



Jornalismo e Comunidade: Relato de Experiência na produção dos quadros “Fala Aí” e “Fala Comunidade” da TV Cabo Branco¹

Patrícia Gouveia da Silva²

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo relatar e analisar a experiência que foi desenvolvida pela TV Cabo Branco, afiliada Globo na Paraíba, por meio da produção dos quadros “Fala Aí” e “Fala Comunidade” exibidos ao telejornal JPB 1 Edição. Trata-se de uma experiência iniciada em 2009 e concluída em 2011, os quadros foram realizados dentro dos bairros de João Pessoa abrangendo a região metropolitana, traziam como premissa básica o telespectador como cidadão consciente e reivindicador de seus direitos, a prestação de serviços e resposta das autoridades também fazia parte da atividade. Este relatório apresenta a importância do despertar do jornalismo feito para a comunidade na comunidade, facilitando o desenvolvimento da interação e contato imediato com o telespectador. Por fim, o trabalho analisa os resultados obtidos com as atividades elaboradas no quadro.

Palavras-chave

Telejornalismo; Comunidade; Cidadania; Proximidade; Mercado.

Introdução

É evidente, dentro da perspectiva contemporânea do telejornalismo que há um espaço relevante às comunidades, ao jornalismo cidadão, de acordo com Traquina (2004), a preocupação em praticar o jornalismo cidadão está relacionada à transformação das prioridades do jornalista na elaboração de reportagens. A notícia não pode estar ligada aos jogos políticos e aos seus desvios éticos, e sim às prioridades da sociedade, dando visibilidade midiática, chamando a atenção da opinião pública e mostrando alternativas.

As informações e opiniões relacionadas às esferas da sociedade, mas especificamente as comunidades na imprensa servem para a reflexão sobre a realidade, a relação da democracia diante das mudanças no poder econômico e político do país, conseqüentemente dos Estados.

Nesse sentido, Miguel (2002), diz que a produção jornalística, tem papel essencial no cotidiano da sociedade, pois não exerce apenas a função de mediação, mas também de

¹ Trabalho apresentado na modalidade Relato de Experiência na IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

² Mestranda em Jornalismo Profissional na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Comunicóloga formada em Rádio e TV pela Universidade Federal da Paraíba. E-mail: pgs13@hotmail.com

processamento de informações importantes para a democracia. E esta função de articulador democrático é perceptível nos discursos jornalísticos propostos diariamente pelas mídias. As empresas jornalísticas reconhecem bem a necessidade de inserir nas suas falas a retratação, ou pelo menos buscam retratar, da comunidade como um espaço de representação das forças sociais.

Nessa perspectiva, este relato descreve a experiência realizada nos quadros “Fala Aí” e “Fala Comunidade” no telejornal JPB1, da TV Cabo Branco, afiliada Globo na Paraíba. A produção dos quadros teve a duração de 2 anos e consistiu-se em atividades relacionadas ao jornalismo cidadão e participativo, na perspectiva da empresa. A intenção foi transformar o telejornal em um instrumento a serviço da comunidade, um ponto de aproximação entre jornalista e telespectador.

O público denuncia os problemas e o telejornal se coloca como meio difusor para que haja uma solução para esses problemas, na realidade podemos notar uma relação de troca entre o jornalismo e a comunidade, como também há um caráter comercial, a emissora sabe que é nessa relação de aproximação com a comunidade que se encontra a audiência refletida em sua programação.

Em que medida essas finalidades foram plenamente satisfeitas na criação dos quadros? De fato podemos pensar que fizemos um jornalismo comunitário?

Fala Aí e Fala Comunidade

O quadro “Fala Aí” surgiu para dar voz as reivindicações da população além da necessidade de aproximar o telespectador do programa como comenta Ana Viana, na época editora Regional da Rede Paraíba de Comunicação:

“É um quadro que surgiu de um projeto de aproximação do nosso jornalismo com as comunidades, é uma tendência, à medida que a gente vai fazendo reportagens de interesse público teremos uma maior interatividade, então quando a gente criou o quadro foi exatamente para isso, para consolidar um conteúdo, uma linha editorial que a gente já vinha desenvolvendo a algum tempo na televisão.” (informação verbal)³

³ Viana, Ana. Fala Aí: depoimento. [15 de agosto, 2009]. João Pessoa: *Universidade Federal da Paraíba*. Entrevista concedida a Patrícia Gouveia.

O quadro “Fala Aí” era exibido quinzenalmente, composto por uma reportagem que abordava o histórico e dados da comunidade, como também entrevista com os moradores que relatavam aos principais problemas do bairro, no dia do quadro além da reportagem haviam entradas ao vivo em todos os blocos do jornal. O link ao vivo tinha como conteúdo principal as respostas das autoridades e prestação de serviço gratuito à comunidade, faculdades eram parceiras e levam atendimento de saúde e assistência jurídica.

A produção do quadro “Fala Aí” era dividida em vários momentos, o primeiro era a escolha da comunidade, o telespectador ligava para a redação e deixava sua sugestão, também eram analisadas sugestões dos próprios colegas de redação. Depois da escolha, o segundo momento era verificar in loco a sugestão, analisar se realmente existiam problemas na comunidade e moradores dispostos a “brigar” por seus direitos, a produção ia acompanhada da “Unidade Móvel”, o carro que faz as transmissões ao vivo, para que testassem o sinal, estando ok a comunidade e o sinal a equipe iria para o próximo passo, fazer a pauta e marcar a gravação da reportagem, nela o repórter falava um pouco do bairro, conversava com os moradores e mostrava os problemas da comunidade.

Sabendo os problemas, a produção iria à busca das respostas das autoridades que eram convidadas a participar no dia do quadro ao vivo ou então mandavam uma nota escrita com a posição sobre o problema daquela determinada comunidade.

A produção também fazia os contatos com os parceiros, faculdades que levavam para a comunidade serviços na área da saúde como teste de glicemia, aferição de pressão, distribuição de preservativos, palestras educativas, entre outros, e na área jurídica com assistência e encaminhamentos.

Por fim, a produção no dia do quadro, verificava a participação dos moradores, parceiros, as respostas e ficava atenta para que tudo desse certo ao vivo.

Seja pela busca dos seus direitos, da cidadania, pelo bem social, o jornalismo deve desempenhar papel conciliador dentro dessa relação causal com o telespectador. O jornalismo incentiva as comunidades a reivindicar serviços que seriam de competência dos governos, seja ele municipal, estadual, federal e até mesmo do setor privado, essas são as necessidades que o quadro “Fala Aí” buscou suprir segundo Cristina Dias, editora chefe do JPBI.

“... espaço para o público denunciar, mostrar os problemas. Normalmente esse caminho público-autoridade demora e nos estamos nessa



perspectiva de encurtar esse processo e oferecer mais espaço para que as pessoas falem diretamente com as autoridades. Outro ponto do quadro é a necessidade de estar mais próximo do telespectador.” (informação verbal)⁴

No ano de 2011 o quadro “Fala Aí” estava esgotado e precisando de uma reestruturação, em contato com a população a produção verificou que a comunidade não queria apenas mostrar dados e os problemas do bairro, a produção verificou também que a participação de crianças nesses eventos era constante, nesse sentido foi criado um espaço para apresentações culturais do bairro e para recreação infantil.

Assim, o antigo quadro passou a se chamar “Fala Comunidade”, a reformulação foi feita principalmente para atrair maior atenção e participação do público-telespectador, a exibição que antes era quinzenal passou para semanal, também foram incluídos como parceiros: um supermercado, que sorteava um carrinho de compras para o morador que ficasse até o final do quadro, empresas de animação que levavam pipoca, algodão doce e cama elástica como recreação para as crianças, empresas odontológicas que levavam atendimento, um salão de cabeleireiro que cortava o cabelo dos moradores, uma empresa de estética que fazia limpeza de pele, além das faculdades já parceiras do “Fala Aí”.

Fala Aí e Fala Comunidade, jornalismo cidadão ou de mercado?

O jornalismo representa um meio não só para dar visibilidade às comunidades, como também um espaço para a cidadania, mostrando as lutas pela sua ampliação. Gentilli (2005) considera o jornalismo um exercício indispensável, um instrumento para a informação e cidadania:

“(…) uma atividade indispensável no mundo contemporâneo, como o instrumento que viabiliza o direito à informação, onde os jornais desempenham a função de mediadores e os jornalistas, individualmente, de representantes do leitor, telespectador e ouvinte, como indivíduos, consumidores e cidadãos”. (GENTILLI, 2005, p. 142)

⁴ Dias, M. Cristina. Fala Aí: depoimento. [13 de agosto, 2009]. João Pessoa: *Universidade Federal da Paraíba*. Entrevista concedida a Patrícia Gouveia.

Com os quadros “Fala Aí” e “Fala Comunidade” vemos a tentativa do jornalismo cidadão dentro das comunidades, moradores de locais menos favorecidos se sentiam representados, era um espaço muito útil para a população de determinada comunidade que procurava respostas imediatas aos seus anseios.

é nesse cenário que o jornalismo comunitário entra como alternativa para desvincular dessa lógica de mercado dos grandes veículos de comunicação e assume o papel que deveria ser de todo jornalismo: o papel social. Mas, é também dentro desse jornalismo comunitário que é demonstrado a relação entre mercado e consumo, observamos o porquê da participação dos parceiros, as empresas privadas que aceitam participar e fornecer seus serviços na troca de propaganda para sua empresa, uma propaganda de baixo custo comparada a tabelas comerciais das emissoras de televisão. Também verificamos o porquê da busca da aproximação do telejornal com o público, a maior participação das comunidades leva consequentemente ao aumento da audiência.

Se do lado das empresas e da audiência podemos levantar esses aspectos positivos, por outro lado houve uma redução do espaço para o exercício do jornalismo comunitário, já que a população teve que dividir espaço com a publicidade dos parceiros, verificamos ainda que o trabalho da produção aumentou consideravelmente no sentido de captar parcerias para o quadro.

O jornalista em seu trabalho deve destacar as relações comunitárias em vez das relações de mercado: “Fazer um jornal comunitário não é buscar grupos étnicos, religiosos, culturais, nacionais, geográficos, com mensagens ‘para aquele público’, como exploração de fatias de mercado” (Marcondes Filho, 1987, p.161). Como destaca Ciro Marcondes, se o jornalismo cidadão não seguir as características que o torna diferente do jornalismo da grande imprensa, ele será mais um jornal no mercado para o mercado.

A construção do quadro envolve uma conspiração entre agentes sociais, tenta demonstrar que a conexão entre jornalismo e classes sociais faz das notícias uma ferramenta importante.

Nesse sentido, hoje o grande desafio do jornalismo consiste em aliar as pressões da audiência e politizar questões sociais, pressionando o governo e o setor privado ao aperfeiçoamento e extensão da cidadania. O fortalecimento da sociedade civil, expressa sua participação direta na produção do telejornal, na elaboração de políticas públicas, significa,

antes de qualquer coisa, a reafirmação do poder das classes sociais no telejornalismo na busca da solução dos problemas sociais.

Considerações Finais

Para iniciar nossas conclusões vamos retomar as questões que havíamos feito antes: Em que medida essas finalidades foram plenamente satisfeitas na criação dos quadros? De fato podemos pensar que fizemos um jornalismo comunitário?

Do ponto de vista da lógica mercadológica, os quadros atenderam os objetivos do telejornal, que buscava audiência e parceiros para o programa. Do ponto de vista dos princípios que devem nortear o jornalismo cidadão e comunitário, as propostas deixaram a desejar. Houve uma mera extensão de serviços às comunidades que somente indicavam os problemas dos seus bairros e foram perdendo espaço para os anunciantes e os processos de recreação.

Para os jornalistas, no entanto os quadros propiciaram oportunidades de aprendizado. Eles saíram da redação e viram in loco os problemas das comunidades, conheceram também a verdade do quanto é difícil o exercício do jornalismo cidadão dentro de uma TV comercial.

O exercício da cidadania fica limitado à solução de problemas muito imediatos. Não ocorrem transformações verdadeiras. Os quadros acabaram, e se retornamos às comunidades observaremos que em sua maioria, os problemas que haviam sido denunciados continuarão.

Sabemos da importância que a presença do jornalismo representa dentro das comunidades, afinal é um espaço aberto, mesmo que com falhas, nas atividades descritas neste relatório levantamos alguns questionamentos para o desenvolvimento do jornalismo cidadão, assim não podemos deixar de destacar que sua inserção também pode ser prejudicial. Marcondes Filho levanta a questão que o jornalismo cidadão ou comunitário, também pode ser negativo, quando relata: “É uma visão romântica e idealista de ‘recuperação’ de um mundo não tão dominado por contradições capitalistas, um mundo como na utopia da ‘comunidade comunista’, que tem existência exclusiva no imaginário das esquerdas” (Marcondes Filho, 1987, p. 156).

Portanto, foi necessário o aprofundamento do tema a partir desse relato de experiência por meio dos quadros “Fala Aí” e “Fala Comunidade”, é importante esse segmento



jornalístico, como uma forma de acreditar num jornalismo que se preocupe realmente com a sociedade, porém abre uma crítica construtiva para que esse jornalismo contextualize os fatos buscando uma reflexão para os moradores das comunidades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de Proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional**. Coimbra: Edições Minerva, 2002.

CÓDIGO de Ética dos Jornalistas. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=1811>. Acesso em: 27/01/2013.

DAGNINO, E. **Os movimentos sociais e a emergência de uma nova noção de cidadania**. In: (Org.). Os anos 90: política e sociedade no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1994.

GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: jornalismo e cidadania**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2002.

_____. **Quem manipula quem?** 2a. edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.

MIGUEL, Luís Felipe. **Os meios de comunicação e a prática política**. Lua Nova, São Paulo, v.56, p.155-184, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis, SC: Insular, 2004.

VIZEU, Alfredo. **Telejornalismo, Audiência e ética**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf>. Acessado em 21/01/2013.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia. Os bastidores do telejornalismo**. (Tese) Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-decidindo-noticia-tese.pdf>. Acessado em 21/01/2013.