



Portal Comunitário e características do jornalismo local e hiperlocal

VIEIRA, Anna Vitória Cuimachowicz¹

CAMARGO, Bruna Aparecida²

SALVI, Larissa³

BECKER, Maria Lúcia⁴

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Paraná, PR

RESUMO

O artigo mostra um estudo conceitual acerca do jornalismo local e hiperlocal, e utiliza como referência o projeto Portal Comunitário, da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), para contextualizar o jornalismo comunitário. O artigo também analisa os critérios de noticiabilidade que permeiam a notícia e o jornalismo como função social. Por meio da pesquisa dos conceitos citados foi possível perceber suas relações e especificidades.

PALAVRAS CHAVE: jornalismo local, hiperlocal, Portal Comunitário, jornalismo comunitário, critérios de noticiabilidade, função social.

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como objetivo a explicitação do jornalismo comunitário, tendo como objeto o Portal Comunitário, projeto do Departamento de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). O projeto, que foi criado em 2008, atua em parceria com mais de 60 grupos, como ONGs, associação de moradores, sindicatos e movimentos sociais. Ele funciona por meio da plataforma web (www.portalcomunitario.jor.br). O Portal, além do jornalismo comunitário, também perpassa pelo jornalismo popular e alternativo.

¹ Graduanda do curso Bacharelado em Jornalismo, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa. anna.cuima@gmail.com

² Graduanda do curso Bacharelado em Jornalismo, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa. Bruuna.camargo23@gmail.com

³ Graduanda do curso Bacharelado em Jornalismo, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa. larissasalvi@hotmail.com

⁴ Doutorada, professora adjunto de Jornalismo Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa. marialuciabecker@yahoo.com.br



Também tem como intuito conceituar e explanar as características do jornalismo local e hiperlocal, visto que estão atreladas as formas jornalísticas já citadas. Para isso, a pesquisa visa descrever também sobre os critérios de noticiabilidade e o jornalismo como interesse público.

O jornalismo comunitário é correlato à mídia local, pois ele trata de temas que não se encontram nas grandes mídias, uma vez que ele tem como finalidade, suprir necessidades de determinadas comunidades. É conhecido por atuar de maneira mediadora entre associações, movimentos sociais e grupos e buscar a ligação entre o poder público e a sociedade como um todo. Através disso a sociedade civil torna-se além de protagonista, recebedora do material publicado.

Na mídia local por sua vez, temas com visibilidade maior são mais corriqueiros, por conta de interesses de mercado e interesses que geram a uma parcela significativa da sociedade.

Nas palavras de Mario Kaplun (apud PERUZZO, 2006, p. 3), a chamada comunicação popular é “uma comunicação libertadora, transformadora, que tem o povo como gerador e protagonista”. E dessa forma está conectada às lutas de movimentos e organizações populares. Por conta disso, o Portal Comunitário tem em suas raízes a comunicação popular. Segundo Peruzzo (2006, p. 2): “trata-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 de participação política”.

No Brasil, esses dois modos de comunicação se fortaleceram entre os anos de 1970 e 1980, com ênfase na atuação da imprensa alternativa nos anos de maior fechamento deste período de ditadura militar. Já a denominação de “comunicação comunitária” é de uso mais contemporâneo, sendo mais conhecida a partir dos anos 1990 como designação do “canal de expressão de uma comunidade (independente do seu nível sócio-econômico e território), por meio do qual os próprios indivíduos possam manifestar seus interesses comuns e suas necessidades mais urgentes” (DELIBERADOR e VIEIRA, apud PERUZZO, 2006, p. 9).

CARACTERÍSTICAS DA MÍDIA LOCAL E HIPERLOCAL



A mídia local, em sua maioria acaba por se tornar responsável por todo tipo de tema seja ele municipal ou regional e já a mídia comunitária tem como base tratar de questões mais sociais.

A conceptualização de local segundo Peruzzo (2003) permeia as duas mídias, e serve em sua maioria para identifica-las, porém sua definição de modo mais palpável torna-se impossível.

O conceito de Ortiz aplica-se também à dimensão de “hiperlocal”, que integra as referências de sociabilidade mais recentemente. O termo se tornou sucessivo no vocabulário das ciências da comunicação na segunda metade da década de 2000. O hiperlocal é entendido como a rua, o quarteirão, a vila, o núcleo habitacional, o condomínio, ou o bairro, assim como um segmento singular da população.

CARACTERÍSTICAS, SEGUNDO PERUZZO (2003, P. 8-17)

Na mídia comunitária, o foco está em tornar público assuntos que interessa para a comunidade, tanto no interior da própria comunidade, outras comunidades ou mesmo para a sociedade em geral. Apesar de a propriedade poder ser institucional, coletiva ou privada, ela está inteiramente à disposição da comunidade. Não tem fim lucrativo, geralmente recebe doações ou se sustenta por si mesma, buscando sempre manter sua autonomia perante os governos ou grupos de interesse político e/ou econômico. Para que dessa forma possa ser independente e não ser sujeito aos interesses de mercado.

Possui conteúdos direcionados a determinados grupos, e sua abrangência é limitada (no que se refere à audiência, cobertura, número de leitores, etc.), mas têm, em sua essência, sempre utilidade pública. Um de seus recursos é a participação ativa de indivíduos do meio ou grupo em questão, nesse caso é constante o ato de o receptor tornar-se emissor e vice-versa.

Já a mídia local baseia-se continuamente nos moldes de grandes veículos de comunicação e apresenta como diferença apenas a apresentação de um conteúdo mais específico para sua região. Ou seja, aborda temas da localidade e/ou região que muitas vezes não são veiculados na grande mídia. O grupo de mídia local possui o controle de espaços destinados à participação dos cidadãos. A mídia torna-se local muitas vezes também no



sentido de pertencer àquela região ou, não ser do local, mas disponibilizar cadernos especiais ou programas que tratem de determinada região.

VALORES-NOTÍCIA E SUA RELAÇÃO COM O JORNALISMO LOCAL E HIPERLOCAL

Notícias sobre fatos mais próximos despertam maior interesse, isso significa as pessoas se interessam mais por temas que causem impacto direto em seu cotidiano. A explicação para isso é há uma tendência em valorizar o que é da comunidade, escolha por suas raízes e busca por informações de fatos que acontecem à sua volta.

Muitos debates surgem sobre o que se torna ou não interesse da sociedade, já que é o jornalista que de certa forma torna-se responsável pela “seleção” da notícia. Além, é claro, de que mesmo vivendo em sociedade os interesses são distintos, e, portanto decidir o que é de interesse torna-se uma tarefa complexa. Erbolato exemplifica a questão reconhecendo a dificuldade tanto em conceituar notícia como em classificá-la: “Se é difícil ou impossível definir a notícia, maiores são ainda as dificuldades para se dizer, em termos jornalísticos, o que seja interesse”. (2008, p.50)

Erbolato também estudou os valores- notícias e definiu, que “as notícias devem ser recentes, inéditas, verdadeiras, objetivas e de interesse público”. (2008, p.46). Ou seja, o que caracteriza a notícia é primeiramente sua essência de novidade e objetividade, mas principalmente a notícia deve ser verdadeira e interessar para sociedade, se não for assim, perde a qualidade de notícia.

JORNALISMO COMO FUNÇÃO SOCIAL

O interesse público é responsável por validar o jornalismo, sendo, como afirma Wilson Gomes (2009), uma profissão com função de instituição social. Afinal, ela possui como fundamento ser voltada para servir, logo serve também à opinião pública. Ricardo Noblat explica, em seu livro “A arte de fazer um jornal diário”, que “interesse público é diferente do que interessa ao público”, ou seja, o jornalismo tem a obrigação de passar informação de qualidade, informação essa que tenha como base a ética e a democracia. “A democracia depende de cidadãos informados”, dessa forma, antes de o jornal ser visto como um mercado deve ser compreendido como um serviço público.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa possibilitou compreender as distintas especificidades das modalidades jornalísticas. O jornalismo da chamada mídia local visa interesses de mercado, enquanto o jornalismo comunitário dá importância a ações sociais que não têm tanta visibilidade e espaço nas mídias convencionais. A ideia de mídia comunitária, sendo, portanto produzida para a comunidade prioriza a participação ativa das pessoas nesse meio, já que elas são o objetivo principal desse veículo, que enfatiza o conteúdo de utilidade pública. É perceptível também que apesar de a mídia local e comunitária se relacionar e muitas vezes até se sobrepondo ou se complementando no tempo e espaço, as duas têm características específicas, que determinam, portanto, os conteúdos que produzem.

Assim como o interesse público, o compromisso com a sociedade e a imparcialidade deve ser o alicerce das produções jornalísticas. Segundo Wolfgang Langenbacher (apud GOMES), é função dos meios de comunicação facilitar o diálogo entre os grupos que estão envolvidos na formação da vontade política, possibilitando, a opinião pública direcionada. “Mais que uma função social, o serviço ao interesse público é valor eminente e o princípio que o preserve torna-se uma determinação moral” (GOMES, 2009, p. 70).

Referências

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. [7.ed.]. São Paulo: São Paulo: Contexto, 2010.

PERUZZO, Cícilia Maria Krohling. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. **Anais ...** Brasília: UNB, 2006, CD-ROM.

_____. Mídia local e suas interfaces com a comunicação comunitária. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2003, Belo Horizonte. **Anais ...** Belo Horizonte: UFMG, 2003, CD-ROM.

ERBOLATO, Mário. Técnicas de codificação em jornalismo; redação, captação e edição no jornal diário. 5ª ed. São Paulo: Ática, 2008.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teoria do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2009.