitária. Para ele, com “tal posição nos alicerçamos na idéia de que a imprensa comunitária deve ser ao mesmo tempo o veículo aglutinador e o porta-voz de um grupo de indivíduos conscientemente organizados” (idem, p.126).

Seria então essa noção de comunidade como uma ação organizada de indivíduos que possuem ou estão sob condições comuns. A comunidade, então, seria o local da busca por realizações de valores comuns e individuais que a sociedade niveladora e organizadora, no caso a dominante, nega as minorias (MARCONDES FILHO, 1982).

Partindo dessa concepção do que vem a caracterizar comunidade, Marcondes Filho (1982) propõe que o Jornalismo Comunitário tem a função de interligar, atualizar e organizar a comunidade a realizar os fins a que ela se destina. Comunidade passa a não ter apenas um conceito estático, numa concepção sociológica, mas principalmente um político participativo e interessado em conquistar as melhorias para seus participantes. A busca de um bem comum para os indivíduos de uma comunidade deve ser a pauta principal do Jornalismo Comunitário, que só será assim denominado se tiver interesse por esses fins. A função do jornal comunitário está mais ligada ao seu papel de grupo de pressão frente ao poder público em prol das necessidades da comunidade, ou seja, de um bem comum a todos os indivíduos (MARCONDES FILHO, 1982).

O que se observa na definição proposta por Marcondes Filho (1982) é uma definição voltada para uma única característica do que vem a ser jornalismo comunitário. No seu entendimento além de uma característica específica o sentimento de pertencimento e de luta por um bem comum deve vir como ponto chave de diferenciação desse tipo de



comunicação com as outras experiências de comunicação destinadas a grupo, como cita a segmentação.

A luta popular por melhores condições de vida representa para Peruzzo (2008a) apenas um ponto de interseção entre a comunicação popular, alternativa e comunitária, que advêm dos movimentos populares, e representa um espaço para uma participação democrática dos indivíduos. O que se observa dentro do que vem a ser comunicação comunitária é a noção que o comunicador (com formação acadêmica ou não) tem do seu papel cidadão. Seria no caso das grandes mídias o comunitário uma definição semelhante ao jornalismo cívico. O comunitário se caracteriza assim como aquele que busca uma construção de aptidões associativas e solidárias, que representa aqueles que contribuem para superar os problemas dos segmentos sociais excluídos, de ampliar o exercício da cidadania, de fazer valer o interesse público.

Marques de Melo (2006) é mais radical na sua definição da imprensa comunitária, que segundo ele só se considera imprensa de caráter comunitária aquela que “se estrutura e funciona como meio de comunicação autêntico de uma comunidade. Isso significa dizer: produzido pela e para a comunidade” (p.126).

Para Marques de Melo (2006) há uma ausência de vida comunitária no Brasil, o que favoreceu para que a imprensa comunitária não se desenvolvesse, segundo ele não houve na sociedade brasileira um ambiente propício para o seu desenvolvimento. Três elementos centrais contribuíram para essa ausência: o analfabetismo, que teve maior efeito na comunicação rural; autoritarismo político, que tem contribuído impedindo ou dificultando a mobilização e a participação cidadã, e por último a concentração de renda. O que falta para a construção de uma comunicação comunitária seria um fator aglutinador, que é desestruturado devido a estrutura política, autoritária e desmobilizante, que não permite a propagação de ideais democráticos, indispensáveis a mobilização da sociedade.

Observa-se na definição proposta por Marques de Melo (2006) para a imprensa comunitária a sua clara ligação com as classes subalternas, aquelas menos favorecidas e de sua maioria analfabeta. Como explicitado anteriormente, não se pode generalizar a noção de movimentos populares, e mais a noção de ações comunitárias, apenas a esses grupos de pessoas desprovidas dos bens básicos garantidos por lei.

Manuel Castells (1980) em análise dos movimentos urbanos em Madri observou as tendências e características desses nos anos 70. Os problemas cada vez mais agudos de habitação, dos equipamentos, do urbanismo, etc. suscitam toda uma série de reivindicações e lutas que desembocam progressivamente em formas de mobilização e organização dos



cidadãos, tratando de orientar o movimento urbano em função dos seus interesses. Apesar de iniciadas a partir de necessidades presentes (favelas, pavimentação, serviço de eletricidade, rede de esgoto, água, escola/educação) em bairros periféricos, as reivindicações logo se estendem ao conjunto de demandas de uma ampla gama de classes e camadas sociais não apenas mais as subalternas, isso sobre o tipo de vida cotidiana e de cidade a que esses movimentos aspiram.

No Brasil essas demandas de uma estruturação básica das cidades, para que esses novos cidadãos possam viver com dignidade, surgem no período de 1985-2000 e resultou do confronto da sociedade civil com o Estado. O desagrado da população, focalizados pelos movimentos sociais, ONGs e instituições mais combatíveis traduziu-se em projetos de solidariedade com os mais pobres e em alguns momentos com uma divulgação pelos meios de comunicação (MEKSENAS, 2006).

A comunicação comunitária vem se desenvolvendo no Brasil dentro dessa constatare mudança da sociedade, apresentando-se através de múltiplas formas e linguagens. Existem diferentes meios onde se pode observá-la, pois há uma convivência de formas artesanais, modos grupais, de canais massivos de radiodifusão e de meios digitais de comunicação, com observa Peruzzo (2008b). A autora ainda afirma que tudo depende do lugar onde ela se realiza e que essa comunicação voltada para mudança social trata-se de uma comunicação que pode ser caracterizada como de pequena escala, também denominada de alternativa, popular ou comunitária, mas que se torna expressiva porque está dispersa por todo o país e se multiplica de diferentes maneiras e em diferentes lugares, dentro de todo o Brasil e no mundo.

Com base nessa análise da mídia local e das concepções apresentadas de jornalismo comunitário podemos observar que a mídia local muito se utiliza das estratégias dessa comunicação. “Determinados conteúdos dos meios de comunicação e as estratégias de envolvimento das pessoas [...], por vezes passam a ser apropriados por outros tipos de veículos de comunicação” (PERUZZO, 2008, p.06).

Perruzo (2006) afirma que o inverso também acontece, quando mídias que se dizem comunitárias acabam assumindo posturas da mídia comercial, onde muitas delas utilizam a mídia para benefício próprio. Apesar de ambas possuírem características onde hora uma se assemelha a outra, há características que as diferem. Nisso elenca várias características que definem de forma distinta cada uma delas.

Uma das principais características presentes na mídia comunitária são pautas voltadas para esse tipo de comunicação, cujo objetivo é divulgar assuntos específicos das comunidades, de movimentos coletivos e de segmentos populacionais ou de interesses



públicos, que normalmente não encontram espaço na mídia convencional. Os principais atores (fontes), assim como os aqueles que produzem (quem cria, fala, redige, edita, transmite etc.), são as pessoas do próprio lugar, não necessariamente um profissional, mas o cidadão comum. A produção é feita via uma participação direta na programação, e em geral também na gestão do veículo de comunicação, sendo que o receptor pode se tornar emissor e vice-versa.

Apesar de todas as características que venham a caracterizar um modelo de mídia comunitária Peruzzo (2008b) aponta que quando transportada para a TV essa comunicação surge com diferentes abordagens, onde o tema televisão comunitária no Brasil não remete ao um modelo único, sendo essa multifacetada.

Dentro disso o que irá dar uma identidade a TV comunitária é o compromisso com o bem-estar coletivo e com os direitos do cidadão, o que se reflete no senso de igualdade, interesse em favorecer a participação e a justiça social que seus protagonistas carregam em comum. São esses princípios que um canal comunitário numa metrópole deve possuir, mas desde que sua programação dê significativa visibilidade a eles (PERUZZO, 2008b). “Ao canal comunitário não basta ser local. Espera-se que suas práticas de gestão e sua programação traduzam posturas de cunho coletivo, facilitem a participação ampliada do cidadão e das organizações [...]” (PERUZZO, 2008b, p.07).

Diferentemente, a mídia local tende a reproduzir a lógica dos grandes meios de comunicação, principalmente no que se refere ao sistema de gestão e aos interesses em jogo. Porém, diferenciam-se quanto ao conteúdo ao prestar mais atenção as especificidades de cada região.

Enquanto a grande mídia utiliza como um dos critérios na seleção de conteúdo aqueles assuntos de interesse nacional e internacional a mídia local tem objetivos de dar a conhecer assuntos de foco local ou regional que em geral que não tem espaço na grande mídia. A TV local é encarada como uma unidade de negócio comercial, portanto tem interesses mercadológicos, vende espaços anúncios comerciais e pretende ser rentável, cujos excedentes pertencem a seus proprietários individuais/organizacionais, sendo que isso a torna suscetível a corresponder a interesses políticos e econômicos de empresas, lideranças, grupos políticos partidários da região etc.

A mesma explora o local enquanto nicho de mercado, ou seja, os temas e as problemáticas específicas da localidade interessam enquanto estratégia para conseguir aumentar a credibilidade e audiência, conseqüentemente obter retorno financeiro. O sensacionalismo é muito presente em telejornalismos locais que buscam no trágico a audiência.



A contribuição dessa mídia para ampliação da cidadania surge de estratégias adotadas para tanto ajudem na consecução dos interesses empresariais. Os espaços abertos a participação dos cidadãos estão sujeitos ao controle dos dirigentes e técnicos. A produção do “que fazer” comunicacionalmente está sob a responsabilidade direta de especialistas contratados. O sistema de gestão é do tipo burocrático tradicional.

As matérias veiculadas tender a ser, majoritariamente, parte daqueles tratados pela grade mídia, mas com enfoque local ou regional. Com a morte de alguma personalidade nacional devido uma doença, por exemplo, a TV local irá tratar do mesmo problema, mas com especialistas locais para falar sobre o assunto. A mídia local tanto pode ser local em seu sentido estrito, de pertencente e atuante num dado território, com pode ser exterior a ele e apenas lhe oferecer espaços, como um programa. Há casos de a TV local produzir programas de cunho bastante comunitário, tanto no formato (participação popular) como nos conteúdos (problemáticas sociais, noticiários locais etc.), que a primeira vista podem ser vistos como sendo tipicamente de uma emissora comunitária. Esse último aspecto da emissora local é o que se pretende abordar para uma compreensão do objeto de pesquisa proposto aqui.

Análise

Em 1982 é dada a concessão para o funcionamento da TV Pioneira que durante quatro anos funcionou em caráter experimental e em 1986 passou a operar de forma definitiva como retransmissora da Rede Bandeirantes. A TV Pioneira torna-se assim a segunda emissora de televisão a operar no estado do Piauí, quebrando assim o monopólio exercido pela Rede Globo através da sua retransmissora no estado, TV Clube, primeira emissora criada no estado no ano de 1972.

A TV Pioneira surge trazendo uma programação que fugia dos moldes do padrão Globo de televisão, o que acontecia devido esta possuir uma maior liberdade na criação dos seus programas, diferentemente da TV Clube. A nova emissora traz como novidade para a TV piauiense as transmissões ao vivo. Nessa mesma época da sua inauguração a TV fazia a primeira transmissão ao vivo do Carnaval de rua de Teresina. Em 1987, transmite a posse do governador Alberto Silva e a primeira a transmitir a final de um campeonato Piauiense de Futebol em 1988 entre Flamengo e 4 de julho. Essas matérias reforçam a idéia de uma mídia que logo no início se propõe a trabalhar com o local.

O quadro Acontece na Cidade estreou em 2008 no telejornal Jornal do Piauí, que vai ao ar ao meio dia e trouxe como slogan, “Acontece na cidade a gente mostra na TV”, quadro com uma proposta de resolver problemas locais. A diferença do Acontece na Cidade



para os demais quadro do programa é que as pautas são elaboradas através das denúncias e reivindicações feitas pelos moradores para o poder público local. O quadro era apresentado pelo jornalista Luís Fortes, que percorria vários bairros da capital mostrando nas matérias problemas básicos de urbanização, através de entrevistas com moradores, ou matérias com um caráter de serviços. Em 2011 o repórter do quadro pede demissão da emissora, mas o quadro continua agora em novo formato. As pautas continuam sendo feitas a partir de ligações de moradores, mas apenas o cinegrafista se dirige ao local e o apresentador em off apresenta o problema.

O período utilizado para o estudo foram os meses de agosto e setembro de 2010, período correspondente a campanha eleitoral para as eleições de presidente da república, governador, deputados e senadores, período propício para reivindicações da população aos políticos.

A partir do que foi apresentado do que vem a ser jornalismo comunitário e a introdução desse nos meios de comunicação tradicional, no caso a TV local, propõe-se categorizá-lo a partir de três abordagens presentes nas pautas desses programas veiculados principalmente nas mídias locais e que possuem abordagens típicas de um jornalismo comunitário: Demandas urbanas (comunitário voltados aos problemas urbanos com pautas que se voltam as necessidades que surgem dos aglomerados urbanos nas grandes cidades e dos direitos básicos garantidos aos indivíduos por lei); Demandas sociais (comunitário voltado a formação de um consciência cidadã, onde as notícias falam sobre as atividades de grupos populares organizados, esclarecimentos visando a conscientização da população tanto no que se refere aos seus direitos como deveres) e as Demandas de necessidades abrangentes (comunitário voltado a outras necessidades da coletividade, mas que não se restringem ao âmbito de grupos específicos.

Aponta-se esse tipo de jornalismo como comunitário pelas seguintes características na qual Peruzzo (1998) atribui a comunicação popular: pautas com conteúdos críticos, ou seja, julga-se a realidade concreta, local ou mais abrangente tanto em nível de denúncia descritiva quanto de interpretação ou de opinião, levantando reivindicações, apelando à organizações e mobilização popular, apontando para uma necessidade de mudança, sendo predominantemente um serviço de interesse público com benefícios reais para a população envolvidas e também pela própria dificuldade de separação que há da noção de comunitário e local, que para Perruzo (2008a) a separação entre comunitário e local é impraticável do ponto de vista objetivo, sendo que a comunidade se situa dentro de um espaço local.



Observa-se uma maior ênfase nos problemas urbanos onde das dezesseis edições oito foram pautas voltadas para demandas urbanas. Isso demonstra o papel de canalizadora das demandas da população que o quadro tenta assumir, o que tem clara ligação com a função de um jornalismo cívico, que busca ter uma obrigação de responsabilidade social, que muitas vezes se resume em fiscalizar as ações do governo e exercer críticas as políticas públicas, que fica mais evidente no slogan do quadro.

Nas edições do Acontece na Cidade, após o problema ser apresentado pelos moradores, ou o repórter ou o apresentador, apresenta o sujeito que seja responsável pela solução do problema. O poder público nos quadros sempre se manifestou através de notas enviadas ao programa sempre de forma positiva para a solução dos problemas abordados, sendo que em alguns momentos nenhum representante é encontrado, ficando o problema sem uma resposta imediata a comunidade.

No que se refere as demandas sociais três edições se enquadram nessa categoria. Uma das pautas trabalhadas traz a manifestação dos agentes de saúde da capital do estado em frente ao prédio da Prefeitura Municipal de Teresina, que reivindicam por melhores salários. Nesse momento o quadro assume papel de mediadora política entre a classe dos agentes comunitários e o poder público, ao passo que procurou o prefeito da cidade e tentou-se obter uma resposta para os manifestantes. Essa é uma clara forma de comunicação popular, onde se tenta contribuir para uma democratização da sociedade e a conquista de uma cidadania, buscando levar a sociedade para uma participação. O que segundo Peruzzo (1998) estes devam possuir espaços onde possam apresentar seus desejos de mudanças, procurarem denunciar as condições indignas, a exigirem seus direitos de usufruir da riqueza gerada por todos, por meio de melhores benefícios sociais e de salários mais justos, poderem se organizar e trabalharem coletivamente.

As demandas de necessidades abrangentes, observada em três edições, surgem a partir de algumas pautas apresentarem-se de forma que os assuntos dos problemas urbanos e sociais agregam um público maior. Essas demandas ultrapassam as barreiras da comunidade, isso caracterizado também pela difícil identificação dos limites entre o local e o comunitário. A proposta dessa categoria é separar as demandas que possuíam claramente um caráter comunitário, no sentido de trabalhar as necessidades daquele grupo específico, mas que não tenham apenas eles como beneficiários dessa melhoria.

Em uma das edições analisadas e enquadradas dentro dessa demanda o repórter percorreu três bairros da zona sudeste da capital, para mostrar a falta de sinalização na linha férrea que cortava algumas ruas. O problema estava pondo em riscos não só os moradores das



comunidades mostradas, mas também todas as pessoas que necessitavam utilizar as ruas que cortam a linha do metrô. Nessas demandas coletivas há sempre a necessidade de demonstrar como os problemas enfrentados pelas comunidades possuem um público maior de beneficiários, quando resolvidos. Isso demonstra a também a noção da busca de um bem coletivo, tendo não só a comunidade como beneficiária.

Dentre os quadros analisados duas edições do programa saem do quadro de demandas proposto e passam a ser destinados para mostrar soluções de problemas apresentados anteriormente. O grau de importância dada pelo programa para essa “prestação de contas” é igual a dada as demais demandas, isso demonstra como o quadro possuía a capacidade de resolver os problemas em pouco tempo, passando uma confiabilidade aos telespectadores, atraindo mais participações e conseqüentemente mais audiência ao telejornal.

Esse papel de solucionador dos problemas é claramente observado na fala do repórter, que sempre ao mostrar essas soluções fala que o problema teve maior atenção após ser apresentado no programa ou que só foi solucionado graças ao programa, sendo a sua fala sempre acompanhada do slogan do quadro. O repórter dessa forma atribui ao programa o poder para a solução dos problemas que afligem as comunidades. Essa solução sempre apresentada incentiva a participação dos telespectadores no programa. A chamada para essa participação sempre é feita durante a exibição das matérias, onde surgem as palavras “ligue e participe” juntamente com o número de telefone.

Considerações Finais

A comunicação popular nos últimos vinte e cinco anos tem ganhado espaço dentro da mídia, algo impulsionado pelos movimentos populares. A luta e os objetivos desse segmento também mudaram com o passar do tempo e hoje se manifesta não mais em uma comunicação que vem em busca de uma oposição aos MCM, mas como uma comunicação que disputa espaço e até mesmo acrescenta, ao sugerir mudanças na forma como esses meios trabalham suas pautas.

A conquista de espaço na mídia pelos segmentos populares é observada na mudança que os programas televisivos vêm sofrendo ao longo dos últimos anos, representando o grau de importâncias que esses possuem na atualidade. A comunicação popular representa uma tendência da mídia televisiva e mais especificamente dentro das emissoras locais, sempre mais próximas das pautas como também das comunidades. Dentre as pautas observadas no telejornal analisado muitas fogem das temáticas dos telejornais



nacionais ao dar visibilidade aos acontecimentos específicos das comunidades visitadas, que em outra época não conseguiram espaço para divulgação de tais reivindicações.

As mídias locais garantem aos grupos populares espaços para esses serem ouvidos, ao passo que se apropriam da comunicação exercidas por esses grupos para a construção de seus programas que são voltados para o popular. O objetivo do quadro analisado não é só dar vozes aos moradores de bairros carentes da capital, mas garantir também momentos de debate sobre assuntos que contribuem para a formação do indivíduo como cidadão, ao abordar temas que trabalhem sobre o respeito às leis de trânsito, as campanhas de combate a dengue entre outros temas. A tendência de trabalhar temáticas voltadas para comunidades e a formação cidadã não é um acontecimento pontual, pois movimento semelhante é observado dentro de outras mídias locais no estado do Piauí e fora dele.

A Comunicação Comunitária pode tomada no seu sentido restrito e característico, quando observada nas suas primeiras manifestações, mas reelaborada na sua forma de se manifestar, sem perder a sua principal função que é o de trazer ao público discussões que contribuem para superar os problemas e ampliar a cidadania, o que fica claro nas pautas que se enquadram nas categorias propostas aqui para o Jornalismo Comunitário dentro da mídia local.

A função de mediador político que a mídia local assume é claramente observada no quadro quando esse passa a transmitir os problemas dos representados aos representantes do poder público e cobrar desse alguma posição ou solução do problema. O que fica mais evidente na alusão que o repórter faz ao quadro, como meio solucionador dos problemas. Deve-se levar em conta ainda nesse tipo de produção a influência da empresa na sua produção. A pauta sugerida pela comunidade antes de ir ao ar sofre uma escolha da produção e depois de gravada sofre a edição.

A proposta deste trabalho não se fecha apenas no entendimento de papel político assumido pela mídia através do Jornalismo Comunitário, mas também para entender a construção deste tipo de jornalismo, que sofre mudanças e ainda se torna questionável sobre o seu real papel dentro da mídia televisiva local.

Referência Bibliográficas

ARAÚJO, S. M. P. Comunicação de trabalhadores e mudanças de paradigmas na cultura de massa da América Latina. In: MARQUES DE MELO, J.; GOBBI, M. C. (orgs). **Gênese do**



pensamento comunicacional latino-americano: O protagonismo das instituições pioneiras CIESPAL, ICINFORM, ININCO. São Bernardo do Campo: UNESCO, 1999. p. 93-107.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 5^a ed. Lisboa: edições70, 2008.

CAMPARELLI, S. **Comunicação de massa sem massa**. 3^a ed. São Paulo: Summus, 1986.

CASTELLS, M. **La ciudad y las masas: Sociología de los movimientos urbanos**. Madrid: Alianza. 1980.

DOURADO, J. L. **Rede Globo: Mercado ou cidadania?** Teresina: Edufpi, 2011.

DORNELLES, B. Divergências conceituais em torno da comunicação popular e comunitária na América Latina. In: **Revista da Associação Nacional dos programas de pós-graduação em Comunicação**. São Paulo: 2007. Disponível em: < http://www.compos.org.br/files/26ecompos09_BeatrizDornelles.pdf >. Acessado em: 20.out.2010.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios PNAD - 2010**.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Quem Manipula quem?** Petrópolis: Vozes, 1986.

MARQUES DE MELO, J. **Teorias do jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. **Teoria e comunicação: Paradigmas latino-americano**. Petrópolis: Vozes, 1998.

MARTÍN-BARBERO, J. O medo da mídia política, televisiva e novos modos de representação. In: DOWBOR, L. *et al* (org). **Desafios da comunicação**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000. p.31.

MEKSENAS, P. **Cidadania, poder e comunicação**. São Paulo: Cortez, 2006.

PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos movimentos populares: A participação na construção da cidadania**. 3^a ed. Petrópolis,RJ: Vozes, 1998.

_____. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaboraões no setor: In: **Palavra Clave**. Bogotá: 2008a, vol. 11, nº 2, p. 367-379. Disponível em: < <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2882032>>. Acessado em:15.abr.2011.

_____. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. **Revista do Pensamento Comunicacional Latino-Americano - PCLA**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO de Comunicação da UMESP/ALAIC, vl. 4, n. 1, out./nov./dez. 2002. Versão on-line disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm>. Acessado em: 08.abr.2011.

_____. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. **Revista Lumina - Apresentação**, América do Sul, 1 25 03 2007. Disponível em:



<<http://www.metodista.br/poscom/cientifico/publicacoes/docentes/artigos/artigo-0019>>.
Acessado em: 15.abr.2011.

_____. Televisão comunitária mobilização social para democratização a comunicação no Brasil. **Em questão**, Rio Grande do Sul, v.14 n.2, julho a dezembro 2008b. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/5944/4728>> Acessado em: 08.abr.2011.

_____. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil. **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2006**. São Paulo: Intercom, 2006, p. 141-169. Disponível em: <<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/anuariolusofono/article/viewFile/1213/958>>.Acessado em: 09.abr.2011.

SANTIAGO, C.; GIANNOTTI, V. **Comunicação sindical**: falando para milhões. Petrópolis: Vozes, 1997.

SANTOS, A. S. **Jornalismo cívico**: prática da reportagem comunitária. Salvador: Faculdade Integrada da Bahia, 2004. Disponível em: www.professoresjornalismo.jor.br. Acessado em: 12.mar.2011.

SILVA, J. de S., O papel da televisão diante da diversidade sociocultural. In: Garcia, D.; Brandão, A. P. (orgs). **Comunicação e Transformação Social**: A trajetória do Canal Futura. São Leopoldo: UNISINOS, 2008. p. 49-58.