



## WEB TV COMUNIDADE

Edwaldo Costa<sup>1</sup>

**RESUMO:** Hoje diversos meios de comunicação se rotulam comunitário, mas na verdade não passam de veículos comerciais. Muitos nem se preocupam em saber o real conceito e significado deste tipo de mídia. A Web TV Comunidade UEMG surgiu este ano (2010), na Universidade do Estado de Minas Gerais, e procura seguir as características de pesquisadores e especialistas no assunto para desenvolver um projeto de extensão coerente. Delimitamos Web TV Comunidade UEMG para o bairro Universitário devido à convivência no local e as características que apontam que para participar de uma comunidade não basta morar no bairro, na cidade ou frequentar segmentos religiosos. Tem que existir a interação e compartilhamento de modo de vida. O grande desafio deste projeto também é colocar em prática o telejornalismo na cultura do povo de Frutal/MG, que ainda se informa principalmente através de jornais e rádios. A transmissão da TV Comunidade é pela internet através de blog próprio. O Poder Executivo recebe em mãos as matérias sobre buracos, pinturas de obstáculos, poda de árvore e outros. Existe preocupação com outras editorias. Recentemente exploramos o lado cultural gravando um DVD de uma dupla do Curso de Comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Comunicação; Comunidade; Televisão.*

---

<sup>1</sup> Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pelo Centro Universitário Toledo (2005), graduação em Ciências da Computação - Faculdades COC (2004), Especialização em Informática na Educação - Universidade Estadual de Londrina (2006) e Mestrado em Comunicação Social - Universidade de Marília (2008). Atualmente leciona na Faculdade Birigui e na Universidade do Estado de Minas Gerais. Tem experiência na área de Comunicação, Informática e Educação. Contato: guga.aracatuba@terra.com.br.

## 1. Introdução

Com o grande desenvolvimento que tiveram nos últimos cinquenta anos, a mídia e a comunicação social passaram a ocupar um lugar central nas grandes transformações societárias. O momento atual, porém, traz características diversas daquelas que foram “denunciadas” pela Teoria Crítica e seus sucessores. O Estado, de um gigante ameaçador aos direitos individuais das pessoas, chega à fase da lógica do mínimo, com o avanço do livre mercado para fortalecimento dos grandes conglomerados transnacionais. (BAUMAN, 1998<sup>2</sup>)

O Projeto de Extensão Web TV Comunitário vem jogando luz e câmera sobre a cidade de Frutal/MG, em especial ao bairro Universitário. Esse é um momento para marcar, afinal neste município existe uma carência da cultura televisa.

A mídia frutalense ainda é praticamente voltada para os meios impressos e rádios. A presença de uma câmera de TV em certos locais públicos do município muitas vezes chama a atenção e assusta determinadas pessoas. Nem sempre é fácil conseguir entrevistas.

Também nos ocupamos da análise, estrutura e de alguns fragmentos discursivos presentes nas reportagens televisivas. Visando acentuar a constante formulação dos enquadramentos e outras técnicas adotadas no telejornalismo.

Uma literatura voltada para as áreas de televisão e comunidade têm nos capacitado para o atual cenário. Aos poucos vamos aumentando nossos conhecimentos e sanando as dúvidas e incertezas.

## 2. Televisão e comunidade

Segundo Barbeiro<sup>3</sup> (2002), “A televisão é um fenômeno de massa de grande impacto na vida social. É um dispositivo audiovisual através do qual a sociedade pode divulgar os seus feitos, anseios, sonhos e crenças para toda humanidade”.

Profissionais da área sabem que o texto jornalístico para televisão precisa ser simples, preciso e direto. A imagem e o texto devem andar juntos para uma matéria correta.

---

<sup>2</sup> BAUMAN, Zygmunt. O Mal-Estar da Pós-Modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

<sup>3</sup> BARBEIRO, Heródoto. Lima, Paulo Rodolfo. Manual Segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002.

Para Lima<sup>4</sup> (2004):

Na TV, o texto deve ser coloquial e o jornalista precisa ter em mente que está contando uma história para alguém. É a sensibilidade do jornalista que vai atingir o objetivo e levar ao ar a informação que seja fácil de ser compreendida pelo telespectador.

A Web TV Comunidade procura fazer um trabalho social e ajudar o executivo a ver mais rapidamente os problemas de Frutal. Pretende-se dar voz para o povo do bairro Universitário e garantir seus direitos de cidadãos.

Juristas dizem que para uma pessoa ser cidadão ela deve possuir os direitos civis, políticos e sociais. Ao encontro deste raciocínio Carvalho<sup>5</sup> (2003, p. 9) diz: “[...] o cidadão pleno seria aquele que fosse titular dos três direitos. Cidadãos incompletos seriam os que possuísem apenas alguns dos direitos. Os que não se beneficiassem de nenhum dos direitos, seriam não-cidadãos”.

A Comunicação comunitária para muitos erroneamente parece ser uma comunicação feita para pessoas de baixa renda. Mas na verdade significa:

O canal de expressão de uma comunidade independente do seu nível socioeconômico e território, por meio dos qual os próprios indivíduos possam manifestar seus interesses comuns e suas necessidades mais urgentes. De ser um instrumento de prestação de serviços e formação do cidadão, sempre com a preocupação de estar em sintonia com os temas da realidade local (DELIBERADOR; VIEIRA<sup>6</sup>, 2005, p.8).

3

Até hoje é difícil achar a melhor maneira de se fazer comunicação comunitária. São diversos autores e diversos significados.

A Web TV Comunidade segue as características ditas pela pesquisadora Peruzzo<sup>7</sup> (2008): “Processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania”.

A Web TV Comunidade direciona seu trabalho e suas matérias também para o

---

<sup>3</sup>LIMA, Venício. *Mídia: teoria e política*. Editora Fundação Perseu Abramo. São Paulo, 2004.

<sup>5</sup>CARVALHO, José Murilo. *Cidadania no Brasil, o longo caminho*. 4.ed. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2003.

<sup>6</sup>DELIBERADOR, Luzia M. Y.; Vieira, Ana C. R. Comunicação e educação para a cidadania em uma Cooperativa de Assentamento do MST. Trabalho apresentado no NP Comunicação para a Cidadania. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela INTERCOM e realizado na Universidade Estadual do Rio de Janeiro, de 5 a 9 de setembro 2005.

<sup>7</sup>PERUZZO, Cícilia M. Krohling. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 2008.

entretenimento. Nossa ideia não é só mostrar que a comunidade Universitária é feita apenas de problemas. Mais sim de outras coisas que vão muito, além disso, como por exemplo: músicos, artistas, esportistas, escritores e tantos outros talentos.

### 3. Veículos de mídia como sistemas sociais

A análise dos efeitos da televisão na formação do seu público não pode se restringir à questão de se decidir se é o gosto do público que determina o conteúdo da mídia ou se acontece o inverso. Esta questão pode ser mais bem explicada se utilizarmos a abordagem fornecida pelo paradigma estrutural funcional. Começaremos encarando a mídia como um sistema social que funciona dentro de um sistema externo específico: o conjunto de condições sociais e culturais que é a própria sociedade brasileira.

A análise funcional da mídia pode mostrar como ela faz para se manter estável mesmo diante de tantas críticas com relação a seu conteúdo de baixa qualidade ou de mau gosto.

A estrutura do sistema de comunicação de massa numa sociedade capitalista democrática como a nossa, onde os canais de televisão são, em grande maioria, concedidos às empresas de capital privado, é baseada na condição financeira.

Segundo Martín-Barbero <sup>8</sup> (2002), o caráter público já esteve nas mãos do Estado, da Igreja e dos partidos políticos. Atualmente esses segmentos não conseguem mais definir este espaço diante da presença dos aparelhos que inundam a sociedade de informação e imagens. A platéia que já foi o público, hoje é a audiência. De acordo com esse pensamento, pode-se concluir que o caráter público é a característica de um meio de abrir espaço ao discurso da sociedade, receber suas críticas e enviar informações. É o lugar do público, seja regional ou global, onde ele se reconhece e pode exercer a sua cidadania.

Outra forma de definir a TV pública é percebendo seu compromisso com a viabilização do que não se vê na TV comercial, a busca por novos formatos e a

---

<sup>8</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção In RINCÓN, Omar (org.) Televisão Pública: do consumidor ao cidadão. São Paulo, Friederich Ebert Stiftung, 2002.

preocupação com a cidadania. Nora Mazzioti<sup>9</sup> (2002:283: 284) cita algumas características que a TV pública deve possuir:

Deve estar alicerçada numa programação de qualidade; Deve assumir o que a televisão comercial deixa vago, sem pensar os gêneros com uma intencionalidade educativa ou conscientizadora; Precisa levar em consideração a diversidade cultural, a tolerância e a abertura para outros sujeitos culturais.

Martin-Barbero (2002) inovou nos estudos da comunicação quando nos trouxe novas concepções a respeito dos receptores, afirmando que estes não são sujeitos passivos que recebem informações de forma estática, pelo contrário são sujeitos integrais, que possuem identidade e participam de vários grupos, entre estes, o trabalho, a família, os amigos, com os quais trocam opiniões e formam juízo de valores a respeito do que lêem nos jornais ou assistem nas televisões. O autor enfatiza a importância da vida cotidiana como possibilidade de uma nova leitura dos meios. A essa nova leitura ele chama de mediação.

Vasconcelos<sup>10</sup> (2002) acrescenta:

Pertencer a vários grupos e instituições resulta em um referencial diversificado no qual em algumas ocasiões pesa o parecer da família, em outras, o dos amigos, levando-nos a refletir a respeito da possibilidade de um reforço, de uma complementação, ou mesmo de uma disputa de sentido entre tais grupos e instituições, uma vez que cada um deles tende a apresentar sua orientação como a mais própria e legítima.

5

Questões cruciais para entender as mudanças sociais podem partir da compreensão de como algo que está no texto de um filme age de alguma forma sobre seus espectadores.

Entender esse mecanismo pode servir para mudar, influenciar e até mesmo controlar a resposta do telespectador. Os filmes são feitos visando determinado público, que eles desejam atrair, os programas de televisão também. Para que determinado programa atinja um tipo de público, ele tem que fazer sentido para esse grupo, tem que atingir o emocional ou o racional fazendo com que os sujeitos entrem em sintonia com as imagens ou com a história.

---

<sup>9</sup> MAZZIOTTI, Nora. Narrativa: os gêneros na televisão pública In RINCÓN, Omar (org.) Televisão Pública: do consumidor ao cidadão. São Paulo, Friederich Ebert Stiftung, 2002.

<sup>10</sup> VASCONCELOS, Geni Amélia Nader. Cotidiano: um outro viés para entendimento da recepção televisiva. Goiânia: XI Endipe, 2002.

Se os canais universitários acertam o seu público, decifrando seus gostos e interesses, investir na educação e formação desses telespectadores através de uma programação de qualidade deveria ser a proposta básica, já que esta é a prioridade do Estatuto da UTV, documento criado para orientar o funcionamento das televisões pertencentes às IES que compõem o canal.

A ideia de público é proveniente de uma dedução ou intuição sobre quem estará do outro lado da tela assistindo. Essa questão é o cerne para a compreensão dos modos de endereçamento, ou seja, os produtores, diretores e roteiristas tanto de cinema quanto de televisão, quando fazem um filme ou um programa, o fazem pensando em endereçar a um determinado tipo de telespectador. Sendo assim, o tema, a música, a locação, o figurino e, principalmente, a linguagem devem corresponder àquilo que determinado público tem como usual ou, pelo menos, de alguma forma se identifica.

Os modos de endereçamento constituem estratégias bastante complexas de interpelar alguém ou se dirigir a um público determinado, especialmente se o resultado que se pretende é uma resposta traduzida como fidelidade, que é o que espera a televisão: a fidelização do público telespectador. Essas estratégias não são produzidas de uma hora para outra, elas são construídas e aprimoradas dia-a-dia e, no caso da televisão, elas são pensadas desde o seu surgimento, tecendo a história da educação, dos telespectadores e da formação do público (FISCHER<sup>11</sup>, 2003).

Este projeto de extensão proporciona oportunidade para o aluno universitário colocar em prática seus conhecimentos e sanar suas dúvidas. Além disso, está colaborando para o crescimento da Universidade e do próprio Curso de Comunicação. A Web TV Comunidade serve de instrumento para membros que queiram se expressar através da força da televisão.

O endereçamento deve ser feito utilizando os recursos que se imagina irão atingir ao público pretendido. Se as televisões universitárias querem atingir aos jovens com programas de qualidade que promovam a cidadania, que possibilitem a ampliação dos conhecimentos que eles já possuem, que pratiquem a pedagogia da participação, que estimulem o desenvolvimento social, que os prepare para o mundo do trabalho, então, devem produzir programas que abordem assuntos pertinentes a esses temas, como

---

<sup>11</sup> FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Televisão & Educação: fruir e pensar a TV*. Belo Horizonte. Autêntica. 2003.

ecologia, desenvolvimento sustentável, cooperação no trabalho, direitos e deveres do cidadão e etc. O endereçamento não diz respeito somente ao tema a ser tratado. Diz também respeito, por exemplo, a uma linguagem que seja acessível a este tipo de público.

Para alcançar o objetivo faz-se necessário realizar uma revisão de literatura que proporcione um entendimento dos conceitos de comunidade e televisão e analisar as outras emissoras deste segmento.

Não se trata, ao se mencionar objetividade, de oferecer ao público um produto neutro. Uma notícia elaborada com objetividade não necessariamente é, nem pode pretender fugir a certa dose de subjetividade. Trata-se de um material que, mesmo que envolva fatores subjetivos deixa para o leitor a possibilidade de avaliar e julgar determinado acontecimento. A notícia objetiva dispensa preconceitos sobre a natureza do fato, e oferece ao leitor a possibilidade da reflexão. Conforme afirma Bucci<sup>12</sup>:

O bom jornalismo nada tem a ver com indiferença, com neutralização do sujeito, como toda atividade própria da cidadania, ele se alimenta também de indignação. As emoções devem integrar a reportagem assim como integram a alma humana [...] A objetividade no jornalismo, que é intersubjetividade, não pede isenção total – pede equilíbrio (BUCCI, 2000, p. 94-95).

7

Para Bauman, o Estado contemporâneo já não se propõe mais à promessa de segurança social, que era a base de legitimação do Estado social. Em vez disso os políticos contemporâneos, ao passo que “tornam quase impossíveis os projetos de vida” das pessoas, pedem aos eleitores que sejam “mais flexíveis”, (ou seja, que se preparem para ter mais inseguranças no futuro) e busquem individualmente suas próprias soluções individuais para problemas socialmente produzidos” (BAUMAN<sup>13</sup>, 2007).

Essa “flexibilidade” é a base do que Bauman alcunhou de vida líquida, a vida atual, “uma vida precária, vivida em condições de incerteza constante”, uma “sucessão de reinícios”, na qual as pessoas vivem o “presente pelo presente, vivem para sobreviver (tanto quanto possível) e para obter satisfação (o máximo possível)”, através de complexos malabarismos de “flexibilidade” individual. É precisamente a “desatenção à vida em comum” que “impede a possibilidade de renegociar as condições que tornam líquida a vida individual”. (BAUMAN, 2007).

<sup>12</sup> BUCCI, E. Sobre Ética e imprensa. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

<sup>13</sup> BAUMAN, Zygmunt. Vida Líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

Trata-se de uma questão realmente interessante. No dinâmico e competitivo jogo de sobrevivência atual, em uma sociedade global crescentemente competitiva, a temática da segurança incide sobre todos, mas de maneiras diferentes dependendo da posição social que se ocupe. Aos que estão jogando de fato, além de sustentar a frenética atividade de se manter no jogo, ocorre a necessidade de poder desfrutar em paz do merecido usufruto do seu por assim dizer trabalho. Assim, segurança assume o sentido de proteger-se dos outros (BAUMAN, 2003, p. 19).

Para os primeiros, o ímpeto comunitário ganha um sentido de associar-se aos iguais para proteger-se contra o outro, o diferente; isolar-se, murar, fortificar e vigiar seu reduto de segurança árdua e artificialmente construído, que, entretanto permanece invariavelmente sob constante ameaça (Bauman, 2003). Para os segundos, pode, eventualmente, ocorrer um impulso comunitário um tanto diferente, de outra ordem: o de proteger-se um ao outro. Ao identificar comunidade e solidariedade, Paiva<sup>14</sup> (2003, p. 19) demarca esta última como uma “verdadeira estratégia dos que, por viverem na escassez ou à margem, constroem um saber particular de convivialismo e de experiência local”.

Com esta última possibilidade, pretende-se destacar a possibilidade de o impulso gregário, comunitário, surgir da opção do sujeito por, em busca de conferir condições e sentido à sua existência, vincular-se, reconhecer-se, pertencer, partilhar, participar, conviver. Obviamente tal ímpeto pode ocorrer ao primeiro grupo também, embora possa parecer menos provável, talvez não o seja de fato. Em todo caso, o que está em questão são duas inteligências (Bauman, 2003), duas compreensões polares da mesma questão da segurança.

#### 4. Material e Métodos

A internet, com suas infinitas possibilidades de comunicação, criou um arranjo sócio-cultural, que se tornou um estilo de vida contemporâneo de uma sociedade já imersa no ciberespaço e na cibercultura. Cibercultura, como define Pierre Lévy<sup>15</sup>, é: “O conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos e pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do

---

<sup>14</sup> PAIVA, Raquel. O Espírito Comum. Mídia, Comunidade e Globalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

<sup>15</sup> LÉVY, P. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

ciberespaço” (LÉVY, 1999).

Ciberespaço, também segundo Lévy:

É o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os sujeitos que navegam e alimentam esse universo” (LÉVY, 2004).

Para Leão<sup>16</sup> (2004), ciberespaço é:

Camaleônico, elástico, ubíquo e irreversível, e não se reduz a definições rápidas. Engloba a tríplice: as redes de computadores interligadas no planeta (incluindo seus documentos, programas e dados); as pessoas, grupos e instituições que participam dessa interconectividade; e, finalmente, o espaço (virtual, social, informacional, cultural e comunitário) que emerge das inter-relações homens-documentos-máquinas.

A internet, com seu caráter dinâmico – e desenvolvida para funcionar dentro de uma lógica que tem como vetor principal a velocidade – também fez emergir um conceito já existente, mas que se acentuou depois de ser impulsionado pela lógica da aceleração: a “dromocracia”. O radical grego dromos - significa corrida, carreira. Nesse, governo da corrida, a internet se transformou num meio de possibilidades sem fim capaz de impulsionar a realização dessas atividades cotidianas e, automaticamente, transformar o homem em um ser relativamente dependente dessa tecnologia. Hoje, quase todos nós, diariamente, trocamos informações por e-mail, navegamos nas agências de notícias, adquirimos informações específicas por meio de sites de buscas, pagamos contas bancárias, enfim, nos conectamos instantaneamente com o mundo. A internet, à medida que é utilizada para otimizar essas atividades, evolui como um mosaico recheado de informações de toda a natureza que se intercalam amarradas sob nós infinitos, com um crescimento expoente. Esses nós são confeccionados dentro de milhares ou milhões de páginas que vão aparecendo de forma subsequente umas às outras a cada clique no mouse.

Quando inadequado, o tratamento da notícia online é fruto, segundo a hipótese deste trabalho, da maneira como as empresas jornalísticas e o próprio jornalista se rendem à lógica da velocidade contemporânea para conseguir produzir o maior volume possível de notícias dentro do eixo capitalista atual, que prevê a maximização do lucro

---

<sup>16</sup> LEÃO L. Derivas: cartografias do ciberespaço. Lucia Leão (organizadora). São Paulo: Annablume; SENAC, 2004.

mercantilista.

Antes de elucidar os mecanismos de funcionamento da internet, baseada no vetor da velocidade – e os processos de produção do jornalismo online –, é necessário esmiuçar o nascimento dessa velocidade que rege hoje boa parte do funcionamento do mundo.

É a internet, em sua maior parte de atuação, que vai impulsionar a produção de notícias em larga escala e vai atender perfeitamente ao processo imposto pela lógica capitalista pós-moderna. A agilidade da internet – que viabiliza a comunicação em rede facilitando o fluxo de informações – impulsiona os processos produtivos jornalísticos e proporciona aos veículos de comunicação um resultado enorme no que diz respeito à apuração dos fatos e a transformação desses fatos em notícia. Logo, tem-se um fluxo contínuo de notícias na rede: é a internet facilitando a comunicação social e também interferindo nos processos de produção do jornalismo contemporâneo. Percebe-se a estrutura gigantesca da web, sua viabilização da comunicação social e também a interferência na produção em larga escala do jornalismo contemporâneo.

A prática do jornalismo na web criou basicamente duas correntes que se debruçam sobre esse ramo da comunicação. De um lado, os que insistem em que a inserção do jornalismo no campo da cibercultura resulta numa decadência. Para essa corrente, a aceleração natural da web impede que repórter, editor e redator dêem tratamento adequado à notícia, já que se tornam reféns de um tempo cada vez mais célere.

10

Do outro lado, os defensores da internet argumentam que a rede mundial de computadores é o caminho para a prática de um jornalismo livre de censura e mais participativo, libertário e eficiente no que diz respeito à publicação de qualquer assunto que interesse à comunidade. O debate sobre o comportamento dessas duas correntes certamente sempre se estenderá na mesma proporção que o crescimento da internet e o surgimento de novas ferramentas disponíveis ao jornalismo online. O aparecimento de qualquer aparato novo sempre será motivo para discussões prós e contras.

A importância do Blog e do Twitter como divulgadores de informações instantâneas é inegável. Cada internauta, detentor de um blog, publica na sua página aquilo que bem entender. Desse ângulo, não haveria por que criticar a internet.

Mas, se de fato a maior parte dos blogueiros não tem formação jornalística, de

onde vem o interesse pelo que escrevem? Para ROSSI<sup>17</sup> (2002, p. 183), muitos blogueiros escrevem sobre áreas que dominam. Às vezes, por serem participantes, não apenas observadores, chegam a ter melhor acesso às fontes de informação do que os jornalistas. Nesse contexto, o autor aponta que o New York Times, por exemplo, já não compete apenas com outros jornais da cidade, mas com todo o volume de informações disponíveis on-line.

Assim, pode-se dizer que o Blog e o Twitter vêm contribuindo para a continuidade e o aprofundamento de um assunto lançado pela mídia de massa. Para alguns pesquisadores o movimento dos blogs e twitter contribuem para o levantamento de uma questão importante, e se relacionada a algum fato concreto, pode determinar e cobrar soluções. São vários os exemplos de pessoas punidas graças ao bom trabalho de blogueiros e sites de notícias.

## 5. Resultados e Discussão

A Web TV Comunitária tem um blog onde são publicadas as matérias. <http://TVcomunidade.blogspot.com>. Por isso, a velocidade da internet, no que diz respeito quanto à sua influência sob o jornalismo, consegue fazer o conteúdo ficar interativo. Com a participação online do telespectador ela tende a apontar outros pontos de vista. Mas o jornalismo online não se limita só a essas ferramentas como base de sustentação de sua prática. A internet vive majoritariamente de notícias, que podem surgir a partir do auxílio de blogs, twitters, sites de busca e outras ferramentas, mas que posteriormente, deverão ser trabalhadas dentro de outros instrumentos. É aí que a velocidade se torna peça-chave no que diz respeito ao modo de produção do jornalismo na web. O jornalista não pode ser apenas um agente transmissor do acontecimento, uma máquina reprodutora de informações, recebidas, por exemplo, de um post de um blog ou de uma mensagem do twitter – que tem funções limitadoras. Ele deve dispor, acima de tudo, de espírito crítico e social para cumprir uma missão que lhe é passada e que deve, primeiramente, atender às necessidades de milhares de pessoas que vão, a princípio, depositar confiança e credibilidade no produto que lhes será transmitido. Não basta utilizar um blog ou um twitter para divulgar qualquer tipo de acontecimento. É

---

<sup>17</sup> ROSSI, Clóvis. O que é jornalismo. São Paulo: Brasiliense, 2002

preciso ir além. Avançar dentro dos padrões jornalísticos que regem a produção efetiva da notícia. A tarefa jornalística cotidiana deveria ser encarada, como nota Clóvis Rossi, como “uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes” (ROSSI, 2002, p. 7).

Tendo como regra básica esse espírito social, o jornalista precisa enxergar o fato com cautela e ser capaz de transformar esse acontecimento num produto jornalístico plausível, que obedeça a uma lógica narrativa que aborde todas as vertentes do fato, balizada em valores éticos e morais, informando corretamente o leitor – sem decisões precipitadas, respeitando a cronologia desse acontecimento e aguardando todos os seus desdobramentos naturais – e, mais do que isso, despertando a consciência desse leitor para que ele reflita sobre cada aspecto da notícia, obtendo capacidade de discernimento diante de tudo o que lhe é apresentado. O jornalismo é um processo social realizado dentro de uma ação consciente do jornalista, que tem o dever de investigar o acontecimento, selecionar seus vetores construtivos, avaliar suas implicações conceituais e sociais e, depois de filtrar e separar causas, consequências e desdobramentos, desenvolver uma narrativa coerente, relatando aquilo que lhe for socialmente justificável dentro dos critérios de noticiabilidade, portanto de interesse público. O jornalismo, nesse sentido, é o elo que, nos processos sociais, cria e mantém mediações viabilizadoras do direito à informação. Assim, trilha o princípio ético universal que deve orientar a moral das ações jornalísticas em função da qual o jornalista assume responsabilidade pelas suas tarefas cotidianas. O direito à informação não se restringe apenas ao mecanismo de receber essa informação. É preciso uma prática jornalística correta e efetiva para que essas informações sejam recheadas de conteúdos efetivos, construídos dentro de contextos consistentes e bem elaborados. Não basta receber determinada informação de uma mensagem de celular ou de um blog ou ainda da interatividade do twitter. É preciso trabalhar essa informação antes de transformá-la em notícia.

A lógica do capitalismo fez crescer a circulação da informação. Com o desenvolvimento das cidades, a conquista de novos mercados, o aumento do abastecimento mundial e o avanço da tecnologia, a informação se transformou em um instrumento capaz de acelerar e viabilizar essas relações multilaterais entre comunidades, governos, países, nações. Mais do que um produto dotado de conteúdos

estritamente ligados aos interesses da sociedade, a notícia passou a obedecer sistematicamente a uma regra mercadológica: atender as necessidades não só de quem a consome, mas de quem a produz (empresa jornalística), de quem a mantém em circulação no mercado (patrocinadores) e dos órgãos governamentais, que, de certa forma, contribuem para o progresso dos veículos de comunicação quando atendem aos seus interesses.

## **6. Considerações Finais**

Falar em comunicação comunitária parece uma contradição em termos. Afinal, a assim chamada comunicação social, quer dizer, tecnicamente mediada – esse fenômeno social contemporâneo que alça o termo comunicação à discussão nas ciências humanas – emerge justamente na complexificação da sociedade moderna, que implicou no declínio das comunidades tradicionais.

A comunicação comunitária permanece como um desafio a pesquisadores e ativistas de comunicação. Embora muito se tenha escrito sobre o tema, as abordagens ainda permanecem insuficientes para cobrir a complexidade em questão, tarefa que talvez nem seja possível para qualquer teoria presente.

13

Inicialmente buscaram-se informações sobre os principais sistemas existentes pelo mundo, a fim de encontrarmos referências que pudessem servir de suporte para a implantação da Web TV Comunitária.

Se a lógica da democracia cibercultural determinou a adoção de novos mecanismos de produção da notícia, o jornalista que trabalha nesse meio também modificou bastante sua forma de atuação para conseguir se encaixar nesse novo modelo. Reféns de um tempo cada vez mais escasso obrigados a cumprir os prazos de fechamento que são reduzidíssimos, repórteres, redatores e editores passaram a lutar contra o tempo.

Conclui-se que não há de se confrontar as inovações tecnológicas com o jornalismo tradicional, que dispensa a lógica da velocidade e tenta se firmar como uma prática que demanda somente paciência e não a aceleração. É preciso, de uma maneira geral, que haja uma adaptação natural às novidades informáticas e ao surgimento de um aparato que cada vez mais se prolifera no cenário mundial no dorso do vetor acelerativo. Pensando desta maneira que a Web TV Comunitária da UEMG é utilizada de

instrumento otimizador para boas práticas jornalísticas atuais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES-MAZZOTTI, J. Impacto da pesquisa educacional sobre as práticas escolares. In: ZAGO, N; CARVALHO, M. P.; VILELA, R.A.T. (Org.). Itinerários de Pesquisa: perspectivas qualitativas em sociologia da educação. Rio de Janeiro: D.P& A, 2003. p.33-48.

BARBEIRO, Heródoto. Lima, Paulo Rodolfo. Manual Segredos da noticia na TV. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. O Mal-Estar da Pós-Modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. Vida Líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BUCCI. E. Sobre Ética e imprensa. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

DELIBERADOR, Luzia M. Y.; Vieira, Ana C. R. Comunicação e educação para a cidadania em uma Cooperativa de Assentamento do MST. Trabalho apresentado no NP Comunicação para a Cidadania. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela INTERCOM e realizado na Universidade Estadual do Rio de Janeiro, de 5 a 9 de setembro 2005.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Televisão & Educação: fruir e pensar a TV. Belo Horizonte. Autêntica. 2003.

LÉVY, P. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

LEÃO L. Derivas: cartografias do ciberespaço. Lucia Leão (organizadora). São Paulo: Annablume; SENAC, 2004.

LIMA, Venício. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Novas visibilidades políticas na cidade e visualidades narrativas da violência*. In COUTINHO, Eduardo Granja (org). *Comunicação e Contra-hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção* In RINCÓN, Omar (org.) *Televisão Pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo, Friederich Ebert Stiftung, 2002.

MAZZIOTTI, Nora. *Narrativa: os gêneros na televisão pública* In RINCÓN, Omar (org.) *Televisão Pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo, Friederich Ebert Stiftung, 2002.

MAZZIOTTI, Nora. *Narrativa: os gêneros na televisão pública* In RINCÓN, Omar (org.) *Televisão Pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo, Friederich Ebert Stiftung, 2002.

15

PAIVA, Raquel. *O Espírito Comum. Mídia, Comunidade e Globalismo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 2008.

ROSSI, Clóvis. *O que é jornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 2002

VASCONCELOS, Geni Amélia Nader. *Cotidiano: um outro viés para entendimento da recepção televisiva*. Goiânia: XI Endipe, 2002.