



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**IMPrensa COMUNITÁRIA EM CAMPINA GRANDE
Uma análise da relação entre o Jornal da UCES e a
comunidade**

HERMANO RIBEIRO DA SILVA JUNIOR

Campina Grande - PB
2010

HERMANO RIBEIRO DA SILVA JUNIOR

**IMPrensa COMUNITÁRIA EM CAMPINA GRANDE:
Uma análise da relação entre o Jornal da UCES e a
comunidade**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado à Universidade Estadual da
Paraíba - UEPB, para encerramento do
componente curricular e conclusão da
graduação em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Custódio da Silva

S586i

Silva Junior, Hermano Ribeiro da.

Imprensa comunitária em Campina Grande [manuscrito]: Uma análise da relação entre o Jornal da UCES e a comunidade / Hermano Ribeiro da Silva Junior. – 2010.

95 f. il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2010.

“Orientação: Prof. Dr. Luiz Custódio da Silva, Departamento de Comunicação Social”.

1. Jornalismo impresso. 2. Comunicação comunitária. 3. Participação popular. I. Título.

21. ed. CDD 070.17

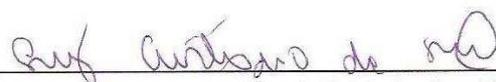
HERMANO RIBEIRO DA SILVA JUNIOR

**IMPrensa COMUNITÁRIA EM CAMPINA GRANDE:
Uma análise da relação entre o Jornal da UCES e a
comunidade**

Aprovado em: 16 de dezembro de 2010

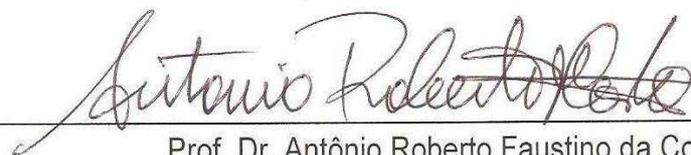
NOTA: 10,0

BANCA EXAMINADORA



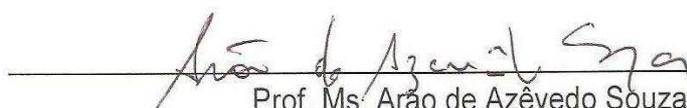
Nota 10,0

Prof. Dr. Luiz Custódio da Silva
(Presidente-Orientador)



Nota 10,0

Prof. Dr. Antônio Roberto Faustino da Costa
(1º Examinador)



Nota 10,0

Prof. Ms. Arão de Azêvedo Souza
(2º Examinador)

*À Marina Correia Lima e Olivia Maria
pela fé e confiança depositadas em mim.*

AGRADECIMENTOS

Quando mencionamos a palavra agradecimento logo nos lembramos daquele que sempre está em nossas preces e pensamento: Deus. Não poderia começar a agradecer a todos que em ajudaram sem antes destacar a importância desse ser de luz em minha vida. Foi ele quem me deu força e perseverança para traçar o meu caminho. A fé nele me fez chegar até aqui!

Tenho certeza também que foi Deus quem colocou importantes pessoas que fizeram parte de minha história. Começando mesmo lá do início, pela minha mãe Ivaneide, que sempre confiou em mim e fez com que eu acreditasse em sonhos e fizesse da conquista um exercício a ser praticado por toda a vida. Na minha formação como pessoa não posso me esquecer do meu pai Hermano, de quem herdei o nome e a vontade de lutar pelos meus ideais. Não esquecendo dos meus irmãos Anderson e Herberty, que sempre colaboraram fazendo silêncio enquanto eu estuda as volumosas apostilas de economia e outras disciplinas do curso.

Agradeço também aos anjos colocados em minha volta: meus amigos. A eles devo parte do que sou e das conquistas obtidas. Sem eles não teria motivos para sorrir e crer que os desafios são apenas uma forma de nos fazer refletir e criar novas possibilidades de alcançar o que queremos. Aos queridos, Ana Rachel, que sempre esteve comigo; Tarciano (Buiu), minha alegria para toda hora; Ana Maria Nunes, grande incentivadora de sonhos a serem percorridos; e de Valberto, professor do cursinho que me motivou a aprender sempre mais. A todos do Recreio Dramático pela paciência que tiveram, tendo eu muitas vezes que abrir mão das reuniões e ensaios para fazer algum trabalho da faculdade.

É importante destacar que no decorrer da vida novas pessoas surgem em nosso caminho, e isso me faz lembrar dos amigos que fiz enquanto estava na faculdade. Destaco três que foram para mim mais que amigos, foram verdadeiros irmãos: Aline, Dayra e Gabriel. A convivência com eles me fez enxergar o quanto a vida é cheia de momentos especiais, que somos nós que projetamos o próprio futuro, traçando no presente os caminhos a serem percorridos. Com eles ri, chorei, explodi de raiva e aprendi a voltar a atrás nos momentos de erro.

Não posso esquecer também daqueles que sempre me deram apoio e abrigo quando não morava em Campina. Meu muito obrigado a Everaldo Gomes, Daniele,

Valéria, Aninha Haab, Danilo e Nadjário. E a Josimeire Coelho pelas palavras de força e incentivo.

Ainda é importante lembrar de um companheiro sempre fiel e que esteve comigo nos melhores e piores momentos dessa trajetória, seu nome: Elisvan Borges. A ele agradeço por tudo, todo carinho, apoio e dedicação depositados em mim. A este grande amigo, mil páginas seriam pouco para agradecer tudo que fez para sempre me ajudar. Tenho a certeza que mesmo na distância o carregarei em pensamento e nas minhas orações.

Contudo, para que o estudante se torne um bom aluno e um profissional comprometido, existe sempre um mestre que o leva a realizar grandes projetos tanto na vida quanto na academia. Meus agradecimentos a Luiz Custódio da Silva, importante professor que me fez entender a Comunicação não somente como um simples curso universitário. A oportunidade de participar dos projetos de extensão do Departamento me proporcionou um crescimento não só profissional, mas também como ser humano. Com Custódio aprendei que a arte de comunicar ultrapassa os limites de transmissão de mensagens, com ela podemos fazer algo muito melhor: Transformar. Quebrar com antigos paradigmas e refazer a história baseada na ajuda ao próximo, traçando sempre uma trajetória de humildade e confiança. Meu querido mestre, devo muito ao senhor!

A todos meus sinceros agradecimentos e o desejo de continuarmos juntos nessa grande roda em movimento chamada vida.

E aos novos sonhos, realizações!

RESUMO

A Comunicação Comunitária teve um importante papel durante a ditadura militar no Brasil, usando de meios alternativos para que os movimentos populares pudessem expressar suas reivindicações e aspirações políticas. Essa forma de comunicação teve uma maior atuação neste período nas regiões sudeste e sul, mas a partir da década de 1980, ela se espalha por outras regiões do país. Em Campina Grande desde 2008, a União Campinense das Equipes Sociais (UCES), publica o Jornal da UCES, tendo como proposta divulgar suas ações e as atividades desenvolvidas pelas associações comunitárias de bairro filiadas à entidade. A presente pesquisa buscou compreender como essas associações avaliam o periódico. O resultado, obtido através da comparação dos dados extraídos de um questionário, revelou uma identificação dos representantes das entidades com este veículo de comunicação, apesar de alguns pontos que merecem ser melhorados, como o reduzido número de exemplares publicados e a não abrangência de alguns bairros nas reportagens.

Palavras-Chaves: Comunicação Comunitária – Jornalismo Impresso – Participação Popular.

ABSTRACT

Communitarian Communication had an important role in military dictatorship, using alternative ways to what the popular movements could express their vindications and political aspirations. This way of communication had a bigger performing in that time in southeast and east regions of Brazil but from 1980's, it spreads to other regions of this country. In Campina Grande, Paraíba, since 2008, the União Campinense das Equipes Sociais (UCES) published the UCES Newspaper, aiming to divulge their actions and activities developed by the neighborhood communitarian associations enrolled to that organization. This present research tried to find out how these organizations evaluate the journal. The result, obtained through a comparison of data from a questionnaire showed an identification of communitarian people to that communication form in spite of some points that deserve to be bettered, as the small number of published specimen and the non-reach of some neighborhoods in reports.

Keywords: Communitarian Communication – Printed Journalism – Popular Participation.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO I – IMPRENSA SOCIAL E MOVIMENTOS POPULARES.....	14
1.1 Imprensa Popular no Brasil	14
1.2 Comunicação e Segmentos Populares.....	17
1.3 Comunicação Popular e Socialização.....	19
1.4 Comunicação Comunitária e Participação Social	23
CAPÍTULO II – A COMUNICAÇÃO E A CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA	30
2.1 Jornalismo e Sociedade.....	30
2.2 Jornalismo Público e a questão da Cidadania	32
2.3 Jornalismo Público no Brasil	35
2.4 Jornalismo Comunitário	37
CAPÍTULO III – A IMPORTÂNCIA DO JORNAL DA UCES PARA OS SEGMENTOS COMUNITÁRIOS AFILIADOS.....	44
4.1 Uma História de Lutas e Mobilização Social	44
4.2 A construção de um meio de Comunicação Comunitária	46

4.3 A identificação de um segmento social com seu veículo de comunicação	50
CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
ANEXOS.....	66
Anexo A – Informações adicionais sobre o <i>Jornal da UCES</i>.....	66
Anexo B – Mostra de algumas edições do <i>Jornal da UCES</i>.....	67

INTRODUÇÃO

Na história recente do Brasil, os movimentos populares tiveram significativo destaque ao que diz respeito a organizações que buscaram intervir no contexto político das décadas de 1970 e 1980. Em plena ditadura militar, esses foram responsáveis pelo surgimento e consolidação de uma mídia que tinha como principal objetivo, defender os interesses dessas pessoas, bem como ser o porta voz dos seus ideais para a construção de uma sociedade igualitária, comprometida com a cidadania e a retomada da democracia. Nasce a partir desse processo o que os pesquisadores da comunicação denominaram de imprensa alternativa, popular ou comunitária.

Essa parcela da população, insatisfeita com essa forma de governo, usou de diferentes meios para expressar seu descontentamento e indignação. Música, teatro popular, cartazes e até pequenos folhetos, foram utilizados para este fim. Todavia, o que se pode citar como de importante instrumento usado por esses movimentos foram os muitos jornais alternativos e populares que surgiram na época. Eram produzidos por diferentes segmentos da sociedade, compreendendo jornalistas de esquerda, estudantes e representantes dos movimentos sociais.

O uso desses meios como ferramenta para expressar seus sentimentos foi adotado por diversos segmentos sociais do país, sendo utilizado também por algumas instituições e ONGS ligadas a esses movimentos. Com o fim do regime e a abertura política do país, essa mídia perde força, restando somente algumas iniciativas mais voltadas nos movimentos comunitários. Tendo como uma das principais características as reivindicações sociais nos conteúdos de suas matérias, essa imprensa foi ganhando espaço e conquistando mais adeptos, deixando de ter seu eixo as regiões sudeste e sul e se espalhando por todo o Brasil.

Na Paraíba, também podem ser observadas iniciativas como essas. Em campina Grande, desde 2008, a União Campinense das Equipes Sociais (UCES), em parceria com o Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba publicam o *Jornal da UCES*, periódico trimestral criado com o objetivo de divulgar as ações realizadas pela entidade, bem como as atividades desenvolvidas pelas Sociedades de Amigos de Bairro (SAB's) e Associações de Moradores.

Fundada em 02 de Agosto de 1964 e sem fins lucrativos, de caráter comunitário e popular, a UCES busca coordenar, fiscalizar e orientar os segmentos comunitários, defendendo os interesses dessa população em suas associações e movimentos representativos. Temas como moradia, saúde, educação, transporte público, meio ambiente, direito do consumidor, dos idosos, das crianças e adolescentes são debatidos pela UCES nas reuniões e assembléias que a entidade realiza. Estes também são os assuntos abordados nas reportagens publicadas no jornal.

Diante esse contexto, o presente trabalho realiza um estudo sobre a imprensa comunitária em Campina Grande, mais especificamente o Jornal da União Campinense das Equipes Sociais (UCES), analisando sua importância para os segmentos comunitários associados à entidade, objetivando com isso, definir se o veículo se constitui de fato numa mídia comunitária e avaliar a relação dos leitores com o periódico.

Vale ressaltar ainda que ele se constitui num meio de comunicação voltado para os movimentos comunitários de Campina Grande, razão pela qual foi selecionado como objeto de estudo. A pesquisa busca compreender de que forma o periódico é construído, como funciona a produção das matérias, como também averiguar se existe a participação dos moradores/associados no processo de construção da informação. Essa escolha partiu ainda da necessidade de analisar como é a relação dos comunitários com o *Jornal da UCES*, se há uma afinidade com os temas tratados nas reportagens nesses três anos em que é publicado.

Estudar a produção de veículos dessa natureza significa compreender como os movimentos populares do país estão organizados para atender suas necessidades de comunicação e informação. A pesquisa nessa área contribui para os vários estudos já realizados no país sobre esse tema.

Esta pesquisa pretende fomentar a discussão sobre a imprensa comunitária em Campina Grande, possibilitando subsídios para possíveis análises de como ela vem sendo trabalhada no município. Ao fim, busca-se ainda colaborar no aprofundamento da discussão sobre esse tema na Paraíba, fazendo com que este trabalho científico contribua para futuras pesquisas dentro do estado, bem como em outras regiões do país.

Para a realização do presente estudo, foram utilizados procedimentos metodológicos compreendendo a chamada revisão de literatura e técnicas comumente usadas na pesquisa quantitativa e qualitativa. Inicialmente, foi realizada a revisão bibliográfica sobre comunicação e movimentos sociais, mais especificamente experiências envolvendo a comunicação comunitária. Entre as fontes, livros e artigos científicos, muitos deles extraídos da internet.

Com base no referencial teórico e na análise dos exemplares do *Jornal da UCES*, foi elaborado um questionário para ser aplicado entre os associados da União Campinense das Equipes Sociais. Com ele, se procurou avaliar de forma quantitativa e qualitativa, como era a relação dos comunitários com o periódico. Nas quatorze questões, foi pesquisado se as pessoas liam o jornal; avaliação da linguagem utilizada; interesse nos assuntos trabalhados nas matérias; formato; período de circulação do jornal; participação dos associados sugerindo ou produzindo conteúdo; espaço para participação; abordagem dos bairros nas reportagens; assuntos ainda não trabalhados pelo periódico e sua eficácia como meio de comunicação entre a UCES e suas associações filiadas. Além disso, foi averiguado o número de acessos, e com que frequência, ao site da entidade.

O questionário foi aplicado em 39 representantes, entre presidentes e membros das diretorias, das 55 associações comunitárias de bairro filiadas à UCES. Isso significa dizer que a análise foi realizada com 71% do público que tem acesso ao jornal. Com a coleta dos dados foram elaborados os gráficos que correspondem à pesquisa quantitativa e da interpretação das respostas dos entrevistados foi realizada a pesquisa qualitativa.

Com o intuito de coletar mais informações sobre a União Campinense das Equipes Sociais foi realizada uma entrevista com João Batista, presidente da entidade. Uma das fontes também utilizadas para este fim foi o site da instituição.

Para um maior entendimento sobre o *Jornal da UCES*, foram analisados os exemplares correspondentes aos anos de 2008, 2009 e 2010, a fim de identificar os assuntos trabalhados nas reportagens, o formato e diagramação do periódico. Ainda tendo em vista este objetivo, foi realizada uma entrevista com João Henrique de Medeiros, estudante do curso de Comunicação Social da UEPB, que participou das atividades da primeira edição do jornal.

A presente monografia está dividida em três capítulos. No primeiro, tentamos contextualizar a imprensa social e sua relação com os movimentos populares, trazendo a história dessa forma de comunicação no Brasil e sua relevância para o contexto político da época. Além disso, também apresentamos de que forma ela contribui para a socialização do processo comunicativo, e conseqüentemente o desenvolvimento de cada comunidade. Há também um tópico sobre a importância da participação popular no processo de construção da informação.

Na segunda parte apresentamos uma reflexão sobre o jornalismo e seu compromisso com a sociedade, a responsabilidade do profissional da comunicação para a construção e consolidação da cidadania, através da prática do jornalismo público. Esta parte do estudo também traz algumas características da atividade jornalística realizada pelos segmentos comunitários.

O terceiro e último capítulo apresenta um breve histórico sobre a União Campinense das Equipes Sociais (UCES) e a criação do jornal. Também é apresentado o resultado do processo de análise e interpretação dos dados coletados para a pesquisa em pauta.

Foi verificado ao final deste estudo, que há uma identificação dos representantes das associações filiadas à UCES com o jornal produzido pela entidade, apesar de existir alguns pontos que devem ser melhorados no periódico, como o reduzido número de exemplares publicados e não abrangência de algumas comunidades nas reportagens.

CAPÍTULO I

IMPrensa SOCIAL E MOVIMENTOS POPULARES

1.1 Imprensa Popular no Brasil

No Brasil, a imprensa popular e alternativa exerceu um importante papel para expressar os ideais dos movimentos sociais, num período no qual o país passava por constantes crises econômicas e sociais, e o cenário político exercia forte controle sobre a sociedade da época. O regime militar censurava os diversos setores e organizações, principalmente os meios de comunicação de massa. Nesse contexto, os jornais produzidos por esses movimentos, que eram contra o sistema vigente, constituíram-se num instrumento de reivindicação, denuncia e aspirações políticas. A maior parte deles era produzida por jornalistas, sindicatos e partidos políticos.

Segundo Pereira (1986, p. 55), “a imprensa alternativa foi expressão da média burguesia, dos trabalhadores e da pequena burguesia, defendeu interesses nacionais e populares, portanto, condenava o regime”.

Essa imprensa teve origem nos movimentos populares das décadas de 1970 e 1980, sendo importantes representantes do povo. De acordo com Peruzzo:

Ela não se caracterizava como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares. Essa ação tem caráter mobilizador coletivo na figura dos movimentos e organizações populares, que perpassa e é perpassada por canais próprios de comunicação. (PERUZZO, 2006, p. 02).

Foram diversos jornais, informativos, boletins, panfletos, cartazes e outros instrumentos de comunicação usados por esses movimentos, considerados como de resistência ao contexto político dos anos 70 e 80. Eles usavam desses meios com o objetivo de comunicar entre si, mas também como ferramentas para a educação e promoção da cultura, esta última servindo também de ferramenta para os protestos realizados. Como expressa Festa (1986, p.30) “a experiência brasileira mostra claramente que a comunicação popular e alternativa, aparecem, desenvolvem e

refluem na mesma medida da capacidade de os movimentos sociais articularem o seu projeto alternativo de sociedade”.

Esse tipo de imprensa teve destaque nesse período e muitos foram os veículos alternativos e populares existentes no Brasil, a exemplo dos jornais *Extra*, *EX*, *Mutirão*, *Brasil Mulher*, *jornacoop*, *Classe operária* (jornal dos dissidentes do PCB), *Movimento*, entre outros. Apesar de cada um desses ter sua origem em diferentes setores da sociedade, independente de ser partidário, sindicalista ou mesmo advindos dos segmentos comunitários, todos tinham em foco um único objetivo: ser o porta-voz de seus representantes e defender seus interesses. Kaplún *apud* Peruzzo (2006, p. 03) afirma que a “comunicação popular e alternativa trata-se de uma comunicação libertadora, transformadora, que tem o povo com gerador e protagonista”.

Além de veicularem notícias e reportagens de interesses de cada segmento específico, muitos desses jornais se responsabilizavam em informar a população fatos que a imprensa tradicional não trazia em suas matérias, devido à coerção exercida pela censura nos veículos de comunicação, ou por algum tipo de vínculo que alguns destes tinham com o governo.

Como explica Festa (1986, p. 16) “a verdadeira tarefa de comunicar e relacionar os acontecimentos ocorridos nos círculos de poder, no interior da sociedade civil e entre os movimentos populares coube, efetivamente, à imprensa alternativa e popular, apesar de todas as limitações”.

Ao mesmo tempo em que buscavam defender os interesses da instituição, entidade ou associação que representavam, constituindo-se num canal de expressão de seus ideais, esses jornais pretendiam conscientizar os movimentos populares de seus direitos e deveres, com isso fortalecer a cidadania, e fomentar nessas pessoas novas práticas de participação na vida política do país. Tal sucesso nas organizações desses meios se deve “a democracia interna e a formação de conselhos editoriais com a participação de representantes dos movimentos sociais”. (FESTA, 1986, p. 17)

Os jornais comunitários e alternativos eram constituídos por cooperativas de jornalistas, sindicato de trabalhadores (principalmente os da indústria), partidos políticos de esquerda e por associações ou grupos comunitários. As publicações desses veículos variavam de acordo com os recursos financeiros e técnicos de

produção que cada um detinha, tendo alguns circulação diária, outros quinzenais e até mensais. Além dos periódicos, merecem destaque também algumas iniciativas como a do *Núcleo de Serviços de Correspondência*, criado com o objetivo de informar os operários sobre as ações dos movimentos populares na época. Também servia de canal para que os grupos, do campo e da cidade, trocassem experiências, notícias e documentação que eles mesmos produziam. Ele era constituído por instituições de documentação e educação popular. Eram elas: *O Centro de Pastoral Vergueiro*, *o 13 de Maio*, *Núcleo de Educação Popular*, *o Jornal dos Jornais*, *o Centro de Educação Popular do Instituto Sedes Sapientiae*, e *a Oposição Metalúrgica de São Paulo*. O Núcleo era responsável pela coleta e distribuição de material informativo para os populares de todo o país.

Porém, com a abertura política e o abrandamento da ditadura militar no final da década de 70 e início dos anos 80, os veículos de caráter comunitário e alternativo, apesar de novas publicações, foram perdendo força e espaço, tendo muitos jornais nesse período parado de funcionar. De acordo com Pereira (1986, p. 73), “a imprensa popular não acompanhou as necessidades de informação criadas nesse período; cresceu menos que o necessário para elevar proporcionalmente a sua influência”.

O autor ainda explica que tal situação se deve ao fato de que muitos desses jornais estavam mais interessados em defender os interesses de seus editores e/ou instituições responsáveis por sua publicação, não desenvolvendo ações e estratégias que fossem contra o regime, nem criando e fomentando no povo, um espírito revolucionário diante do novo cenário político que se abria com o fim do governo militar. Pereira (1986, p. 75) ainda esclarece que “a imprensa alternativa, a imprensa popular, a de partidos populares tem que assumir um compromisso básico essencial com seus leitores, de apoiar-se na realidade objetiva, na vida concreta que os leitores têm diante de si e que pretendem compreender para poder libertar-se”.

Outros estudiosos da área afirmam que a imprensa comunitária e alternativa no Brasil, limitou-se a pequenos grupos, pois na maioria das vezes os jornais produzidos tinham seus conteúdos elaborados por pessoas que não pertenciam à comunidade, ou seja, a população não participava do processo de construção da informação, constituindo-se apenas em receptor e não produtor das matérias veiculadas. Como afirma Melo (1981, p.53) “uma imprensa só pode ser considerada

comunitária, quando se estrutura e funciona como meio de comunicação autêntico de uma comunidade. Isto significa dizer: produzido pela e para a comunidade”.

Outro fator que contribuiu para que os veículos de comunicação comunitária e alternativa tivessem seu número de tiragem reduzida, foi a estrutura social do país, sendo a maioria das comunidades constituídas por pessoas analfabetas, como também, o autoritarismo político, que dificultou a mobilização e a participação dos cidadãos na decisões políticas nacionais.

Melo (1981) defende que a produção que tem como objetivo os interesses de quem está produzindo, requer um método coletivo de trabalho, uma forma organizacional para a execução dessa produção, indo de encontro com as necessidades das pessoas envolvidas. O autor (1981, p. 61) ainda enfatiza que “a dinamização de uma imprensa comunitária está intimamente veiculada à organização das próprias comunidades, ou seja, à conscientização da massa trabalhadora para a reivindicação e a conquista do seu papel de agentes transformações sociais”.

Para Mattelart *apud* Melo (1981) essa dinamização seria também possível se o papel do profissional da informação fosse redefinido, sendo o jornalista um parceiro no processo de organização desses segmentos, os incentivando a criar uma imprensa revolucionária.

1.2 Comunicação e Segmentos Populares

Apesar de muitas das atividades jornalísticas e mesmo a produção desses veículos estarem concentradas nas mãos dos sindicatos e dos partidos políticos, pela razão de possuírem um mínimo de recurso para essas ações, pode ser observada na metade da década de 70, uma maior participação dos segmentos comunitários nesse processo.

Tal aumento se deve as novas formas de articulação que tais movimentos estavam envolvidos. Festa (1986) enfatiza que o surgimento das Associações de Moradores, a rearticulação das Sociedades de Amigos de Bairro, o movimento das mulheres pela educação e o movimento negro, contribuíram para esse acontecimento. Informativos como o *Jornal da Vila*, desenvolvido com o apoio da

igreja católica e destinado aos bairros da região sudeste de São Paulo, o *Repórter* da cidade de Guarulhos e *Repórter da Região*, de Campinas, são exemplos da imprensa popular que surgia nos bairros das grandes cidades.

Além das publicações com assuntos que envolviam os bairros, desenvolvidas pelos próprios moradores com o auxílio de jornalistas ou pessoas dessa área, as reivindicações da chamada minoria também se fizeram conhecer nos muitos jornais comunitários veiculados naquela época. Pereira (1986, p.68) informa que “as necessidades de uma imprensa dos movimentos reivindicatórios por melhores condições de vida, e não explicitamente políticas, estendiam-se além das questões típicas de bairros e fábricas: Chegavam ao nível dos lares e dos casais”.

Tal afirmação pode ser constatada com aparecimento da imprensa feminista, tendo como exemplo o jornal *Mulherio*, produzido por um grupo de mulheres que buscavam discutir a situação da mulher na sociedade brasileira. Outro acontecimento que enfatiza o espírito reivindicatório da minoria foi a publicação de *O Lampião*, jornal criado pelo movimento de defesa dos direitos dos homossexuais.

Outras instituições também contribuíram para consolidar a crescente comunicação popular naquela época. A Igreja Católica foi uma delas, com a criação das Comunidades Eclesiais de Base, que objetivava rearticular as ações dos grupos sociais. Ela também estava preocupada com a elaboração de um sistema educacional mais comprometido com o censo crítico desses grupos. De acordo com Festa (1986, p. 18) “desses centros, saiu toda uma produção de folhetos, cadernos de estudo, material para reflexão, cartazes, volantes, audiovisuais, filmes, programas de rádio, etc., material para grupos de mães, favelados, operários, comissões de direitos humanos, alfabetização, etc.”

Outro ponto que merece ser destacado é a importante atuação dos periódicos desenvolvidos na zona rural, através da Comissão Pastoral da Terra. Esta entidade publicava o *Boletim Nacional da Terra*, que tratava de assuntos de interesses do homem do campo, e circulava em alguns estados do país, como Maranhão, Rio de Janeiro, São Paulo, Rio Grande do Sul, Piauí, Bahia, Paraná, Santa Catarina, Mato Grosso, Amazonas e Pará. Outros jornais e boletins também foram produzidos por centros educacionais e por alguns sindicatos de trabalhadores rurais, a exemplo dos informativos da Confederação Nacional dos Trabalhadores Agrícolas (CONTAG). Porém, nesses lugares, a cultura foi o recurso mais significativo para a comunicação

entre as pessoas. Através do uso de algumas expressões artísticas como música, poemas, cordel e teatro, os movimentos populares puderam reivindicar, denunciar e trocar experiências entre si.

Pode-se perceber a partir dessas experiências, uma mudança na forma de trabalhar a comunicação popular, pois o que estava em questão era a busca pela afirmação dessas pessoas enquanto integrantes de uma sociedade, que queriam apenas ter seus direitos e deveres defendidos e respeitados. Mais que uma luta pela mudança e melhoria do país, que sofria com um regime autoritário, pretendia-se de fato a consolidação da cidadania, enfraquecida pelo sistema político da época.

Com o fim do autoritarismo, passou-se então de um enfoque de contestação e conscientização política (com o propósito de mudar e reorganizar a sociedade, tornado-a mais justa), para assuntos relacionados ao cotidiano das pessoas e o seu papel enquanto cidadão. Tal mudança foi aos poucos alterando o conteúdo dos veículos populares, uma vez que as temáticas trabalhadas atualmente pela comunicação comunitária estão mais preocupadas com o indivíduo (entendido aqui como agente transformador) e o contexto social onde ele está inserido. Como esclarece Peruzzo:

Hoje o cerne das questões gira em torno da informação, educação, arte e cultura, com mais espaço para entretenimento, prestação de serviços, participação plural de várias organizações (cada uma falando o que quer, embora respeitando os princípios éticos e normas de programação) e divulgação das manifestações culturais locais. (PERUZZO, 2007, p. 03).

1.3 Comunicação Popular e Socialização

Os estudos no Brasil sobre a comunicação popular mostram que não existe ainda uma definição precisa sobre o termo, muitas vezes confundida com comunicação alternativa ou comunitária. Sabe-se, no entanto, que a imprensa alternativa, constituída de jornais denominados populares, é entendida em contraposição à imprensa tradicional, formada por empresários da comunicação que fazem da notícia uma mercadoria, tendo em mente somente o lucro. De acordo com Dornelles:

Existe uma tendência conciliatória por parte dos pesquisadores em torno do conceito de 'imprensa alternativa', compreendida como aquela que pratica um jornalismo à margem da chamada imprensa convencional. Seriam os jornais (populares) alternativos a uma grande imprensa. Uma alternativa, uma opção a mais entre as mídias já existentes. (DORNELLES, 2007, p. 15).

Contudo, mesmo existindo a indefinição em torno do tema, pode-se perceber que a comunicação popular, alternativa ou comunitária, tem como foco principal os movimentos populares, sendo estes a razão de sua existência. Esse tipo de comunicação tem como público alvo, os menos favorecidos, as classes subalternas da sociedade. Para Peruzzo

A comunicação popular foi também denominada de alternativa, participativa, horizontal, comunitária e dialógica, dependendo do lugar social e do tipo de prática em questão. Porém o sentido político é o mesmo, ou seja, o fato de tratar-se de uma forma de expressão de segmentos excluídos da população, mas em processo de mobilização visando atingir seus interesses e suprir necessidades de sobrevivência e participação política. No entanto, desde o final do século passado passou-se a empregar mais sistematicamente, no Brasil, a expressão comunitária para dignar este mesmo tipo de comunicação e também outras expressões similares. (PERUZZO, 2006, p. 02).

Neste sentido, iremos considerar o termo Comunicação Comunitária devido à análise do objeto em questão: O Jornal da UCES, periódico publicado pela União Campinense das Equipes Sociais. Para que uma comunicação seja assim denominada, ela tem que ser feita para e com a comunidade, atendendo os interesses dos habitantes desse local. Peruzzo (2007), ao caracterizar a comunicação comunitária, afirma que esta não deve ter interesses financeiros, e deve ser produzida de acordo com a identidade e interesses comuns do lugar onde atua. A autora enfatiza ainda que essa prática deve ser guiada pelos princípios de comunidade, desenvolvendo-se

Na participação ativa, horizontal e democrática dos cidadãos; na prosperidade coletiva; no sentimento de pertença que desenvolve entre os membros; na co-responsabilidade pelos conteúdos emitidos; na gestão partilhada; na capacidade de conseguir identificação com a cultura e interesses locais; no poder de contribuir para a democratização do conhecimento e da cultura. Portanto é uma comunicação que se compromete, acima de tudo com os interesses das 'comunidades' onde se localizam e visam contribuir na ampliação dos direitos e deveres de cidadania. (PERUZZO, 2007, p. 07).

A participação dos moradores na elaboração e funcionamento dos veículos comunitários é de fundamental importância para a democratização do mecanismo de construção da informação. Tal atitude, somada ao sentimento de ser integrante de um grupo social, constitui num resgate do espírito comunitário e de valores como a solidariedade, organização, ajuda mútua e força para lutar por objetivos comuns. E a comunicação neste contexto exerce um papel fundamental, sendo o instrumento fomentador destes sentimentos.

Segundo Neumann (1989, p.39), “cada grupo, organização ou movimento popular, segundo suas condições, escolhe ou cria um ou vários veículos de comunicação adequados à sua realidade, através dos quais se identificam como grupo, em virtude dos problemas prioritários e das propostas encaminhadas”. Ainda sobre a função e importância desses meios, o autor explica que:

Estes veículos de comunicação desempenham a função de elo de união entre os elementos internos do grupo ou da comunidade, como também de outros pertencentes ao movimento ou à comunidade. Orientam a ação organizadora do grupo. E quando essa orientação for fruto de consulta, participação coletiva, diálogo, discussão e decisão também coletiva, o processo será democrático. Este processo democrático assume caráter popular ou comunitário, quando os veículos estiverem voltados para o grupo e conseguirem a verdade da realidade para todo o grupo. (NEUMANN, 1989, p. 39).

Tal processo se constitui no que Neumann (1989) e Peruzzo (2007) denominam de comunicação horizontal, feita com a participação de todos e de acordo com os interesses do grupo. Essa prática auxilia para que as camadas populares atuem em função de sua comunidade, através de ações políticas, sociais e culturais, buscando transformar a realidade do lugar onde vivem.

Esses segmentos populares, entendidos como organizações que buscam melhorar sua condição de vida através de ações concretas que promovam a organização e conscientização dos envolvidos, sempre trabalhando para satisfazer os interesses coletivos e a valorização da vida em comunidade, fazem da comunicação a ferramenta fundamental para esse processo. Peruzzo (2007, p. 03) enfatiza que para esses segmentos “a comunicação é mais que meios e mensagens, pois se realiza como parte de uma dinâmica de organização e mobilização social; está imbuído de transformação social e, ao mesmo tempo, de

construção de uma sociedade mais justa; abre a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo”.

A partir dessas iniciativas, tendo como ponto de partida a comunicação horizontal, acontece o processo de socialização da comunicação, no qual todos são vistos como iguais e importantes para a viabilização de estratégias que democratize a construção e difusão da informação, fazendo dos atores sociais mais que receptores, transformando-os em produtores de conteúdos jornalísticos que retratem as questões de interesse da própria comunidade. Peruzzo informa ainda que:

Essa comunicação não chega a ser uma força predominante, mas desempenha um papel importante da democratização da informação e da cidadania, tanto no sentido da ampliação do número de canais de informação e na inclusão de novos emissores, como no fato de se constituir em processo educativo, não só pelos conteúdos emitidos, mas pelo envolvimento direto das pessoas no fazer comunicacional e nos próprios movimentos populares. (PERUZZO, 2007, p. 03).

A socialização ou democratização da informação acontece a partir do momento que os moradores se interessam pelas questões de sua comunidade, e observam nos veículos de comunicação um espaço para a divulgação de suas opiniões e ideais. É nesse momento que a comunicação comunitária ganha força.

É pertinente lembrar aqui, que esta expressão também é usada pela grande mídia para designar algumas de suas produções. Reportagens sobre comunidades periféricas das grandes cidades, com personagens que envolvam estes lugares, atualmente são assuntos trabalhados nas redações de muitos meios de comunicação do país. Assuntos como problemas de saneamento básico, violência, educação e cultura dessas localidades, antes mostrados apenas nos veículos comunitários, ganham destaque na imprensa convencional, o que muitos teóricos da comunicação têm denominado de jornalismo cívico ou público, caracterizado por noticiar fatos do interesse dos movimentos sociais, objetivando a participação da sociedade na esfera pública.

1.4 Comunicação Comunitária e Participação Social

Antes de começar a tratar sobre a participação nos movimentos populares, é importante apresentar aqui o significado desta expressão. A definição sugerida por Aurélio Buarque de Holanda Ferreira (2000, p. 516), diz que participar é o ato de “1. Informar, comunicar; 2. Ter ou tomar parte em; 3. Ter parcela em um todo”. Esta aceção leva a entender que para que haja ações participativas concretas, o indivíduo deve fazer parte e sentir-se integrante do espaço onde está inserido, tendo um papel ativo na tomada das decisões que influenciem este ambiente.

Ao afirmar que a comunicação comunitária é realizada por todos e em favor da maioria num determinado contexto social, consideramos a questão da participação no processo de construção da informação que será veiculada pelos meios de comunicação popular. Diferentemente da imprensa comercial, na qual os espaços concedidos ao público para que ele participe sugerindo pauta é mínimo, e funciona mais como uma estratégia de marketing melhorando assim a imagem da empresa perante a sociedade, na comunicação comunitária ou popular, a comunidade toma parte na elaboração do conteúdo do veículo, sendo ao mesmo tempo produtor e receptor das informações. Sobre essa questão, Uranga (1989, p.124) ressalta que na “comunicação popular, a comunidade, o grupo, produz suas mensagens adaptadas à sua realidade, respondendo às suas necessidades culturais e de comunicação”. Além disso, o autor (1989, p.124) ainda explica que “a tarefa da comunicação popular, que é um processo de apropriação do meio, autonomia na produção, distribuição e consumo, crítica das mensagens, pode resultar num terreno hábil, para aprendizagem e compreensão de processos de comunicação.”

Isso implicar dizer que o espaço para a participação do indivíduo é algo essencial na comunicação comunitária. Participando, ele passa a ser gente de transformação da sua própria realidade. Mas, como já foi colocado acima, para que o sujeito venha a intervir, é necessário que antes ele se identifique com o seu habitat, sinta-se integrante desse lugar. Porém, somente esse sentimento de pertença não é necessário para que certas ações sejam consideradas como participativas. Uranga (1986, p. 126) ao tratar sobre esse tema esclarece que “participar não se reduz simplesmente a pertencer a um grupo, a uma comunidade ou mesmo a assistir as atividades. Participação implica desenvolver um trabalho de

relação entre os membros do grupo da comunidade, com estes e a realidade”. Para que a participação aconteça de fato, Uranga considera três pontos fundamentais: “Conhecimento da realidade, Consciência Crítica e Vontade de Mudar”.

Participando, o sujeito se torna ativo, construtor do seu próprio futuro. Mas, para que ações se transformem em algo concreto, tem que existir uma coerência de grupo. A comunidade deve se unir em favor dos interesses da maioria. O consenso nos ideais compõe a fórmula para este fim, e a comunicação como instrumento de propagação destes, consegue atingir seu objetivo sem ruídos ou distorções. Em relação a este questionamento, Uranga discorre:

Compartilhar a elaboração de mensagens que são dirigidas ao conjunto social exige na comunicação popular um desenvolvimento peculiar de coerência de grupo, uma maior integração entre seus membros que atravessa em muitos casos o processo do debate, a confrontação e a dissidência não sempre com resultados vitoriosos, mas que ajuda no crescimento pessoal e comunitário e se converte em escola de participação. (URANGA, 1986, p. 126).

Apropriando-se do meio de comunicação pelo qual quer retratar seus anseios, tendo domínio de sua linguagem e técnica, bem como ter consciência da realidade e de seu papel enquanto cidadão, o ator social torna-se protagonista desse processo de transformação. Uranga (1986, p. 127) avalia de forma positiva essas ações, ao afirmar que “este processo prepara também para a posterior leitura crítica das mensagens recebidas, através da comunicação comercial maciça convencional”.

Peruzzo (1998) explica que a participação nesse contexto é vista como toda e qualquer forma de interferência popular nos meios de comunicação comunitária, acontecendo ainda de maneira limitada, restringindo-se na maioria dos casos à transmissão de mensagens, por meio de entrevistas, avisos e depoimentos. Isso significa dizer que o nível de participação das pessoas na produção de conteúdos para um veículo com características populares é baixo, sendo aquelas somente fontes e/ou receptoras de informações. Sobre essa situação, a autora observa um ponto negativo:

É muito comum meios populares serem produzidos por uns poucos e estes fazerem suas próprias interpretações das necessidades de informações e de outras mensagens dos receptores. Neste sentido, pode estar havendo uma certa reprodução do dirigismo e do controle por parte de lideranças e/ou instituições mediadoras da comunicação popular. (PERUZZO, 1998, p. 141).

Para que distorções desse tipo não venham a se repetir, faz-se necessário o engajamento de todos os membros da comunidade na construção de uma comunicação mais democrática. Daí a importância da participação nesta conquista. Acredita-se que inúmeros são os modos de participar, mas devido a questões socioeconômicas e culturais, como o analfabetismo, desinteresse da maioria, o comodismo, entre outras razões, torna-se difícil falar de uma comunicação popular eficaz e consolidada. Os níveis de participação vão de fato contribuir para avaliar a qualidade do processo comunicativo e de organização de um grupo social.

Segundo Lopes (2008, p. 05), “exemplos de participação popular nos meios de comunicação comunitários podem ser encontrados na produção em rádios, jornais, TVs, fanzines e audiovisual comunitários”. A autora explica que estes meios contribuem para o desenvolvimento local, pois divulgam “os eventos culturais e sociais, acontecimentos comunitários e de utilidade pública”.

Em relação às maneiras como os segmentos populares podem interferir e assim constituírem parte fundamental na comunicação comunitária, Peruzzo esclarece:

Concretamente, a participação popular na comunicação comunitária pode significar, numa gradação crescente: o simples envolvimento das pessoas, geralmente ocasional, no nível das mensagens, ou seja, dando entrevistas, avisos, depoimentos e sugestões ou cantando, pedindo a inserção de músicas e aderindo a concursos; elaborar matérias (notícias, poesias, desenhos); compartilhar a produção global do jornalzinho, do programa de rádio, etc; tomar parte na definição da linha política, do conteúdo, do planejamento, da edição, do manejo de equipamentos; compartilhar o processo de gestão da instituição comunicacional como um todo. (PERUZZO, 1998, p. 143).

Todas essas formas de intervir nos meios contribuem para a democratização da informação. Porém, para que isso aconteça de fato é necessário existir um maior envolvimento dos membros da comunidade na gestão dos veículos populares.

Peruzzo (1998), baseando-se em experiências de comunicação popular na América Latina, apresenta os níveis de participação dos grupos sociais nesses veículos:

1. **Mensagens:** A população neste estágio participa somente nas mensagens, por meio de avisos, entrevistas, depoimentos, pedidos de músicas, entre outras coisas;
2. **Produção de Mensagens, Materiais e programas:** Aqui há uma participação maior das pessoas, sendo também observado um crescimento individual do sujeito. Sua capacidade pessoal ganha destaque e através da qualificação técnica adquirida em oficinas ou mesmo através de experiências na comunidade, ele passa a atuar de forma direta nos meios de comunicação do bairro ou associação, seja produzindo notícias, artigos, desenhos ou mesmo auxiliando na edição de material.
3. **Planejamento dos Meios:** Este nível compreende o engajamento da população no planejamento do veículo comunitário, desde sua linha editorial até a elaboração dos conteúdos, programas e a escolha do melhor canal para a veiculação das mensagens produzidas de acordo com os interesses da comunidade. Também é verificada aqui a busca pela estabilidade financeira da instituição de comunicação.
4. **Gestão dos Meios:** Sem dúvida este é o estágio mais avançado de participação popular, pois os segmentos serão responsáveis pela manutenção, administração e controle do meio de comunicação, fazendo uso do poder compartilhado em benefício de todos.

Peruzzo (1998, p. 145) informa ainda que “os níveis mais avançados postulam a permeação de critérios de representatividade e de co-responsabilidade, já que se trata de exercício do poder de forma democrática ou compartilhada”.

Ainda sobre o exposto pela autora, faz-se necessário ressaltar que mesmo objetivando o envolvimento de toda a comunidade nas decisões ou assuntos que envolvem seu veículo de comunicação, nem todos estarão inseridos em níveis igualitários de participação. Tal realidade seria consequência dessa situação:

Ante as características de nossas comunidades e dos movimentos populares, seria uma ingenuidade advogar a necessidade de todos os membros participarem, simultaneamente, de todo o processo. Mas é perfeitamente viável que a base eleja democraticamente os integrantes da equipe coordenadora, conferindo-lhes um mandato temporário (para evitar o risco de se tornarem 'donos' da comunicação) e revogável (para substituí-los se não cumprirem sua missão). A participação não elimina a representação. Podem-se criar instâncias consultivas (conselhos, comitês), deliberativas e executivas, ficando os assuntos fundamentais para a decisão de assembléia. (PERUZZO, 1998, p. 289).

Todavia, devem ser levadas em consideração as inúmeras possibilidades de participação e sua importância para a construção de uma comunicação mais democrática, feita por todos e objetivando as aspirações da maioria. Daí a necessidade de se participar independentemente de qualquer motivo. Do mesmo modo, é significativo lembrar que a capacitação dos movimentos populares é de extrema relevância para que esses possam atuar de forma mais efetiva no processo comunicativo e na vida em comunidade, impulsionando ações participativas e democráticas, pois como afirma Peruzzo (1998, p 280) "participação é exercício da democracia".

Além de contribuir para democratizar a comunicação e em muitos casos desenvolver as aptidões pessoais dos membros da comunidade, a participação também contribui para a construção de algo fundamental na sociedade moderna: a cidadania. Esta é entendida aqui como uma condição do indivíduo na qual lhe são assegurados direitos civis, políticos e sociais. Ser cidadão é ser reconhecido como igual aos demais perante a lei, ter consciência dos seus direitos e deveres e participar das decisões que envolvem sua cidade, estado e país.

A partir do momento que o sujeito se envolve nas atividades realizadas pela sua comunidade, seja através das reuniões mensais da associação de moradores, ações culturais ou esportivas, na eleição do novo representante comunitário ou na elaboração do jornalzinho do bairro ou programa de rádio produzido pelos membros desse lugar, ele terá a consciência de que sua participação é importante para o desenvolvimento do local onde vive. Lopes afirma que esse sentimento de identificação e valorização pessoal surge

Porque a relação de comunicação é situada no meio que essas pessoas vivem, tendo como fonte a realidade e os acontecimentos da localidade. Passam a ser sujeitos dos processos comunicacionais o que dá a possibilidade de ampliação da cidadania, permitindo a construção de identificações culturais. (LOPES, 2008, p. 07).

Peruzzo (1998) entende que o esforço dos segmentos sociais na elaboração de meios comunitários tem contribuído para a consolidação da cidadania em muitas comunidades, destacando a relevância da comunicação popular para este fim:

A comunicação popular, enfim, contribui para a democratização da sociedade e a conquista da cidadania. Que não significa só alguém poder votar a cada cinco anos naqueles que vão decidir por ele, mas também aprender a participar politicamente da leitura do bairro e da escola para os filhos, a apresentar sua canção e seu desejo de mudança, a denunciar condições indignas, a exigir seus direitos de usufruir da riqueza gerada por todos, por meio de melhores benefícios sociais e de salários mais justos, a organizar-se e a trabalhar coletivamente. (PERUZZO, 1998, p. 158).

A comunicação popular tem contribuído para a conscientização do indivíduo, fazendo que com que este tenha conhecimento de seu papel na sociedade. Tal conquista só é possível se a participação for de qualidade e se as estratégias de ação dos segmentos sociais tiverem seus objetivos bem definidos. Peruzzo (1998, p. 278) afirma que “a clareza das táticas indispensáveis no curto e médio prazos contribui para avanços na qualidade da participação. Nesta perspectiva, ela adquire sentido, não se resumindo a um participar por participar”.

Deliberador e Lopes (2009), citando Bordenave (1983) explicam que para aprender a participar, levando em consideração uma instância macrossocial, é necessário que exista um processo educativo incentivando a participação, sendo esse o resultado de experiências das microparticipações. “Neste sentido, a participação na família, na escola, na comunidade, constituiria a aprendizagem e o caminho para a participação em nível macro numa sociedade onde não existam mais setores ou pessoas marginalizadas”. (Bordenave, 1983, p. 25 *apud* Deliberador e Lopes, 2009, p. 04).

Outro ponto que também deve ser pensado aqui são as estratégias para melhor envolver as pessoas, objetivando a melhoria da participação destas em atividades promovidas pela comunidade, seja na própria instituição social ou mesmo no veículo de comunicação comunitária. O processo comunicativo muito pode contribuir para este fim. A partir do momento que se cria espaços nos meios

comunitários, abertos a toda população, tal atitude se constitui numa estratégia de incentivo ao envolvimento dos membros de um grupo social na comunicação popular. Peruzzo explica que:

Em todos os níveis, a participação popular requer a existência de canais de participação abertos e desobstruídos. Porém, não lhe basta isso. Há que se incentivá-la e facilitá-la mediante uma metodologia que privilegie enquanto processo que vai crescendo em qualidade. (PERUZZO, 1998, p. 145).

Diante disso, fica claro que a participação em qualquer nível, bem como as estratégias para sua viabilização, são fatores fundamentais para a comunicação popular, fazendo desta um instrumento a serviço das aspirações dos segmentos comunitários.

CAPÍTULO II

A COMUNICAÇÃO E A CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA

2.1 Jornalismo e Sociedade

Desde a invenção da imprensa com tipos móveis reutilizáveis, criada por Johannes Gutenberg no século XV, que a palavra escrita ganhou força, constituindo-se num importante canal para a divulgação de fatos e acontecimentos históricos. Esse momento representa a imortalidade da palavra, pois através dos livros e outros materiais impressos na prensa mecânica, tudo que fosse produzido nessa máquina poderia ser guardado por um período maior de tempo.

Com essa máquina, surge também o jornalismo, entendida como a atividade de relatar a sociedade acontecimentos de interesse público. O desenvolvimento dessa atividade acompanhou as inovações tecnológicas e influenciou a humanidade no decorrer da história. Segundo Bond

Desde os primeiros tempos, o jornalismo tem procurado influenciar o homem. O jornalismo esforça-se no sentido de estimular a mente humana através da palavra escrita, dos desenhos e fotografias em jornais, revistas, panfletos e livros e através da palavra falada. (BOND 1962, p. 121).

Para Bond (1962) o jornalismo tem um compromisso com a sociedade, já que recebeu dela, a liberdade para desempenhar suas atividades, sendo ele independente, imparcial, exato, honesto, responsável e decente. O autor (1962, p. 19) explica que “o jornalismo tem quatro razões de ser fundamentais: informar, interpretar, orientar e entreter”.

Tendo em vista essa responsabilidade, a atividade jornalística deve além dessas razões, contribuir para o melhoramento da vida humana, possibilitando conhecimento e até auxiliando a população na resolução de certos questionamentos da vida social.

Fernandes (2002) considera o jornalismo como um mecanismo importante da esfera pública, entendida como o conjunto de classes sociais e acontecimentos que compõem a realidade.

O jornalismo está envolvido na dinâmica social, pois ele é uma esfera pública essencialmente interligada às outras esferas da sociedade. A representação jornalística da realidade, mesmo seguindo certos padrões de construção dos acontecimentos, reflete a maneira como os diversos segmentos sociais estão organizados e se relacionam. (FERNANDES, 2002, p.10).

Porém, devido a interesses econômicos, que fez dessa atividade um mercado de venda e compra de informações, muitos veículos de comunicação se esquecem dessa tarefa e objetivam somente o lucro. Segundo Cortes (2002, p.16) “no momento em que a imprensa se comercializa a relação se transforma, pois se cria um ‘portão de entrada de interesses privilegiados na esfera pública’.”

A autora se baseia no discurso de Habermas (1984), para discutir a esfera pública. Cortes (2002) afirma que com a defesa dos interesses privados de uma minoria pelos veículos de comunicação, criaram-se consensos dos quais a população é esquecida. Usando as palavras de Habermas, a autora argumenta

Um público de cidadãos, desintegrado enquanto público, é de tal maneira mediatizado por meios publicitários que, por um lado, pode ser chamado a legitimar acordos políticos sem que, por outro lado, ele seja capaz de participar de decisões efetivas ou até mesmo de participar. (HABERMAS, 1984, p.258 apud CORTES, 2002, p. 16).

Dando continuidade a esse questionamento, Cortes alega que para os meios de comunicação

Há uma grande parcela da população que não parece relevante, cujas demandas não parecem significativas para a nação. Nossa mídia não se posiciona como um espaço de debate, mas exclui perspectivas e ações do cenário, em muitos casos limitando-se a reproduzir a visão governamental do mundo. (CORTES, 2002, p. 28).

E conclui afirmando que é necessário discutir a imprensa, pois o que a autora denomina de *consenso fabricado*, mostra somente uma “visão unilateral do mundo, centrada na subjetividade de uns poucos”, o que nada tem haver com o regime democrático.

2.2 Jornalismo Público e a questão da Cidadania

Com o intuito de transformar o modo como a imprensa cobria as eleições presidenciais americanas, e buscar uma melhor relação com os leitores, uma vez que estes estavam desacreditados em relação à mídia (o que comprova a queda na vendagem de alguns jornais do país), surge em 1990 nos Estados Unidos, uma modalidade de jornalismo preocupada com assuntos que envolviam as questões sociais: O Jornalismo Público ou Cívico.

Traquina (2001) compreende esse movimento como uma tentativa dos veículos de comunicação convencionais, em trabalhar temas de interesse da comunidade. Nessa perspectiva o jornalismo deve ter um papel mais ativo para a construção de um espaço público mais vibrante, buscando sempre mostrar alternativas para resolução dos problemas sociais, tendo o jornal uma importante função no reforço da cidadania.

Compartilhando desse pensamento Silva compreende que

As ações sociais com vistas aos desenvolvimentos social, econômico, político, cultural e, em síntese, humano não poderiam prescindir do agendamento e do noticiamento, mas, sobretudo, do fornecimento ao público de instruções, roteiros e procedimentos acerca da responsabilidade social de todos na consecução dos meios para a resolução dos problemas representados pelos fatos e suas conseqüências.(SILVA, 2002, p. 04).

Para Filho (2006), essa modalidade jornalística representa um movimento que visa questionar os principais valores do jornalismo meramente informativo.

Seu principal objetivo é promover uma nova atitude de ligação para com os públicos. Mais que uma estratégia para restabelecer a confiança e credibilidade dos meios com os seus usuários, o JP [Jornalismo Público] entende a mídia como peça chave na constituição do novo espaço público. (FILHO, 2006, p.03).

Esse novo espaço se constituiria num ambiente de continuo debate sobre os aspectos que envolvem a vida social. Assim, temas como direito à educação, moradia, segurança, saúde, etc seriam debatidos, sendo a mídia a grande mediadora.

Fallows (1997, p. 321) explica que o trabalho realizado por essa vertente do fazer jornalístico, sendo importante no processo de conscientização dos cidadãos, é “algo que faz com que o público se interesse por assuntos que afetam a sua vida e os ajuda a ver como participar das soluções dos problemas”.

Tendo consciência dos seus direitos e deveres, buscando a melhoria na qualidade de vida, e se envolvendo em questões que prezem para este fim, as pessoas tendem a participar da vida social, fortalecendo assim sua cidadania. De acordo com Fernandes

A cidadania refere-se à entrada do sujeito no espaço público, lugar onde as pluralidades serão apresentadas. O apelo à cidadania convoca a sociedade a revisar as questões trazidas pelo grupo, abre a discussão para a busca de um entendimento e permite também [...] que se apresentem as reivindicações de direitos. (FERNANDES, 2002, p.08).

O surgimento do jornalismo público chamou a atenção dos movimentos sociais envolvidos em fortalecer a cidadania e lutar por uma sociedade igualitária. Fernandes (2002) compreende que é através do jornalismo que esses segmentos sociais apresentam suas questões, mostrando sua luta na busca por seus direitos.

Os movimentos sociais muitas vezes têm demandas que exigem transformação nos padrões culturais da sociedade, e o jornalismo, por sua visibilidade ampliada, é um forte aliado na divulgação dessas novas exigências. Os movimentos sociais não desconhecem esse fato, utilizando-o para ampliar seu debate para além do grupo. Há uma preocupação constante dos atores sociais, não apenas em obter mais espaços nos jornais, mas também em conseguir uma maior clareza na abordagem jornalística. (FERNANDES, 2002, p.09).

O jornalismo cívico promove a cidadania a partir do momento que apresenta um questionamento da vida social, mostra suas causas e possíveis caminhos para uma resolução, incentivando assim, o indivíduo a participar da vida pública. A abertura da mídia para os temas sociais representa um momento de reflexão sobre o fazer jornalístico, sua função e a importância para a sociedade.

Porém, para que essa abertura acontecesse foi necessário mudanças na forma de pensar e agir dos jornalistas, tornando-os mais que construtores de informações. Traquina analisando tais mudanças explica a importância delas:

Assim, para o jornalismo cívico, torna-se um imperativo que o jornalismo encoraje o envolvimento do cidadão na vida pública, desenvolvendo nos jornalistas uma nova perspectiva - a perspectiva do 'participante justo' - com a utilização de um novo conjunto de instrumentos de trabalho. (TRAQUINA, 2001, p.179).

Esse novo instrumento de trabalho colocaria a prova questões importantes do jornalismo, como a objetividade dos fatos e imparcialidade do jornalista aos acontecimentos. Dessa forma o profissional da imprensa não seria apenas um observador, mas um participante na reestruturação da realidade. Filho acredita que

Os jornalistas públicos partem da premissa de que é necessário reanimar o debate público, pois a informação por si só não é suficiente. É necessário interpelar o cidadão para que ele participe. Deste modo propõe-se uma nova dinâmica da vida em sociedade, tendo a imprensa um fundamental papel não só como mediadora, mas como espaço de mediação. De simples observadores isentos, os jornalistas passaram a ser atores. Portanto, diz respeito direto às relações entre política e jornalismo. (FILHO, 2006, p.04).

Os primeiros profissionais que trabalharam com essa vertente do jornalismo fizeram com que através da veiculação de notícias do interesse das comunidades, as pessoas desses locais descobrissem as coisas por si mesmas e começassem a agir de acordo com suas descobertas. Essas experiências foram positivas, pois de acordo com Fallows (1997, p.312) foi verificado que “o próprio fato de questionar o povo sobre questões de interesse coletivo fazia com que ele se sentisse mais comprometido com sua comunidade e mais esperançoso”.

Na medida em que os jornalistas se interessam e se envolvem com essas questões, o diálogo entre mídia e sociedade ganha força. Mas é necessário conhecer os movimentos sociais e suas causas. Fernandes (2002) explica que a partir do momento que os meios e os profissionais da mídia vão conhecendo as reivindicações desses grupos, a imprensa aborda com mais clareza os assuntos de interesse social, criando até algumas editoriais, “selos específicos”, para este público.

Ao criá-lo, o jornal demonstra que a entrada do assunto não se dá mais de forma esporádica, mas faz parte de uma série de matérias, de uma grande reportagem. Essa cristalização da questão no espaço público mediático indica que o assunto já vem se desenvolvendo nos vários fluxos comunicativos e está desembocando nos espaços públicos mais centrais.(FERNANDES,2002, p. 10).

A criação desses espaços demonstra um compromisso dos meios com a sociedade e a afirmação da defesa dos direitos humanos, tendo sempre como ponto de partida para a ação os movimentos sociais.

2.3 Jornalismo Público no Brasil

No Brasil, há algum tempo, os veículos de comunicação têm aberto espaço para divulgação de atividades realizadas por instituições comprometidas com o fortalecimento da cidadania e o desenvolvimento social. Um dos motivos, como enfatiza Silva se dá pela

Existência no Brasil de Organizações Não-Governamentais (ONGs) que se especializaram exatamente em estratégias de agendamento da mídia, trabalhando intensamente com o objetivo de obter a publicação de releases ou de pautar coberturas de 'fatos sociais', mas sobretudo aqueles que representam tecnologias sociais, ou seja, o sucesso de projetos destinados a operar mudanças na qualidade de vida de segmentos sociais. (SILVA, 2002, p. 3).

Essas organizações são o reflexo do crescente número dos movimentos sociais no país. Segundo Fernandes (2002) esses vão apresentar demandas e exigir a ampliação da cidadania, buscando incluir os indivíduos que estão fora dos critérios para sua consolidação. "Discutem-se, em última análise, esses critérios de discriminação que determinam quem pode e quem não pode ser cidadão e uma crescente valorização das diferenças entre os cidadãos". (FERNANDES, 2002, p.05)

A autora ressalta o interesse de alguns veículos de comunicação em trabalhar essa vertente jornalística:

Há uma preocupação atual em se compreender e até praticar o chamado jornalismo cívico, Jornalismo público, Jornalismo que pautar a agenda do cidadão, o interesse comunitário. [...] Por outro lado, numa atitude ainda mais ativa, jornais têm se engajado em campanhas comunitárias para resolver problemas específicos de um grupo, de uma cidade. O espaço do jornal tornado realmente público, dando visibilidade a temas e propostas nascidas da sociedade. (FERNANDES, 2002, p.09).

Outro fator que explica a abertura da mídia brasileira para esses assuntos é a questão da *Responsabilidade Social*, o que tem feito com que alguns empresários se preocupem mais com o cidadão comum, investindo parte de seus lucros em ações que contemplem o bem estar da sociedade.

No momento em que a noção de responsabilidade social ganha notória ressonância entre o empresariado, o jornalismo e os jornalistas seriam, respectivamente, campo e agentes vocacionados para um papel, agora, revolucionário, em contraposição ao velho paradigma do jornalismo que tão somente fatura em cima dos dramas do ser humano e da humanidade. Jornalismo e desenvolvimento humano passariam a formar, então, uma relação intrínseca. (SILVA, 2002, p. 05).

Silva (2002) afirma ainda que algumas empresas de comunicação estão comprometidas com esse tipo de ação, dispendo de projetos sociais, objetivando a melhoria de vida da população, bem como realizando práticas que contemplam a esfera do jornalismo cívico, a exemplo da Rede Globo de Comunicação, com o projeto Criança Esperança.

Muitas são as matérias e reportagens especiais, tanto nos meios impressos quanto nos eletrônicos, trazendo informações sobre as principais companhias que investem no social. Porém, o autor constata que ainda são poucos os veículos empenhados em atividades dessa natureza:

De maneira geral, os meios de comunicação de massa brasileiros não se declaram praticantes do jornalismo público, o que revela, senão desconhecimento dessa categoria como um campo específico, pelo menos a inexistência de algo programático que faça parte de suas políticas editoriais. (SILVA, 2002, p. 9).

Porém, os veículos que trabalham com o jornalismo cívico no Brasil, o desenvolvem pautado no terceiro setor (projetos de ação social sem fins lucrativos) e no voluntariado. A partir dessas afirmações, é interessante observar que a maneira de se fazer esse jornalismo no país adquiriu características próprias, atrelada ao contexto político, cultural, social e econômico da sociedade brasileira.

Diferentemente do jornalismo comunitário, que desde a metade do século XX vem sendo estudado e reestruturado de acordo com a dinâmica dos movimentos sociais, o jornalismo público ou cívico ainda não é reconhecido como um gênero jornalístico, merecendo atenção dos teóricos e jornalistas para essa questão.

Todavia, tanto um quanto o outro, buscam incentivar o interesse do cidadão comum para a vida pública e consolidar a cidadania. A grande diferença esteja talvez, no nível de participação dos indivíduos no processo de construção da informação, podendo esta acontecer de forma direta ou indireta, e do jogo de interesses que regem cada veículo de comunicação.

2.4 Jornalismo Comunitário

Entende-se por jornalismo comunitário aquele que defende os interesses da comunidade onde está inserido, realizado para e pelos membros desse lugar. Um veículo de comunicação com características populares deve se comprometer com o contexto social no qual atua. De acordo com Campos um jornal comunitário

Vai ser um jornal de conteúdo variado, que procura não apenas refletir as questões locais, mas que também busca traduzir para a comunidade os fatos do país e do mundo. É um jornalismo que fala diretamente ao coração das pessoas, sempre com palavras simples. (CAMPOS, 2003, p. 32).

Nele, as pessoas se identificam, pois são tratados temas de seu interesse. Nessa modalidade de jornalismo, elas são os protagonistas do conteúdo veiculado pelo jornal. Esse meio se constitui num instrumento de comunicação das classes subalternas, pelo qual poderão divulgar acontecimentos e aspirações de sua comunidade. Para Dorneles:

Jornal comunitário é aquele que representa uma grande série de atividades, valores e aspirações presentes na comunidade e que não são expressas na imprensa diária. Ele fornece um fluxo de notícias específicas para ajudar na adaptação às instituições e comodidades da vida urbana e interpretar, num contexto significativo e afetivo, os acontecimentos externos que são importantes para a comunidade. (DORNELES, 2006, p. 107).

A autora (2006, p. 106) lembra também que “não basta falar de coisas do lugar para que um meio de comunicação seja considerado comunitário. É preciso compromisso com a realidade concreta de cada lugar”.

Como já foi citado no capítulo anterior, os jornais comunitários (de bairro, instituições sociais, comunidades católicas, entre outras) surgiram num período em

que o Brasil passava por governo autoritário e repressor. Nesse contexto, os segmentos populares se organizaram em prol de um único objetivo: Fazer-se ouvir criando seus próprios meios de comunicação. A partir daí, houve uma maior conscientização dos movimentos sociais em atividades que buscassem a consolidação da cidadania e o bem estar da coletividade. Peruzzo explica que atualmente

Os movimentos sociais populares brasileiros estão construindo algo de 'novo', expressando interesses coletivos que trazem em seu interior um esforço pela autonomia e por um 'quefazer' democrático, um novo espaço de ação política, e contribuindo, assim, para a elaboração de outros valores. (PERUZZO, 1998, p. 148).

A pesquisadora esclarece ainda que essa nova dinâmica social faz com que eles planejem sua própria comunicação, construída de acordo com as necessidades de expressão da comunidade e com conteúdos específicos para esse público, uma vez que a grande mídia não consegue satisfazê-lo.

É pertinente lembrar que neste estudo, o termo Comunidade é entendido como um grupo de pessoas que habitam num mesmo território geográfico e que se identificam por ter em comum os mesmos interesses. Sobre essa consideração discorre Campos

O sentido que se aplica ao termo [comunidade] para Jornalismo Comunitário, é o sentido de 'comum-unidade', isto é, pessoas que vivem em determinado local, que vivenciam problemas específicos, que têm lutas em comum a serem travadas e vencidas. Refere-se ao convívio das pessoas em determinada unidade geográfica que pode ser um ambiente interno (escola, fábrica etc) ou externo (rua, bairro, quarteirão etc). (CAMPOS, 2003, p. 34).

Isso quer dizer que independente das características da comunidade, um veículo comunitário deverá ser seu canal de comunicação e informação tanto interna quanto externa. Tal atributo se constitui no que estudiosos denominam de Comunicação Comunitária.

De acordo com Fernandes e Oliveira (1980, p.60), nessa comunicação há “um vínculo direto e material entre o jornal e os leitores”, na medida em que este meio trata das dificuldades e problemas diários das comunidades.

Esse vínculo também pode ser explicado devido à outra particularidade desses meios: a participação e engajamento da população na construção do veículo de comunicação comunitária. Essa é mais uma característica do processo comunicativo popular. Como esclarece Fernandes e Oliveira:

Tal aproximação faz do leitor, também, um produtor da informação, assumindo assim uma prática atuante superando o caráter de receptor passivo imposto pela grande imprensa. Essa identificação é mais rápida quando é intermediária por laços orgânicos que o leitor tenha com movimentos sociais dos quais o jornal vem há participar. Reforça-se, então, um movimento recíproco que proporciona uma troca constante de conhecimentos e experiências que se interpenetram durante a atividade prática e coletiva. (FERNANDES e OLIVEIRA, 1980, p. 69).

A participação é um fator relevante neste processo. Os veículos comunitários devem abrir espaço para que a população participe, mesmo que em níveis diferenciados, de todos os mecanismos que regem um meio de comunicação dessa natureza. Por estarem próximos e serem canais de divulgação dos ideais populares, esses veículos devem incentivar ações participativas tanto no processo comunicativo, como na própria comunidade em si.

Peruzzo (1998) observa a existência de muitos instrumentos que podem ser utilizados pelos membros da comunidade em ações participativas, destacando os meios de comunicação populares ou comunitários para este fim, uma vez que estes “requerem uma metodologia condizente com a práxis da comunidade enquanto sujeito de um projeto emancipatório”. E conclui assegurando que

Esses veículos geralmente estão próximos ao local de moradia, de trabalho e de recreação, tendo, por isso, uma grande potencialidade no que se refere a facilitar a participação. Mas há que se descobrir maneiras de conferir à população o poder de criar e de decidir. Só assim a comunicação se torna meio e fim, ou seja, meio e fim se constroem reciprocamente. (PERUZZO, 1998, p. 288).

Quando isso acontece, o jornal, a rádio ou TV comunitária contribui para a democratização da informação. Ou seja, todos participando para uma comunicação “horizontal”, comprometida com o interesse coletivo. Ao tratarem de assuntos da comunidade, relacionados com questões sociais, como direitos e deveres do cidadão, aquecimento global, política nacional de desenvolvimento econômico,

campanhas contra a violência e uso de drogas, etc, esses veículos estarão contribuindo para conscientização das pessoas desse lugar. Com o povo conscientizado e motivado a participar, a construção e consolidação da cidadania acontecerá de forma efetiva. Nessa perspectiva, Campos afirma que

é necessário despertar a cidadania de modo que as comunidades percebam a força da sua organização, uma organização que será tanto mais possível quanto maior for o empenho ético do veículo comunitário de se comprometer com essa tarefa social. (CAMPOS, 2003, p. 47).

Como a principal característica de um meio de comunicação comunitária é a sua identificação com o segmento popular onde é veiculado ou transmitido, ele deve ser pensando e produzido levando em consideração as condições de recepção desse público. São considerados para isso, níveis educacionais, a forma organizacional da comunidade, bem como todas outras questões que envolvam este ambiente.

De acordo com Fernandes e Oliveira (1980) uma das tarefas principais do veículo com essas características é praticar uma linguagem direta e acessível no sentido de fortalecer o seu conteúdo popular. Defendendo também esta idéia Gomes (1990, p. 64) assegura que “o jornalismo popular supõe e exige uma linguagem dialógica, democrática”.

Estas afirmativas deixam clara a noção de como deve ser elaborado o conteúdo jornalístico, com diálogo contínuo entre os membros da comunidade, uma vez que estão inseridos no processo de construção da informação, sendo ao mesmo tempo, fontes, produtores e, em alguns casos, administradores do meio de comunicação comunitária. Segundo Peruzzo:

As necessidades, os interesses, os valores e a linguagem dos destinatários são o ponto de partida e de chegada do processo comunicativo popular. Compartilhar isso continuamente pode determinar o sucesso da participação. (PERUZZO, 1998, p. 290).

Ainda sobre esse relacionamento, Campos (2003) enfatiza que para acontecer uma maior identificação e interação do veículo com a comunidade, este tem que valorizar e estar atento à cultura e os costumes locais.

O jornalismo comunitário deve estudar mais a fundo a formação histórica e social da população à qual se dirige. Aprofundar-se nos costumes que caracterizam a cultura popular (religiosidade, arte, vida familiar, formas de sociabilidade, educação, etc) e aprender a respeitar e valorizar essa cultura, reconhecendo nela um processo dinâmico e vivo. (CAMPOS, 2003, p. 41).

Mesmo sendo canais de comunicação entre os membros da comunidade, com características que se identificam com o lugar onde atuam, Peruzzo (1998) explica que alguns meios comunitários não conseguem ser atraentes para o público, pois muitas vezes o conteúdo é demasiadamente instrumentalizador, ou seja, leva tudo para o lado político ou reivindicatório, não valorizando nem reservando espaço para o entretenimento, o lazer, as anedotas, o humor e o lúdico. Para a autora (1998, p132) “as coisas do mundo do sonho, da fantasia, do divertimento e do afetivo [...] integram o dia-a-dia e os anseios humanos e das massas”. A estudiosa afirma ser necessária uma mudança, pois “se os meios comunitários quiserem alcançar sucesso e se mostrar democráticos, terão que repensar esta prática e trabalhar com os valores culturais onde se inserem”.

Essa é sem dúvida a alternativa mais viável para que um jornal dessa natureza ganhe credibilidade na comunidade, pois estará agindo de forma democrática, trabalhando as diversas possibilidades da comunicação popular.

Por se tratar de um veículo produzido por determinada comunidade, geralmente ele tem sua área de alcance limitada somente nas pessoas desse local. Sobre isso Dornelles (2006, p. 99) afirma que “a mídia comunitária limita a sua ação em determinada área ou junto a determinado grupo, objetivando garantir uma forma de comunicação à comunidade, de divulgação das reivindicações e protestos da comunidade”.

Outra característica dos meios de comunicação comunitária é a falta de recursos financeiros e tecnológicos para sua produção e/ou manutenção. A maioria dos segmentos populares não tem verba para a publicação do seu jornal ou realização do programa de rádio ou TV. A saída encontrada são os modos alternativos de produção e a busca de parcerias com outras instituições. Há exemplos de alguns veículos que para funcionar contam com o auxílio de profissionais, professores e estudantes de comunicação social. Como relata Peruzzo:

Os canais [meios de comunicação comunitária] caracterizam-se sobretudo como instrumentos simples e de baixo custo, em flagrante contraste com o progresso tecnológico já ao dispor da sociedade, mas inacessível, sob o ponto de vista de emissão de mensagens, para a maioria dos segmentos organizados das classes subalternas. (PERUZZO, 1998, p. 148).

Tal situação contribui para as limitações desses meios, tanto na sua produção quanto na sua distribuição. Sobre este último ponto, vale ressaltar que a maioria dos jornais comunitários publicados no Brasil, são distribuídos gratuitamente.

Peruzzo (1998) aponta algumas dessas limitações:

- **Abrangência reduzida** - Os meios não atingem todas as pessoas para o qual se destinam, ou por reduzido número de tiragem de um jornal ou por limite de transmissão de uma rádio ou TV comunitária.
- **Inadequação dos meios** - Não existe a preocupação em utilizar um veículo que seja apropriado para o público alvo, descartando o contexto social onde este se encontra.
- **Uso restrito do veículo** - Por questões financeiras e operacionais, o veículo é pouco aproveitado, o que faz com os membros da comunidade apostem em meios mais cômodos e outras formas de comunicação, como a interpessoal ou grupal.
- **Pouca Variedade** - Os movimentos populares se limitam apenas a um ou outro veículo de comunicação, não utilizando outros meios.
- **Falta de competência técnica** - Devido à falta de pessoas qualificadas na comunidade, o planejamento, a produção e a apresentação dos conteúdos acontecem de forma pouco competente.
- **Conteúdo mal explorado** - Tanto na linguagem usada quanto na variedade da programação desses veículos, há um grau de limitação muito visível, pois seus produtores quase nunca inovam na elaboração e tratamento da informação, deixando de abrir espaço para que outros temas da comunidade sejam explorados.

Quanto ao conteúdo desses meios, Dornelles explica que

Há uma disseminação de fatos relacionados ao trânsito, clima, economia, política local, saúde, qualidade dos serviços públicos, educação, problemas da cidade, bem como o destaque à atividade de líderes comunitários, como presidentes de instituições sem fins lucrativos, educadores, assistentes sociais, profissionais liberais de destaque. A mídia de bairro diferencia-se [da grande mídia] pelo fato de pretender mobilizar e educar a comunidade. (DORNELLES, 2006, p.106).

Pode-se dizer com isso, que a mídia comunitária trabalha com o jornalismo de proximidade, trazendo em suas matérias o que está perto dos segmentos populares. A informação local é o que representa o processo de construção da comunicação popular. As notícias aqui trazem temas do cotidiano dos membros da comunidade, fazendo com que se identifiquem com o assunto, isso, quando muitas vezes, eles próprios não são os personagens dessas histórias.

O conteúdo jornalístico nesse caso deve ter um papel importante na comunidade, o de provocar alguma mudança na forma de agir e pensar dessas pessoas, pois como destaca Gomes (1990, p. 65) “as funções do jornalismo popular são a informação, o diálogo, a educação e a organização e a mobilização.”

A partir do momento que os segmentos comunitários tiverem ao seu alcance mais oportunidades de produzir seu próprio meio de comunicação, maiores serão as chances para a conquista de uma sociedade justa e igualitária. Peruzzo (1998, p. 157) defende que “a comunicação popular, à medida que for ampliando o número de rádios, televisões e outros veículos a serviço da comunidade, estará servindo cada vez mais à democratização dos meios e do poder de comunicar”.

Diante do exposto, fica evidente que a comunicação comunitária tem um importante papel na vida das comunidades, na medida em que possibilita aos seus membros ações participativas, ampliação do conhecimento, bem como a conquista e consolidação da cidadania.

CAPÍTULO III

A IMPORTÂNCIA DO JORNAL DA UCES PARA OS SEGMENTOS COMUNITÁRIOS AFILIADOS

4.1 Uma História de Lutas e Mobilização Social

A União Campinense das Equipes Sociais (UCES) foi fundada no dia 02 de agosto de 1964 em Campina Grande. Sua criação reflete o contexto político e social do Brasil na época, que vivia sob o comando do regime militar. Apesar da censura e perseguições, nesse período os movimentos sociais de todo país buscavam melhores condições de vida para suas comunidades através das suas reivindicações.

Em Campina grande, antes da criação da UCES, os movimentos populares já se mostravam atentos às questões sociais. Segundo o site da entidade, no município já existia no ano de 1958, uma espécie de Conselho Comunitário sob a coordenação da assistente social Irmã Ângela Beleza, que pretendia junto com os conselheiros reivindicar melhorias para os bairros.

A UCES nasce num cenário já propenso às lutas sociais, pois no início da década de 1960, são criadas na cidade as primeiras *Sociedades de Amigos de Bairro (SAB's)*, influenciadas por outras existentes em alguns estados do país. As primeiras associações comunitárias foram implantadas nos bairros de José Pinheiro, Monte Santo, Palmeira, Monte Castelo, Jardim Paulistano e Castelo Branco. O advento dessas entidades representa o crescente número de pessoas empenhadas na melhoria da qualidade de vida de cada comunidade.

É partir do crescente número dessas sociedades que surge a União Campinense das Equipes Sociais. Com informa o site:

Com este crescimento sentia-se a necessidade de um órgão que coordenasse as atividades das entidades e ajudasse na proliferação dessa experiência por toda Campina Grande, contribuindo, assim, para fortalecer as entidades de base e fornecer qualificação e formação para os líderes comunitários e moradores das respectivas áreas que as SAB's atuavam. (Em: <<http://www.ucescg.com.br/>>. Acesso em 15 de outubro de 2010).

A UCES nascia com o intuito de auxiliar as Sociedades de Amigos de Bairro, nas suas reivindicações por melhoria das condições de vida das comunidades. Para manter seus propósitos e se consolidar como entidade, foi preciso passar pela censura da ditadura militar, que para impedir qualquer manifestação contra o governo, acompanhava as reuniões das SAB's e da UCES, e investigava de forma acirrada os integrantes dos movimentos populares da época.

Após a abertura política, os trabalhos da entidade ganharam outro rumo, além daquele somente de caráter assistencialista identificado no período militar. É nesse momento que as atividades realizadas buscam sempre conscientizar e incentivar os membros das comunidades para que participem da vida em sociedade, através das suas reivindicações.

De 1964 até 2010 essa organização comunitária desenvolve uma série de ações buscando melhorar a situação dos bairros de Campina. Segundo o presidente da entidade, João Batista Pereira da Silva, “todos os projetos implantados pela UCES têm como objetivo essas entidades, a exemplo, dos projetos de habitação, de inclusão digital, etc, todos esses são criados para as instituições a nós filiadas”. (entrevista concedida ao autor deste trabalho em dezembro de 2009)

Ela desenvolve desde sua fundação, projetos de relevância e interesse social, nas áreas de habitação, saúde, transporte urbano, lazer, esporte e cultura. Para João, todas essas têm uma importância para as comunidades mais carentes.

De acordo com o site da entidade, além dessas ações “de cunho informacional e formacional no que diz respeito a aspectos econômicos, políticos, sociais e culturais, de interesse dos associados”, a UCES também atua como um canal de “debates entre o poder público municipal e um diálogo permanente com o poder público estadual e federal.” (Em: <<http://www.ucescg.com.br/>>. Acesso em 15 de outubro de 2010).

Atualmente a UCES é filiada à Confederação Nacional das Associações de Moradores – CONAM, o que representa uma articulação com outras experiências comunitárias do país, e tem como associadas cinquenta e cinco entidades dos diversos bairros de Campina Grande, envolvendo SAB's e Associações de Moradores.

Para divulgar as suas ações a entidade criou em parceria com o Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (DECOM/UEPB), o *Jornal da UCES* e um site, nos quais são veiculadas informações das atividades desenvolvidas pelas associações filiadas e da própria UCES.

4.2 A construção de um meio de Comunicação Comunitária

O *Jornal da UCES* foi criado em novembro de 2007, em uma reunião entre os membros da entidade, professores e alunos do curso de Comunicação Social da UEPB. Nesta reunião foram selecionados os assuntos que o jornal iria tratar e a periodicidade desse veículo de comunicação. De acordo com João Henrique de Medeiros, estudante que participou da primeira publicação, o jornal surgiu dentro do projeto de extensão de *Assessoria de Comunicação Comunitária*, desenvolvido pela universidade. Este projeto foi criado após um curso de comunicação comunitária direcionado aos líderes comunitários de Campina Grande, promovido também pelo DECOM. Durante as atividades foi verificado que o contato entre mídia e comunidade, praticamente não existia, e devido a isso, as ações dos movimentos sociais da cidade, raramente eram divulgados pela imprensa.

Com o início dos trabalhos de assessoria de comunicação às comunidades, percebeu-se que também havia a necessidade de divulgar as atividades dos meios comunitários dentro dos próprios meios. A partir daí, surgiu a idéia da criação de uma mídia direcionada a esses segmentos, que pudesse difundir e divulgar as atividades das comunidades, como também destacar seus problemas e necessidades. (JOÃO HENRIQUE DE MEDEIROS, EM ENTREVISTA CONCEDIDA AO AUTOR DESTE TRABALHO EM SETEMBRO DE 2010).

Esse veículo se constituiu em mais um dos projetos de extensão do Departamento de Comunicação da UEPB. Nele os alunos colocam em prática o que aprendem em disciplinas como Comunicação Comunitária e Técnica de Entrevista e Reportagem. O responsável pela coordenação desse projeto é o professor Luiz Custódio da Silva.

Segundo João Batista, presidente da União Campinense das Equipes Sociais, o jornal surge também da necessidade de divulgar o trabalho desenvolvido, tanto das associações filiadas, o que elas andam fazendo pelos seus bairros, como as atividades da própria UCES. “Nós tínhamos várias ações que eram desencadeadas e elas não tinham uma divulgação. Então pensando nisso criamos o Jornal da UCES, que é um dos veículos de comunicação.” (entrevista concedida ao autor deste trabalho em dezembro de 2009).

O presidente ressalta que apesar de ser um jornal que leva o nome da entidade, ele é todo voltado para o movimento comunitário e para as associações filiadas. “Acho que é um importante instrumento de divulgação das ações dessas entidades”. (entrevista concedida ao autor deste trabalho em dezembro de 2009).

Para cada edição, é realizada uma reunião de pauta entre a diretoria da UCES, associados, o professor Luiz Custódio da Silva e alunos responsáveis pela execução das atividades do jornal (pautas, reportagens, edição e diagramação). Os temas são discutidos, e são levados em consideração para se tornarem notícias, as ações e projetos que as SAB's e Associações de Moradores estão desenvolvendo, bem como os problemas sociais enfrentados pelas comunidades.

De início a proposta da UCES era que o jornal fosse publicado de forma trimestral, mas devido a alguns problemas operacionais, as edições acontecem duas vezes por ano.

Em 2009 quase conseguíamos atingir essa meta, mas não foi possível, porque fazer um jornal dá trabalho e se não fosse a ajuda dos alunos do curso de comunicação da UEPB, não teríamos como publicar. [...] A idéia primeira é que ele fosse trimestral, e depois como passar do tempo e a necessidade, as publicações fossem mensal ou no máximo bimestral. (JOÃO BATISTA, EM ENTREVISTA CONCEDIDA AO AUTOR DESTE TRABALHO EM DEZEMBRO DE 2009).

João Batista informou que o número de tiragem do jornal varia de 500 a 1000 exemplares por edição, distribuídos de forma gratuita entre os representantes de cada associação filiada à UCES. Devido à pequena quantidade de jornais, estes são entregues somente para as lideranças comunitárias nas reuniões que a entidade promove no terceiro sábado de cada mês. O presidente explica que a “idéia é que o diretor de cada associação, seja um repassador daquelas informações que têm no

jornal, leve [o periódico] para sua comunidade e as divulgue em suas reuniões”. (entrevista concedida ao autor deste trabalho em dezembro de 2009).

O jornal tem como slogan *Construindo Cidadania em Campina Grande*. Segundo João Henrique, ele foi desenvolvido a pedido do presidente da UCES. “Os slogans tinham como principal objetivo transmitir de forma sucinta a idéia fundamental do trabalho dos segmentos comunitários, que é de construir ou desenvolver a cidadania em suas comunidades” (entrevista concedida ao autor deste trabalho em setembro de 2010).

Sua primeira publicação aconteceu no mês de fevereiro de 2008. Porém suas atividades (reunião de pauta e produção das reportagens) tiveram início em novembro de 2007. João Henrique informou que cerca de dez alunos estavam envolvidos no primeiro exemplar. Constituído de doze páginas, o jornal abordou temas como segurança pública, saúde, cultura, educação, inclusão social, infraestrutura dos bairros, projetos sociais e ações desenvolvidas por algumas SAB's, meio ambiente, esporte e entretenimento. “As pautas do jornal foram definidas por um conselho editorial composto por membros da UCES e alunos participantes do projeto”. (João Henrique de Medeiros, em entrevista concedida ao autor deste trabalho em setembro de 2010). A segunda página é dedicada ao editorial, escrito pelo presidente João Batista, e a um artigo de opinião também contendo a palavra deste representante, sobre a luta da entidade em prol da construção da cidadania. Nesta edição os membros das comunidades de Campina Grande participaram do jornal como fontes para a produção das matérias.

Nesse mesmo ano lançou no mês de julho sua segunda edição com oito páginas. Nela foram trabalhadas as mesmas temáticas que a primeira, porém acrescida de reportagens sobre moradia e algumas atividades desenvolvidas pelas UCES.

As demais edições continuaram trazendo reportagens sobre esses mesmos assuntos. Esses temas, envolvendo os problemas sociais e projetos de cada comunidade, bem como ações da própria UCES se constituíram na linha editorial desse veículo. Em 2009 são publicados mais dois exemplares. No mês de junho deste ano, foi lançada a quinta edição do periódico. É importante ressaltar que em 2010 ele teve três publicações, cumprindo assim sua proposta inicial.

Segundo João Henrique, nas primeiras reuniões de pauta foi encontrada certa dificuldade com os líderes comunitários, pois eles se focavam muito mais nos problemas enfrentados pelas comunidades, esquecendo-se dos pontos positivos.

Eles viam o jornal como mais um meio de reivindicação e cobrança, e acabavam 'se esquecendo' que aquele era um meio difusor do trabalho realizado nas comunidades, principalmente pelo fato de que aquela mídia era direcionada aos próprios segmentos comunitários. (ENTREVISTA CONCEDIDA AO AUTOR DESTE TRABALHO EM SETEMBRO DE 2010).

Para João Batista, o *Jornal da UCES* é um importante veículo de comunicação para os segmentos comunitários de Campina Grande, pois através dele os associados e outras pessoas ficam informados sobre as ações realizadas para a melhoria de cada bairro. Ele enfatizou ainda que uma das propostas do jornal é incentivar as pessoas à leitura, o que considera uma atividade relevante para a vida de cada cidadão.

Além do jornal, a União Campinense das Equipes Sociais, criou também em 2008, um portal na internet com o mesmo objetivo do periódico.

O site se constitui em mais um veículo de divulgação de nossas ações, do pensamento das lideranças comunitárias, nossas exposições frente às diversas bandeiras de luta que nós temos na sociedade campinense, para que todos conheçam o que as pessoas estão fazendo em defesa de suas comunidades. (JOÃO BATISTA, EM ENTREVISTA CONCEDIDA AO AUTOR DESTE TRABALHO EM DEZEMBRO DE 2009).

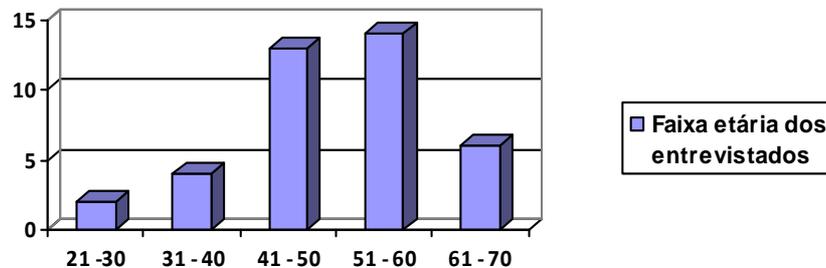
O site segue a mesma linha editorial do *Jornal da UCES*. Nele podem ser encontradas as edições digitalizadas do periódico, possibilitando o acesso àqueles que não tiveram o contato com a versão impressa. Em média ele recebe cem acessos por semana, considerado por João Batista um número bastante considerável. O portal é mantido pela diretoria da entidade e conta com o auxílio de um profissional responsável por atualizá-lo. O presidente lamenta a falta de pessoas capacitadas para administrar e atualizar o site, informando ser um dos projetos futuros, oficinas que capacitem os comunitários para esta função.

4.3 A identificação de um segmento social com seu veículo de comunicação

Para realizar este estudo foram levados em consideração dois fatores: o número de tiragem do jornal e sua distribuição. Como já foi colocado anteriormente pelo presidente da UCES João Batista, a entidade publica a cada edição do periódico, cerca de 500 a 1.000 exemplares, quantidade insuficiente para o grande número de membros das associações filiadas. Por este motivo, a pesquisa foi realizada somente com os líderes comunitários, variando entre representantes e membros das diretorias das Associações de Moradores e Sociedade de Amigos de Bairro. Para a coleta de dados foi aplicado um questionário com quatorze questões sobre o jornal. As perguntas buscavam investigar como os comunitários avaliam esse veículo de comunicação.

Foram consultadas 39 pessoas de diferentes idades e profissões. Entre as atividades desenvolvidas pelos entrevistados, a maioria deles pode ser considerada profissionais liberais, somando a estes os aposentados e militares. A faixa etária variou dos 20 aos 70 anos como mostra o gráfico abaixo.

Gráfico 01



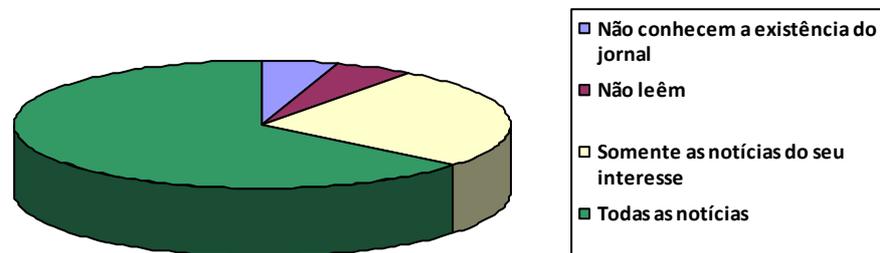
Em relação ao grau de escolaridade das pessoas entrevistadas, o quadro seguinte mostra que todos são alfabetizados, tendo a maioria o segundo grau completo.

Quadro 1

Grau de escolaridade	Entrevistados
Ensino Fundamental	8
Ensino Médio	20
Ensino Superior	11

O primeiro ponto levantado pelo questionamento foi se os representantes das associações filiadas à entidade liam o *Jornal da UCES*. A maioria deles informou que sim. Vinte e cinco (64%), disseram fazer a leitura de todas as notícias, enquanto dez (26%), buscam somente o conteúdo do seu interesse. Apenas duas pessoas (5%) informaram não ler o jornal, e outros dois representantes (5%) disseram não ter conhecimento da existência desse veículo, como mostra o gráfico 2.

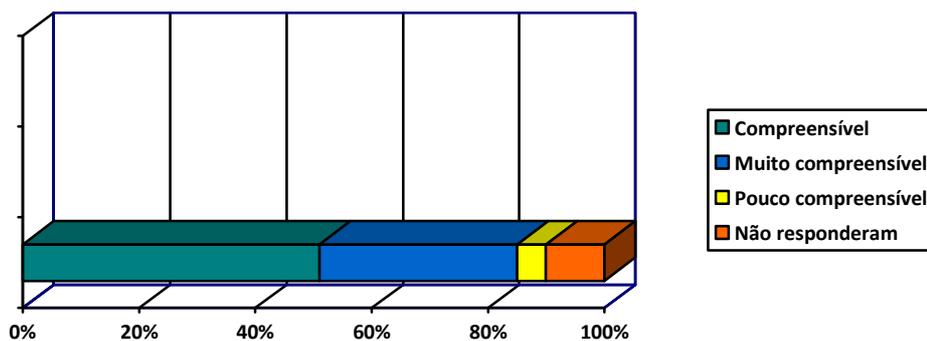
Gráfico 2



Isso significa dizer que as pessoas escolhidas pelos comunitários para representarem sua SAB ou Associação de Moradores, têm conhecimento da existência do jornal, e que possivelmente repassam as informações nas reuniões de cada entidade.

Sobre a forma como as reportagens veiculadas nesse meio de comunicação são escritas e tratadas, os entrevistados responderam o seguinte: treze (34%) consideraram a linguagem muito compreensível, vinte (51%) compreensível, dois deles (5%) acharam pouco inteligível, e quatro (10%) não responderam.

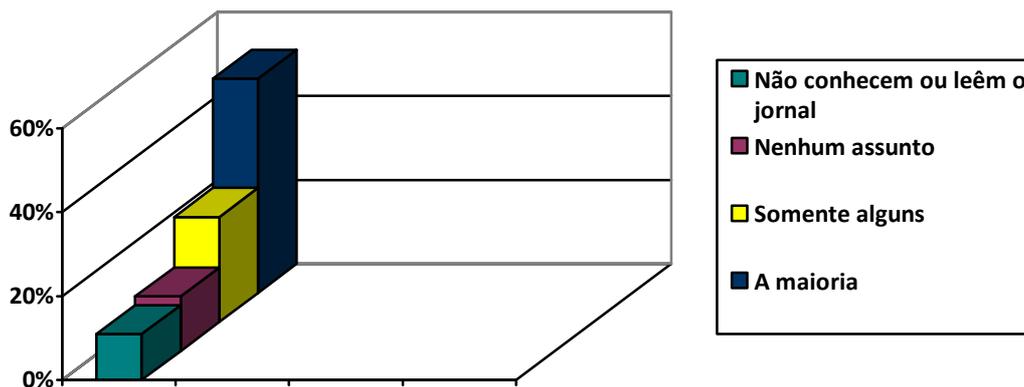
Gráfico 3 - Avaliação da linguagem usada no jornal.



A percentagem acima demonstra que o jornal cumpre com um dos seus objetivos que é informar, pois a maioria dos entrevistados achou clara a forma pela qual as reportagens são escritas.

No questionário foi perguntado se os assuntos tratados no *Jornal da UCES* eram do interesse do entrevistado ou das pessoas da comunidade onde este morava. Vinte das pessoas entrevistadas (51%) responderam que a maioria dos temas trabalhados no veículo são do seu interesse ou do seu bairro. Dez (25%) disseram que somente alguns, e cinco (13%) afirmaram que as reportagens não lhe chamam atenção. Os outros 11% correspondem aqueles que não conhecem ou lêem o jornal.

Gráfico 4 – Demonstrativo do interesse dos entrevistados nos assuntos veiculados no Jornal da UCES.



Os números acima indicam que a maioria dos assuntos trabalhados pelo jornal é do interesse dos comunitários, o que quer dizer que há uma identificação deles com o veículo.

Um dos fatores também avaliado na pesquisa foi se o formato (tamanho e diagramação) do jornal é suficiente/adequado para veicular o número de informações. Trinta e um dos entrevistados (80%) disseram que o formato atende a quantidade de reportagens distribuídas no periódico. Somente quatro (10%) o consideraram inadequado/insuficiente. Os outros quatro (10%) não optaram, pois afirmaram não conhecer ou ler esse veículo de comunicação.

Também foi indagado se o período de circulação do jornal, que é de três vezes por ano, é suficiente para deixar os comunitários bem informados sobre as

ações da UCES e das associações filiadas. A maioria deles (80%) informou que este período é insuficiente. Cinco deles estão satisfeitos e quatro não responderam, pois não conhecem ou lêem o jornal. Observe a seguir algumas respostas:

“Não. Porque são mais de cinqüenta SAB's e Associações de Moradores para divulgar as suas conquistas e reivindicações”.

“Período curto, o que favorece somente algumas entidades”.

“Deveria ter mais publicações, pois a notícia tem prazo de validade”.

“Não. Por que todo dia existe uma notícia nova”.

“No mínimo uma vez por mês”.

“Uma vez por mês, pois assim em cada mês falaria de um bairro diferente”.

“Não. Porque muitos assuntos importantes deixam de ser publicados. Deveria ser de 90 em 90 dias”.

“Seis vezes por ano, só assim traria mais notícias”.

Pelas respostas dos comunitários fica evidente a insatisfação deles com o período de circulação do *Jornal da UCES*. Segundo os entrevistados, o jornal deve ser publicado mais de três vezes por ano, pois assim traria mais informações e descentralizaria as associações focadas nas matérias, uma vez que muitas foram as reclamações dos representantes que nunca viram seu bairro ser retratado em nenhuma reportagem.

Sobre a participação dos representantes sugerindo reportagens para o jornal: 21% disseram participar com sugestões para reportagens, 15% somente algumas vezes, 54% informaram não participar. O restante, 10%, são aqueles que não conhecem ou lêem o jornal.

Quadro 2 – Número de comunitários que participam sugerindo reportagem para o jornal.

Participação sugerindo matérias	Número de entrevistados
Sim	8
Algumas vezes	6
Não	21
Não lêem ou conhecem o jornal	4

O quadro mostra que o nível de participação dos representantes sugerindo reportagens para o jornal ainda é mínimo, levando em consideração o número de pessoas ligadas às diretorias das associações afiliadas à UCES. Os que disseram participar dão a sugestão nas reuniões da entidade ou das associações de seu bairro. As razões pelas quais os comunitários não participam são distintas e algumas vezes contraditórias, como mostra as respostas abaixo:

“Pouco espaço nas reuniões”.

“Quando sugeri não foi publicado”.

“Não tive a oportunidade”.

“O jornal não abrange todas as SAB’s”.

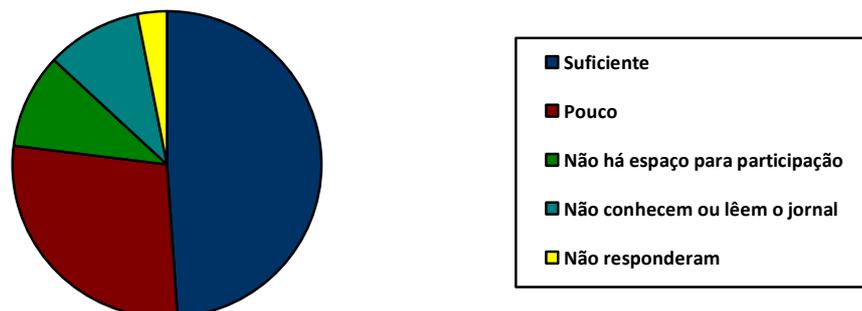
“Nunca foi solicitada a minha sugestão”.

Porém, segundo o presidente da UCES, João Batista, sempre nas reuniões é aberto espaço para que os representantes dêem sugestões sobre as reportagens que irão compor a próxima edição do jornal.

Ainda sobre este tema, a pesquisa revelou que não existe a participação dos comunitários na produção da informação, ou seja, não são eles que redigem as reportagens ou ficam responsáveis pela elaboração das pautas. A atuação deles nesse processo, como em muitos outros casos de comunicação comunitária no Brasil, resume-se a participação como fontes informativas ou personagens diretos ou indiretos das matérias.

Os dados acima revelam uma contradição em relação a outro ponto da pesquisa. Foi perguntado como era o espaço para que a população participasse da produção do *Jornal da UCES*. A maioria dos entrevistados respondeu que o espaço era suficiente, como mostra o gráfico a seguir.

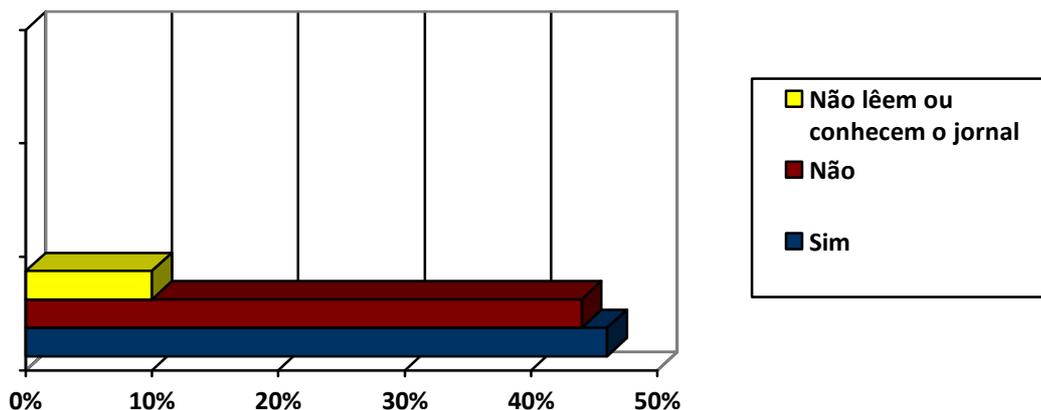
Gráfico 5



Ao mesmo tempo em que a maioria dos entrevistados afirma não participar sugerindo ou produzindo matérias, por diversos motivos, eles dizem que o espaço disponível para participação é suficiente. Avaliando essas questões subentende-se que os representantes não atuam com tanta frequência no jornal por falta de interesse deles próprios, uma vez que há oportunidade para isso, como mostra os dados do gráfico 5.

Em relação ao conteúdo foi perguntado aos entrevistados o seguinte: Alguma notícia do seu bairro já foi veiculada no jornal? Dezoito (46%) informaram que sua comunidade já foi tratada no periódico. Dezesete deles (44%) disseram que ainda não foi veiculada nenhuma notícia sobre o lugar onde vivem. O número restante (10%) corresponde aos que não lêem ou conhecem o periódico.

Gráfico 6 – Demonstrativo das pessoas que já tiveram notícias do seu bairro publicadas no jornal.



Aos dezoito foi perguntado quais assuntos foram tratados nas reportagens. Entre alguns temas estão:

“Projeto Moradia Digna”.

“Organização da comunidade e Segurança Pública”.

“Revitalização do Açude de Bodocongó”.

“Projeto Comunitários”.

“Obras realizadas pela prefeitura”.

“Projeto Vias Abertas”.

“Encerramento de um curso”.

“Sobre a importância da mulher na sociedade”.

A pouca diferença entre os dados acima, mostra que o *Jornal da UCES* não aborda todas as comunidades de Campina Grande. Somente alguns bairros foram destacados nas reportagens deste veículo de comunicação.

Segundo João Batista, isso acontece porque o número de associações filiadas à entidade é maior que o período de circulação do periódico que é trimestral. Ele falou que a cada edição são escolhidos nas reuniões de pauta, três bairros que serão abordados nas reportagens. O presidente ainda informou que com as novas edições, outras comunidades serão contempladas.

Ainda sobre essa questão, foi indagado aos que responderam sim, se houve alguma melhoria no bairro após a publicação da matéria pelo jornal. Sete responderam não, seis disseram que sim, e cinco não informaram se ocorreu alguma mudança em sua comunidade. Duas respostas são significativas:

“Sim. A construção de uma creche pelo projeto do PAC”.

“Sim. A população ficou informada sobre o Projeto Moradia Digna”.

Apesar de não abranger todas as comunidades, essas afirmações mostram que o jornal tem contribuído para informar e conscientizar as pessoas sobre assuntos que são do seu interesse, e contribuído, mesmo que de forma indireta, para a melhoria de alguns bairros. A partir do momento que o jornal aborda um problema ou reivindicação dos moradores através de uma reportagem, ele torna público tal situação, fazendo com que os governantes possam atender essa parcela da população.

A pesquisa quis saber também qual assunto não trabalhado nas matérias publicadas, os comunitários gostariam que o *Jornal da UCES* tratasse em suas próximas edições. O quadro 3 informa alguns deles:

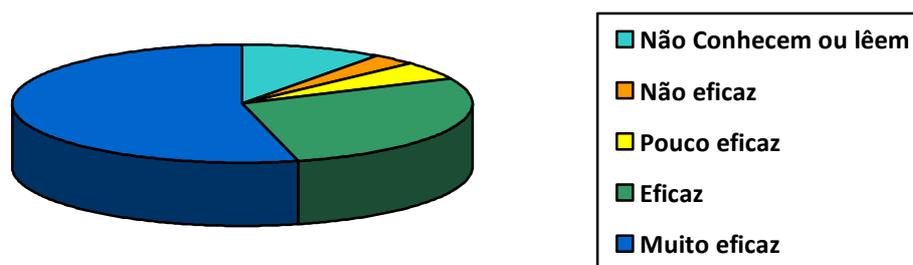
Quadro 3

Assuntos que devem ser trabalhados nas próximas edições do <i>Jornal da UCES</i>	
Segurança pública	Combate ao consumo de drogas
Incentivo às lideranças comunitárias	Infra-instrutora das comunidades
Processo eleitoral das SAB's	Políticas Comunitárias
Informações sobre as ações da prefeitura para atender as demandas dos bairros	Informações sobre o movimento comunitário
Reivindicações dos bairros	Datas comemorativas
Segurança no trânsito	Revitalização do açude de Bodocongó

Observando os temas acima, percebe-se o quanto os representantes das associações filiadas à UCES estão preocupados com questões que envolvem o movimento comunitário de Campina Grande, e a melhoria da comunidade onde vivem. As reportagens sobre esses assuntos representariam uma forma dos governantes ficarem sabendo sobre os problemas que afetam os bairros da cidade.

Também foi avaliada entre os comunitários, a eficácia do jornal enquanto veículo para a divulgação das ações da UCES. Vinte e uma pessoas (54%) o consideraram muito eficaz, e onze delas (28%) eficaz. Dois (5%) entrevistados acharam o jornal de pouca eficácia e um (3%) afirmou que o periódico não cumpre a sua função. Os outros 10% correspondem aos que não lêem ou conhecem o jornal, como mostra o gráfico abaixo.

Gráfico 7 – Demonstrativo da opinião dos entrevistados sobre a eficácia do Jornal da UCES.



Como mostra o gráfico, mais da metade dos comunitários consideram o jornal um eficaz meio de comunicação entre a UCES e as comunidades. Segue abaixo algumas justificativas dos entrevistados:

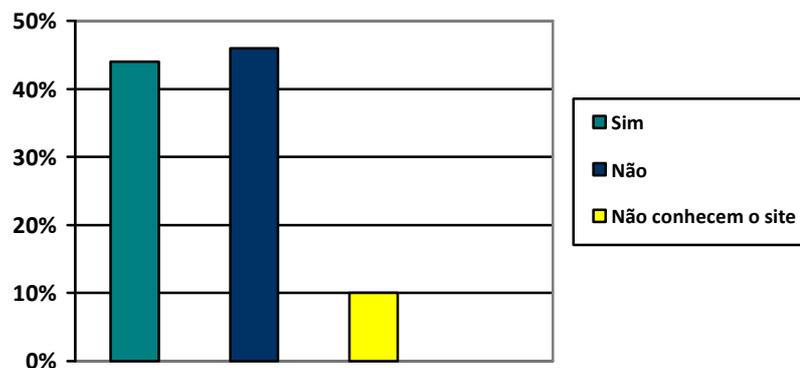
- “Muito eficaz. Porque mostra que a UCES e seus associados trabalham pelo bem dos comunitários”.*
- “Muito Eficaz, pois os segmentos comunitários só ficam sabendo das ações da UCES através do jornal”.*
- “Muito. Cada publicação traz um questionamento, uma reivindicação”.*
- “Porque a cada dia os comunitários criam círculos de conhecimentos comunitários”.*
- “Porque a interação entre a UCES e a comunidade é muito importante”.*

Porém, mesmo os que consideraram positiva a eficácia do jornal, ressaltaram alguns pontos que merecem ser melhorados:

- “Eficaz, mas tem que se melhorar o período de circulação e distribuição do jornal, e também incentivar os representantes a participarem mais”.*
- “Eficaz. Porém faltam ainda assuntos de algumas comunidades e a divulgação de algumas ações”.*
- “Muito eficaz, só falta os presidentes repassarem as notícias do jornal nas reuniões das SAB's”.*

Para os representantes das associações foi perguntado também se eles acessam o site da UCES e com que frequência. Dezesete deles (44%) informaram que sim, e dezoito (46%) disseram não visitar o portal da UCES na internet. Quatro deles (10%) não o conhecem.

Gráfico 8 – Demonstrativo das pessoas que acessam o site da UCES.



A frequência no número de acessos varia de acordo com cada entrevistado. Alguns afirmaram acessar diariamente, outros de uma a duas vezes por semana. Existem ainda aqueles que visitam o portal apenas uma vez no mês. Dos dezessete que acessam o site, dezesseis afirmaram que as notícias postadas são do seu interesse ou de sua comunidade. Isto significa dizer que há também uma identificação de uma parcela dos comunitários com este veículo de comunicação.

Após a análise de todos os dados, resultado referente ao questionário aplicado com os representantes das SAB's e a Associações de Moradores, foi constatado que:

- O *Jornal da UCES* é lido pela maioria dos representantes dos segmentos comunitários;
- Os representantes consideram a linguagem usada na produção das reportagens inteligível, facilitando assim a leitura e a compreensão do conteúdo trazido pelo jornal;
- A maioria dos assuntos/temas tratados nesse veículo de comunicação é do interesse dos comunitários;
- O formato do jornal (tamanho e diagramação) é adequado e atente a quantidade de informações veiculadas;
- O período de circulação do jornal é insuficiente para deixar os comunitários bem informados sobre as ações da UCES e das associações filiadas;
- Mais da metade dos representantes das entidades filiadas à UCES não participam sugerindo reportagens para o jornal;
- Não há participação dos comunitários na produção da informação;
- Grande parte dos entrevistados afirmou que o espaço para que a população participe sugerindo reportagens para o jornal é suficiente;
- O *Jornal da UCES* não abrange todas as associações filiadas, trazendo somente reportagens sobre algumas delas;
- Há uma preocupação dos representantes com o movimento comunitário e a melhoria dos bairros onde vivem, identificada pelos temas sugeridos por eles para fazer parte das próximas edições do jornal;

- O jornal é considerado pela maioria dos representantes um veículo de comunicação eficaz para mantê-los informados sobre as ações da UCES e das associações filiadas;
- Somente uma parcela dos comunitários acessa o site da UCES e consideram as notícias do seu interesse.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar a comunicação comunitária numa sociedade cada dia mais globalizada, significa compreender como os segmentos populares estão se organizando para melhor atender as demandas desse setor em busca de informação. Esses segmentos ao longo dos anos têm utilizado de alguns veículos de comunicação como canal de diálogo entre os membros da comunidade, e é também através desses meios que as reivindicações são apresentadas, objetivando a conquista por melhorias na qualidade de vida da população.

A pesquisa da produção dos meios de comunicação comunitária e a relação deles com o seu público, nos apontam as potencialidades que esse segmento dispõe, bem como as dificuldades enfrentadas na elaboração e execução de um veículo que objetiva uma comunicação horizontal.

O presente trabalho analisou a relação das associações filiadas à UCES com o jornal produzido pela entidade, e conseqüentemente buscou entender o caminho que a comunicação comunitária tem traçado em Campina Grande.

Se formos levar em consideração os princípios da comunicação comunitária, iremos constatar que apesar de ser um jornal voltado para os segmentos populares do município, ele não pode ser considerado de fato um veículo comunitário, pois a participação no processo de construção da informação por parte dos associados é reduzida ao um segundo plano. Estes participam apenas como fontes informativas ou constituindo personagens nas matérias. A produção de todo conteúdo é realizada por alunos do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba. Porém, essa afirmação é colocada a prova ao observamos que, se o aluno que escreve no jornal mora num dos bairros retratados nas reportagens, isso faz dele um personagem inserido no contexto social, atuante dentro desse veículo e consciente da realidade do lugar onde vive. Ou seja, há uma participação direta na comunicação, o que nos leva a desconsiderar a afirmativa acima.

Apesar disso, é importante ressaltar que há uma preocupação em abordar assuntos que sejam do interesse das SAB's e Associação de Moradores dos bairros de Campina. Todas as matérias são voltadas para este público. Reivindicações, projetos sociais, ações realizadas pelas comunidades, cultura, lazer e educação são

alguns dos temas trabalhados pelo jornal e que interessam aos segmentos populares.

A pesquisa comprovou que mesmo com algumas deficiências como o pequeno número de exemplares publicados a cada edição e a não abrangência de alguns bairros nas reportagens, há uma identificação dos comunitários com o *Jornal da UCES*, sendo este um importante instrumento de comunicação entre a União Campinense das Equipes Sociais e suas associações filiadas.

Muitos pontos no jornal necessitam ser mudados e/ou melhorados para que efetivamente este veículo de comunicação possa ser considerado comunitário, com a participação de todos no processo comunicativo. Ações que incentivem a participação dos comunitários nesse processo, como a abertura de uma editoria no jornal na qual pudessem publicar textos produzidos por eles próprios, resultaria numa alternativa para transformar essa realidade. Tendo o conhecimento de que o jornal não abrange todos os bairros, essa se constituiria numa forma de descentralizar a informação.

Outra alternativa, seria a realização de oficinas para produção de texto jornalístico, objetivando capacitar essas pessoas para que pudessem elaborar as pautas e produzir as reportagens sobre sua comunidade.

Já que a falta de recursos financeiros inviabiliza o aumento no número de tiragem do jornal, limitando assim sua distribuição, a opção seria mudar a forma pela qual o jornal é publicado, reduzindo os custos e a mudança no modo de impressão, optando por outros recursos mais acessíveis.

E para que a maioria dos comunitários tenha acesso ao periódico, deveria se pensar num modo de transformá-lo num jornal-mural, colocado nos quadros de avisos de cada SAB ou Associação de Moradores, para que as pessoas possam se manter informadas sobre as ações desenvolvidas pelos segmentos populares. Este seria então, um passo importante para a comunicação comunitária em Campina Grande.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOND, F. Fraser. **Introdução ao Jornalismo – Uma Análise do Quarto Poder em todas as suas Formas**. Tradução de Cícero Sandroni. 2. ed. Rio de Janeiro: Livraria Agir, 1962.

CAMPOS, Pedro Celso. **História do Jornalismo Comunitário**. Disponível em <<http://webmail.faac.unesp.br/~pcampos/HISTORIA%20DO%20JORNALISMO%20COMUNITARIO.htm>>. Acesso em: 10 nov. 2009.

CORTES, Verônica P. Avarena. A imprensa e a problemática construção de um novo mundo comum no Brasil. In: **JORNALISMO NO SÉCULO XXI: a cidadania**; HOHLFELDT, Antonio; BARBOSA, Marinalva (Orgs). Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002. p.13-29.

DELIBERADOR, Luzia M. Yamashita e LOPES, Mariana Ferreira. **A comunicação comunitária na contramão da cidadania: o caso da Rádio São Francisco FM**. In: X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Blumenau: 2009. p. 1-15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-0928-1.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2010.

DORNELLES, Beatriz. Imprensa Local. In: MELLO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina, SATHLER Luciano (Orgs). **Mídia Cidadã: Utopia Brasileira**. São Paulo: Ed. Universidade Metodista de São Paulo. São Paulo: 2006. p. 99 - 111.

_____. **Divergências conceituais em torno da comunicação popular e comunitária na América Latina**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Rio Grande do Sul, agosto de 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/files/26ecompos09_BeatrizDornelles.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2009.

FALLOWS, James. **Detonando a Notícia: Como a mídia corrói a democracia americana**. Tradução de Fausto Wolf. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

FERNANDES, Adélia Barroso. **Jornalismo, Cidadania e Direitos Humanos: uma relação reflexiva no espaço público**. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom. Salvador: 2002. Disponível em

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP2FERNANDES.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2010.

FERNANDES, Doraci; OLIVEIRA Sandra. Reflexões Sobre a Experiência de um Jornal Popular na Periferia de Campinas. In: MELO, José Marques (Org). **Comunicação e Classes Subalternas**. São Paulo: Cortez, 1980. p. 57-75.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio século XXI escolar: o minidicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

FESTA, Regina. Movimentos Sociais, Comunicação Popular e Alternativa. In: FESTA R; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs). **Comunicação Popular e Alternativa no Brasil.**; São Paulo: Paulinas, 1986. p. 09 – 13.

FILHO, Paulo Celestino da costa. **Jornalismo Público: por uma nova relação com os públicos**. Organicom. São Paulo, ano 3, número 04, 2006,. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re_vista4/124.pdf >. Acesso em: 15 jul. 2010.

GOMES, Pedro Gilberto. **O Jornalismo Alternativo no Projeto Popular**. São Paulo: Paulinas, 1990.

LOPES, Poliana Souza de Queiroz. **Participação Popular nos Meios de Comunicação Comunitária**. In: VIII Conhecimento em Debate, Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa: 2008. p. 1-9. Disponível em: <http://www.cchla.ufpb.br/.../305-16092008111741-Artigo-Comunicacao_comunitaria_-_Poliana.doc> Acesso em: 10 jul. 2010.

MELO, José Marques de. **Comunicação e Libertação**. Rio de Janeiro: Vozes, 1981.

NEUMANN, Laurício. **Educação e Comunicação Alternativa**. Rio de Janeiro: Vozes, 1989.

PEREIRA, Raimundo Rodrigues. Vive a Imprensa Alternativa. Viva a Imprensa Alternativa!...In: FESTA R; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs). **Comunicação Popular e Alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986. p. 53 –79.

PERUZZO, Cicilia. **Comunicação nos Movimentos Populares: A participação na construção da cidadania**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

_____. **Revisando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária**. In: XXIX Congresso Brasileiro da Comunicação – Intercom. Brasília: 2006. p. 1-17.

_____. **Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania**. Lumina, v. 1, p. 1-29, 2007. Disponível em: <http://www.portalgens.com.br/comcom/direito_a_comcom.pdf>. Acesso em: 13 jul., 2009.

SILVA, Luiz Martins da. **Jornalismo público: o social como valor-notícia**. In: XI COMPÓS. GT de Políticas e Estratégias da Comunicação da Compós. Rio de Janeiro: 2002. Disponível em: <http://www.ucb.br/comsocial/mba/Jornalismo_publico_o_social_como_valor-noticia.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2009.

TRAQUINA, Nelson. **O Estudo do Jornalismo no Século XX**. Rio Grande do Sul: Unisinos, 2001.

UNIÃO Campinense das Equipes Sociais. Campina Grande, PB. **Histórico e objetivos da UCES**. Disponível em: <<http://www.ucescg.com.br/>>. Acesso em: 29 out. 2010.

URANGA, Washington. Utopia e Realidade na Comunicação Popular. In: MELO, José Marques (Org). **Comunicação na América Latina: Desenvolvimento e Crise**. São Paulo: Papyrus, 1989. p. 119-130.

ANEXOS

ANEXO A - Informações adicionais sobre o *Jornal da UCES*.

Em relação à tiragem do *Jornal da UCES*, é importante informar que os 500 a 1.000 exemplares publicados a cada edição são custeados pela União Campinense das Equipes Sociais. É a própria entidade que administra o processo de impressão do informativo, desde o contanto com a gráfica até a escolha do melhor formato para diminuir os custos, como tipo de papel e cores a serem utilizadas.

Segundo o presidente da UCES, João Batista, todas essas medidas são necessárias para que se reduza os gastos, uma vez que a entidade não dispõe de recursos financeiros para a publicação do jornal. Ele informou ainda que pretende estabelecer uma parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), para que nas próximas edições do periódico, se aumente o número de exemplares e que ele seja impresso em cores.

ANEXO B – Mostra de algumas edições do *Jornal da UCES*:

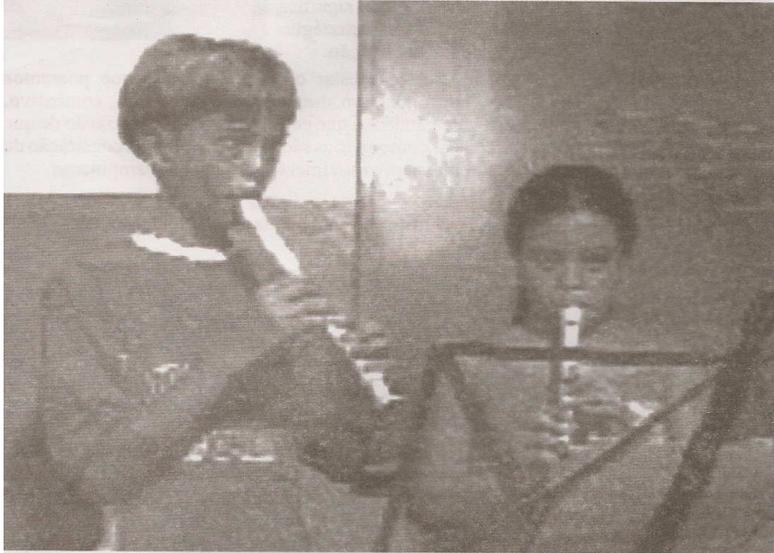
- Primeira edição:



JORNAL DA UCES

Campina Grande - Paraíba, fevereiro de 2008 - Ano I - Nº 1

VELAME: A MÚSICA COMO AUXÍLIO NA CONSTRUÇÃO DO CIDADÃO



Música clássica na periferia. Trata-se do projeto da UCES "Clarão da Lua", que consiste na promoção de um curso de música clássica, flauta doce e partitura. Com aulas semanais ministradas pelo professor Tarcísio Francisco da Silva, o curso atende atualmente 30 crianças da comunidade do Velame. A presidência da SAB pretende iniciar nos próximos meses aulas de dança para crianças que também tem afinidade com a música, mas não se interessam pelo curso de música clássica. Como a SAB do Velame ainda não possui uma sede própria, as aulas estão acontecendo no Grupo Escolar José Guilhermino Barbosa, localizada no próprio bairro.

Página 6

PSF: Sinônimo de prevenção em saúde pública. Pg 04

UCES contribui com a inclusão dos idosos na sociedade. Pg 08

Base Policial Comunitária da Zona Sul reduz violência em 2007. Pg 03

Novos caminhos para a juventude campinense. Pg 07

UCES alerta para preservação do meio Ambiente. Pg 09

Nova perspectivas nas áreas de educação e de cultura para 2008. Pg 11

UCES planeja campeonato esportivo para a interação dos moradores. Pg 12



Melhorias no Bairro do Araxá

Educação, saúde e moradia são as prioridades da Associação de Moradores do Araxá.

Movimento Comunitário no Jardim Continental

Diretoria da SAB busca a participação ativa de toda a comunidade e o entendimento do movimento comunitário como forma efetiva de reivindicar melhorias para o bairro



Antonio Nogueira Gomes
Presidente

Página 04

Página 5

UNIÃO CAMPINENSE DAS EQUIPES SOCIAIS - UCES

Construindo Cidadania em Campina Grande

site: www.ucescg.com.br
E-mail: ucescnet@hotmail.com

UM JORNAL PARA UM NOVO CAMINHO

O lançamento do JORNAL DA UCES representa o cumprimento de uma meta proposta em nossa carta programa: a criação de um veículo próprio de comunicação que sirva como instrumento de divulgação das ações da UCES, de suas filiadas e do próprio movimento comunitário.

Neste primeiro número, iremos fazer um relato das iniciativas empreendidas por nossa diretoria neste início de gestão. Vamos também apresentar as atividades que estão sendo desenvolvidas pelas associações filiadas à UCES, priorizando aquelas que desenvolveram ações concebidas por iniciativa própria da entidade e sua comunidade, não tendo, portanto, a interferência de outras instituições públicas ou privadas.

Nosso Jornal, pelo menos no início, terá periodicidade trimestral e as próximas edições estão programadas para maio, agosto e novembro de 2008. O projeto editorial terá seções fixas que abordarão temas como Saúde Pública, Moradia, Educação, Cultura e Esportes, Meio Ambiente, Juventude, Terceira Idade, entre outros.

O JORNAL DA UCES será destinado, principalmente, às lideranças comunitárias de Campina Grande que terão a responsabilidade de difundi-lo nas comunidades, fazendo com que

estas possam trocar experiências e gerar intercâmbio entre as ações de outras entidades da sociedade civil, promovendo cidadania e produzindo informações locais.

Paralelamente ao Jornal, estamos também lançando nossa página na Internet, o que significa um avanço em nossas estratégias de comunicação e divulgação.

Assim, espera-se estar contribuindo para que possamos constituir e consolidar um movimento forte, unido, combativo, autônomo e independente, que possibilite a conscientização de que nossas lideranças comunitárias são responsáveis pela construção de um novo caminho para o movimento comunitário campinense.

UCES – Construindo cidadania em Campina Grande.

João Batista Pereira da Silva
Presidente



UM NOVO CAMINHO

O resultado das últimas eleições da UCES representou a vitória de um projeto coletivo que simboliza os desejos de mudanças em prol do fortalecimento do movimento comunitário campinense.

A diretoria eleita, composta por pessoas realmente comprometidas com a luta comunitária, assumiu um compromisso com essa mudança, e tem como maior desafio o resgate do prestígio e da credibilidade do movimento, que apesar das dificuldades e do estigma que enfrenta, ainda se constitui um importante instrumento de organização e luta pela conquista da cidadania plena dos moradores dos bairros de nossa cidade.

Como estratégia de fortalecimento das entidades filiadas à UCES, já no primeiro mês de mandato, assinamos importante convênio com a Prefeitura Municipal de Campina Grande que possibilitará a construção, reforma e ampliação das sedes das associações, fazendo com que seus dirigentes tenham melhores condições para trabalharem e reivindicarem por suas comunidades.

Com relação à comunicação e divulgação das atividades do movimento, já está a disposição das entidades um carrinho de som, além do lançamento do Jornal da UCES e da nossa página na Internet que, com certeza, irão difundir com maior agilidade e precisão nossas propostas, idéias, opiniões, notícias, enfim, os projetos de todos aqueles que fazem o movimento comunitário.

Nosso propósito de participar efetivamente nos processos de formulação e implementação das políticas públicas ficou evidenciado quando, por exemplo, promovemos um debate sobre a municipalização dos serviços de abastecimento de água e esgotamento sanitário, que contou com a participação de outras entidades representativas da sociedade civil organizada, as quais

puderam tomar conhecimento e se posicionar sobre o assunto. Além disso, nos propomos a continuar estimulando a discussão, estendendo-a para questões de abrangência regional e nacional, como a da transposição do Rio São Francisco.

Ainda em relação às políticas públicas, como é evidente que um dos maiores problemas de nossa cidade diz respeito à falta de segurança, a UCES está propondo a criação de um Conselho Municipal de Segurança Pública, formado por entidades governamentais e não governamentais, no sentido de aprofundarmos a discussão sobre o assunto e buscarmos uma solução para esta questão. Também promovemos Audiência Pública com o Ministério Público em que foram abordados problemas relacionados à Infância e Juventude, além de uma Consulta Pública com a Coordenadoria de Meio Ambiente, na qual foi apresentado o Fundo Municipal de Meio Ambiente e a possibilidade do financiamento de projetos na área ambiental para nossas entidades.

Estamos avançando na ampliação e estreitamento das nossas relações com as demais entidades dos movimentos sociais, mostrando que é possível combinar a discussão institucional com a mobilização popular, como ficou demonstrado no recente episódio da não aprovação do Orçamento do município para 2008 pela Câmara Municipal, quando conseguimos articular vários segmentos dos movimentos sociais para a mobilização ocorrida.

Esperamos que, ao longo dos quatro anos de mandato, nosso projeto venha estimular a mobilização social e o exercício da cidadania, sendo capaz de contribuir na formação de cidadãos críticos, participativos e, sobretudo, politizados.

João Batista Pereira da Silva
Presidente da UCES