

A Tv Jangurussu no Processo de Fortalecimento da Comunicação Comunitária Popular ¹

Jacques Luan Moreira Gomes²
Paulo Júnior Silva Pinheiro³
Faculdade Nordeste – DeVry Fanor

RESUMO

O trabalho tem por objetivo apresentar a TV Jangurussu como exemplo de comunicação popular atualmente. Após um aprofundamento teórico geral sobre comunicação comunitária, é desenvolvido análises e resultados que mostrem que a população de moradores do grande Jangurussu utilizam deste meio de comunicação não massivo para ver as reportagens que giram em torno do bairro, através da *TV web*, no qual se localiza pela página do *facebook*. O projeto somente é possível pela ajuda de populares que participam colocando suas opiniões, sugestões, reclamações aos problemas e benefícios da comunidade localizada em Fortaleza/CE.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; comunidade; popular; moradores; tv jangurussu.

INTRODUÇÃO

Neste artigo, analisaremos a pesquisa pela qual a TV Jangurussu participa intensamente da comunicação comunitária popular, com o fortalecimento na voz das massas dos moradores do local. Uma produção de baixo custo que viabiliza o repórter, o mobilizador, a percorrer os diversos conjuntos do bairro Jangurussu na cidade de Fortaleza, na busca incessante de informação em pauta na comunidade. O que não é mostrado nos grandes veículos de comunicação é destacado na mídia alternativa, através de vídeos na internet.

O estudo também evidencia como a população e os moradores do grande Jangurussu tratam este veículo de comunicação que é totalmente baseado na comunidade. Quais serão as expectativas diante das notícias que são pautadas e a forma a interação do indivíduo em querer debater, opinar e engajar através do cenário que a TV comunitária tem a proporcionar.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 - Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 29 junho a 01 de julho de 2017.

² Graduando do quarto semestre em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, na Fanor Devry. E-mail: luancontatos@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor de Comunicação Social da Fanor Devry. E-mail: paulojr.pinheiro@gmail.com

Para tanto, demos um enfoque nas novas tecnologias e a evolução da *web* nestas duas últimas décadas, que mostrou ter colaborado para uma comunicação de massa e um crescimento bastante expressivo para a população. Evidenciar também a mobilização popular que foi além das ruas e invadiram também a internet. Hoje o sujeito tem a autonomia em acesso de informações no que está acontecendo por meio de compartilhamento de notícias, opiniões divergentes de determinados assuntos e inúmeros casos que as redes sociais propõem ao usuário a falar.

Para mostrar como a TV Jangurussu atua diretamente como uma comunicação comunitária, foi trabalhado juntamente os métodos qualitativos e de pesquisa exploratória no bairro, em conjunto na *fanpage* do *facebook*. Reconhecer o tamanho do trabalho que é divulgado através do retorno dos usuários. Contudo, avaliamos diretamente essas causas para manter as relações com os parâmetros da comunicação comunitária de autores e estudiosos na área, a fim de obter novas vozes que retratam bem as políticas sociais das periferias no aprendizado.

COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E POPULAR

Peruzzo (2004) define a comunicação comunitária como forma que constitui de fatos e realidades de classes subalternas, com o objetivo no desenvolvimento e transformação social a partir de reflexões políticas dos sujeitos desses grupos e sua conseqüente emancipação, mediante a participação, cooperação e valorização nos processos comunicativos nas comunidades.

Outro significado da palavra comunicação comunitária que autora do livro “*comunicação nos movimentos populares*” distinguiu é:

Ela não se caracteriza 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, 2004, p. 368).

Embora a palavra comunicação comunitária seja diferente da comunicação popular, as duas mantêm os mesmos significados para a autora que fala sobre o assunto. O popular, como o nome já diz, vem de uma ação do povo, feito a partir da população e pertencente a elas.

O contexto histórico da comunicação popular teve suas origens nos anos 70 e 80 no Brasil e na América Latina. É também definida em outros nomes, como: alternativa,

horizontal, participativa, dialogal e entre as mais variadas palavras. Seu objetivo é definir políticas de desenvolvimento na mobilização de pessoas em questão social, econômica e na participação de vozes dentro da comunidade. Executando um movimento social local.

Na prática, a comunicação popular não é somente pautada sobre os aspectos de melhorias a serem desenvolvidas nas periferias, mas sim, elevar o conhecimento de que nesses lugares existem ações e projetos que proporcionam às crianças, aos jovens e aos adultos realizarem atividades de cultura, esporte e educação em conjuntos. Isso viabiliza desconstruir a imagem negativa que os veículos de comunicação transmitem nos bairros mais pobres, no quais na maioria das vezes, são retratados com altos índices de violências e mortes, gerando o desconforto e o constrangimento do indivíduo que mora no local.

Há que se reconhecer o grande poder da mídia e sua manipulação, prioritariamente, a serviço dos interesses das classes dominantes, mas nem por isso ela deixa de dar sua contribuição ao conjunto da sociedade. Quando quer, divulga campanhas e programas educativos e outros de elevado interesse público (PERUZZO, 2004, p. 131).

Segundo ainda Peruzzo (2004), o dever dos meios de comunicação popular não possui a intenção de realizar grandes informações e fatos, necessariamente, dos acontecimentos que transmitem ao redor do mundo. Esse papel equivale às grandes mídias, no qual distinguem os assuntos mais interessantes para grande parcela das pessoas ficarem informadas.

O popular está para reunir, reivindicar e receber elogios pelas conquistas da comunidade. Não concordar com as políticas e os movimentos que não trabalhem esse viés, pode ser considerado causas de lutas coletivas a tentar mudar esse panorama. É exigir seus direitos de cidadão e usufruir da mesma riqueza que todos geram de forma igualitária e democrática.

A MÍDIA COMUNITÁRIA

Uma mídia completamente democrática e pautada na voz da cidadania, é definida como o apoio isolado aos grandes veículos de comunicação nas construções de forças sociais na comunidade. A mídia comunitária mantém seus objetivos em trazer as causas sociais em determinado convívio dos populares nos pilares da politização, conscientização e em valores, por meio da participação popular de todos e conseguindo os resultados através de lutas na sociedade. Jornais, rádios e televisões comunitárias traduzem bem os assuntos que boa parte dos moradores mostram a entender, seja tratando de informações positivas e negativas da comunidade.

A mídia comunitária também se coloca em contraposição com a mídia de grande massa. Guimarães com seu artigo “ Um viés da mídia alternativa e comunitária” define bem o caso:

Enquanto os meios de comunicação de massa avançam em prol da homogeneização, alienação e padronização dos valores e hábitos de consumo, a mídia popular propõe um resgate da cultura local, recupera a identidade e valoriza a tradição daquela comunidade. (GUIMARÃES, 2006, p.1)

Para Peruzzo, o conceito de mídia comunitária é entendido como:

É aquela gerada no contexto de um processo de mobilização e organização social dos segmentos excluídos (e seus aliados) da população com a finalidade de contribuir para a conscientização e organização de segmentos subalternos da população visando superar as desigualdades e instaurar mais justiça social. Inicialmente ela se configurou como uma comunicação alternativa e que assim foi chamada – e continuam sendo em muitos lugares – mas que recebeu várias outras denominações como comunicação participativa, comunicação horizontal, comunicação popular⁸ etc. (PERUZZO, 2003, p.9)

Na prática, as mídias comunitárias utilizam recursos que possam atender a real necessidade das comunidades. A *internet*, por exemplo, é uma grande impulsionadora de causas aos movimentos de expressão livre e de liberdade aos indivíduos. O intuito da rede é trazer opiniões e questões que podem ser discutidas e colocadas em práticas, contemplando o maior número de pessoas possíveis. Iniciativas assim como essas, geram frutos ao coletivo no desenvolvimento social e cidadã.

Um dos valores positivos da mídia comunitária é estabelecer uma comunicação especificamente falando sobre a comunidade, por onde as grandes mídias não chegam profundamente. É o povo que faz acontecer as notícias, as pautas e os problemas das periferias como se fosse um jornalista do local, mas mantendo a postura do cidadão comum. Geralmente essas mídias não necessitam de fins lucrativos para seu funcionamento. Sua transmissão fica somente pelo bairro e nas adjacências.

TV E JORNALISMO DIGITAL.

De acordo com Pinho (2003), as tecnologias resultaram em grandes mudanças para a sociedade atual. Telégrafo, telefone e outros aparelhos acabaram deixando suas histórias na sociedade para o surgimento da *internet*, que vem se destacando com variados recursos e conhecimentos que podemos desenvolver nas atividades ao dia a dia. Assim, o

jornalismo mudou sua técnica de transmitir e receber notícia com o advento da internet, passando a ganhar o nome de webjornalismo.

Segundo o mesmo autor, a definição do jornalismo digital é:

O jornalismo digital é todo produto discursivo que constrói a realidade por meio da singularidade dos eventos, tendo como suporte de circulação as redes temáticas ou qualquer outro tipo de tecnologia com os usuários ao longo do processo produtivo (PINHEIRO, 2003, p.58)

Para Nogueira e Mallman (2013), a entrada da internet possibilitou o jornalismo de ser mais ágil e econômico. O webjornalismo surgiu para ter a rapidez nas notícias e informar ao indivíduo os assuntos em diferentes temáticas de acontecimentos em tempo real.

No jornalismo feito para a web, à velocidade é a marca da veiculação de notícias. Mesmo que seja sobre um mesmo assunto, a cada novo fato relevante, uma matéria nova é gerada. Esse conteúdo é publicado na seção de “últimas notícias” e cada matéria vem acompanhada de seu horário de publicação (NOGUEIRA; MALLMAN, 2013, p. 9).

A TV que antes fazia somente o papel do telejornalismo tradicional, demonstrou uma crescente mudança com a chegada da internet e em outros meios tecnológicos. Hoje existem várias *Webs TV* com matérias e reportagens sendo anunciadas em sites convencionais e mídias sociais, como: *facebook, youtube, twitter*.

De fato, parece que a Web TV repropõe temas similares aos propostos até hoje pela Web: isto significa aproveitar uma oportunidade que é extremamente interessante, mas ao mesmo tempo complexa de gerir por ser um meio extremamente aberto e flexível (MALIZIA, 2012, p.13).

Para Malizia (2012), os custos de transmissão e a produção da *web TV* são relativamente baixo e totalmente livre ao público. Não há nenhuma interferência de emissoras de televisões tradicionais ou comunicação empresarial bem elaborada sobre sua gestão. A pessoa escolhe o que deseja assistir, com diferentes temas que tem à disposição.

Sem dúvida, é possível produzir e “transmitir” televisão diretamente ao público com barreiras de acesso essencialmente inexistentes e a custos muito baixos; desta maneira, as restrições editoriais que a televisão tradicional impunha à presença da Comunicação Empresarial deixam obviamente de existir. Além disso, é igualmente inegável que não é fácil nem imediato elaborar modelos de serviço que possam satisfazer as necessidades de um público que tem à disposição uma escolha cada vez mais vasta. (MALIZIA, 2012, p.13)

ANÁLISES E RESULTADOS DA TV JANGURUSSU NA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA.

Figura 1: *printscreen* da página da TV Jangurussu no *Facebook*



Fonte: <<http://www.facebook.com/jangurussutv>>

A TV Jangurussu se constitui através da comunicação comunitária nas populações mais carentes. O veículo de comunicação popular que surgiu em 2014, mais precisamente no mês de novembro. O trabalho é considerado o porta voz da comunidade, relatando o que acontece de novidade nos conjuntos que o bairro se compõe, como: Sítio São João, Maria Tomásia, Santa Filomena, São Cristóvão, Almirante Tamandaré, Sítio São João II (Jagatá). Outros conjuntos, como: Cj Palmeiras e Parque Santa Maria, acabaram se emancipando e tornando-se bairros de Fortaleza, mas que são destacados com informações da comunidade na TV.

O grande bairro de Fortaleza sempre é visto pelas mídias tradicionais com assuntos de violência, pobreza extrema e outros problemas de desigualdades graves, causando uma imagem negativa para quem não conhece e de desconforto aos moradores que habitam. Dentro dessas perspectivas, a TV Jangurussu foi criada exclusivamente para noticiar diferentes assuntos, seja positivo ou negativo na comunidade.

O idealizador da TV comunitária, Evenilson Pinto, apaixonado por comunicação desde de criança, demonstra o conhecimento pelas tarefas nas periferias, buscando melhorias, reclamações e sugestões pautadas a partir das vozes das populações subalternas. O mesmo exerce horas na função de editor de vídeo, imagem e produção

junto com seus colaboradores, mesmo sem formação na área do jornalismo. Um simples problema no saneamento básico, ruas cheias de buracos, problemas frequentes em violência, esportes comunitário, empreendedorismo, projetos sociais e figuras da região, são motivos de câmera e microfone na mão e rumo à gravação. A sistemática do processo começa também pelo apoio dos moradores em sugerir reportagens e selecionar o que mais lhe convém de interesse no canal.

O projeto da TV Jangurussu é divulgado por meio da rede social, o *Facebook*. A partir disso, os trabalhos são executados presencialmente no bairro, onde são expostos e divulgados na página do *facebook*. Esse envolvimento permite que todas as pessoas vejam sobre os mais diversos assuntos que dizem a respeito da comunidade e discutam políticas sociais a transformá-la. A força do jornalismo digital e *Web* entram juntamente com popular no momento de cooperação.

Alguns moradores do bairro participam de reportagens, relatando as ações positivas e negativas ao determinado assunto escolhido na pauta. Projetos culturais, festas em datas comemorativas ou outras matérias em benefício à população, são divulgados para evidenciar o que o bairro tem de melhor para oferecer.

Figura 2: *printscreen* da reportagem sobre área de lazer do Cj Sítio São João



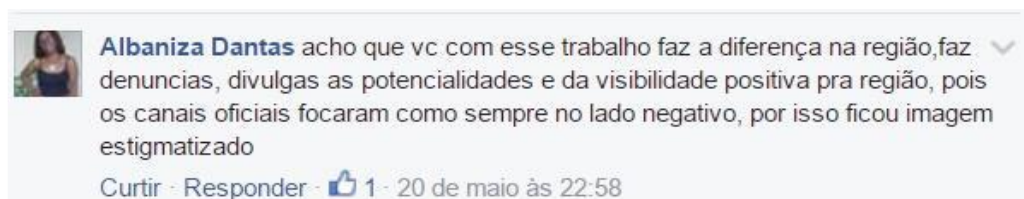
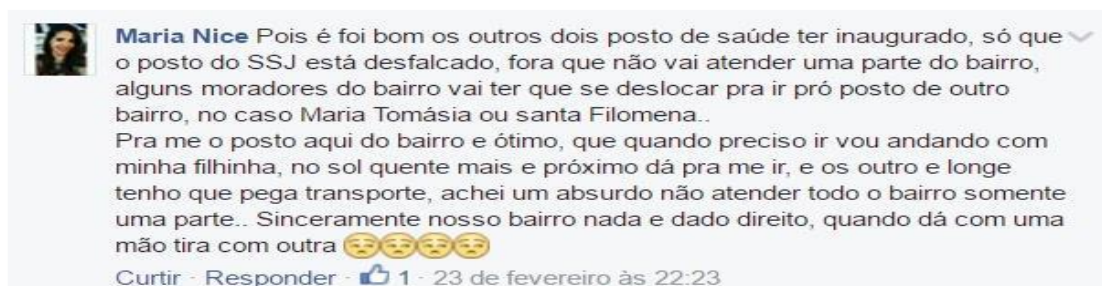
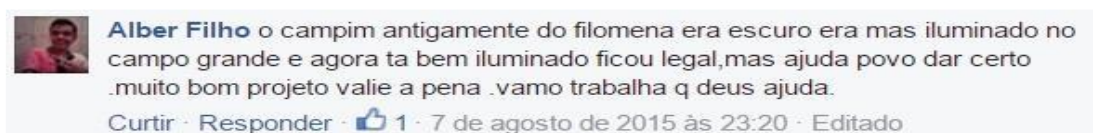
Fonte: <http://www.facebook.com/jangurussutv>

A interação dos usuários na página da TV Jangurussu é realizada por meios de curtidas, compartilhamentos e comentários. Existem mais de 7.500 mil seguidores na

página e em vídeos são mais de 5 mil visualizações, no qual acompanham as novidades que chegam pelas atualizações que acontecem, geralmente, a cada dois dias. O relacionamento com o público é mostrado diante das notícias e vídeos expostos.

Os comentários em cada postagem são resultados de opiniões que transcrevem o determinado assunto que está sendo discutido, seja ele na saúde, educação, infraestrutura, que são necessidades básicas para a comunidade. A força da voz popular enfatiza que a comunicação pode ser solucionada através de debates que fomentam os impasses que os populares estão vivenciando, trazendo os futuros resultados para que haja consenso em ambas as partes.

Figuras 3, 4, 5: *printscreens* de comentários pelas postagens do Facebook



Fonte: <<http://www.facebook.com/jangurussutv>>.

Percebe-se o contato da população com o veículo de comunicação popular, onde há uma junção das causas de diálogos dos moderadores com o trabalho da TV comunitária, este denominado por Peruzzo (2004) como a participação popular pode estabelecer um engajamento das pessoas em vários manifestos de mensagem, como: entrevistas, avisos, depoimentos e sugestões, “dar voz e vez” para uma comunicação participativa. Para isso, desenvolver papéis que demonstrem a fazer presente nos meios de comunicação.

Uns dos fatores bem positivos feitos pela TV Jangurussu é destacar os empreendimentos dos moradores no bairro, através de parcerias com meio de comunicação, chamado de publicidade social. Ao início ou final de cada reportagem, os principais comerciantes da comunidade aparecem com o *banner* publicitário e a vinheta. Isso serve como ajuda de custo para que os trabalhos da TV Jangurussu continuem a transmitir as notícias, trazendo, também, que pessoas de fora venham a conhecer os atrativos do bairro, gerando renda local. O serviço pode ser contratado pelo telefone que é exposto pela página e no vídeo de cada chamada.

Figura 6: *printscreens* da TV Jangurussu ofertas



Fonte: <<http://www.facebook.com/jangurussutv>>

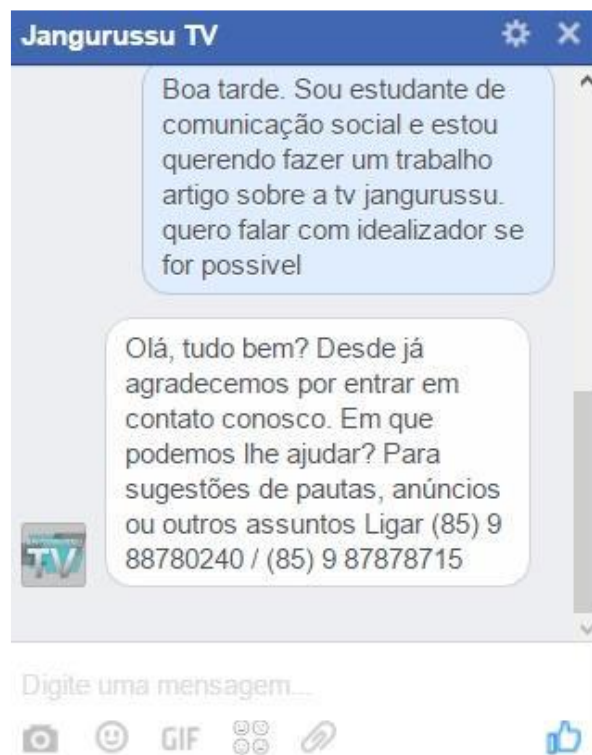
Figura 7: *printscreens* da TV Jangurussu ofertas



Fonte: <<http://www.facebook.com/jangurussutv>>

Os moradores se quiserem, podem sugerir pautas, publicar anúncios na página ou tratar de outros temas, podendo utilizar o serviço de telefone que aparece logo após quando solicitar informações na caixa da mensagem, no *facebook*.

Figura 8: *printscreens* da caixa de mensagem



Fonte: <<http://www.facebook.com/jangurussutv>>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise do projeto, vimos de quão importante os resultados que a TV Jangurussu se propõe em trabalhar com as notícias de cunho jornalístico no bairro, junto da população e com a ajuda da rede social, o *Facebook*, para que as reportagens sejam lançadas e vistas para todo mundo que estiver interessado.

Peruzzo (2004) destacou a comunicação comunitária popular como um processo de cultura de democracia, ampliação dos direitos da cidadania e a ascensão da pluralidade das pessoas, onde o indivíduo possa construir da sua figura em motivação, lutas e de vozes dentro da sociedade. Uma ideologia que analisamos ao longo de 2 ano e meio de TV Jangurussu na prática da comunicação pelo povo. É a busca incessante de informações que as grandes mídias não conseguem alcançar ou ainda tendem a manipular as poucas que noticiam.

Contudo, foi possível observar que a participação popular dentro da TV comunitária gera grandes conquistas para o desenvolvimento social e cultural, tornando o cidadão mais consciente dos seus direitos. É dar voz às minorias que se sentem prejudicadas com os problemas no entorno, e mostrar que no bairro existem pontos positivos a ser melhorados e valorizados.

REFERÊNCIAS

GUIMARÃES, Camila Oliveira. **Um viés da mídia alternativa e comunitária**, 2004. Disponível em: <<http://www.artigos.com/artigos-academicos/617-um-vies-da-midia-alternativa-e-comunitaria>>. Acessado em 25 de maio de 2016.

MALIZIA, Pierfranco. **A “telinha particular”. Objetivo e funções da Web TV na Comunicação Organizacional: uma resenha dos estudos recentes**, 2012. Disponível em: <<http://www.readcube.com/articles/10.1590/S1809-58442012000200015>>. Acessado em 26 de maio de 2016.

NOGUEIRA, Felipe Augusto; MALLMANN, Andreia Denise. **Análise das características do jornalismo online em portais de notícias**, 2013. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2013/resumos/R35-0824-1.pdf>>. Acessado em 05 de jun. de 2016.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online: apontamentos para debate**. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Acesso em 27 de maio de 2016.

PERUZZO, Cicília. **Comunicação nos movimentos populares:** A participação na construção da cidadania. 3. Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2004. 342 p.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Televisão Comunitária:** Dimensão Pública e Participação cidadã da mídia local. 1. Ed. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2007. 198 p.

PERUZZO, C. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. **Anuário Uneso/Umesp de Comunicação Regional**, São Bernardo do Campo, ano 6, n° 6, p.51-78, jan-dez/2003 A.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet:** Planejamento e produção da informação on-line. São Paulo. 1. Ed. Editora Summus. 2003. 282 p.