

EDUCOMUNICAÇÃO, COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E JORNALISMO LITERÁRIO: TRÊS TEORIAS E ALGUMAS PROPOSTAS EM UM PROJETO DE EXTENSÃO

Fabiano Ormaneze¹

“O termômetro que mede a democracia numa sociedade é o mesmo que mede a participação dos cidadãos na comunicação.”

Herbert de Souza, Betinho.

O caminho da extensão universitária

O projeto de extensão universitária “Comunicação Comunitária e Cidadania: Práticas Educomunicativas no Centro de Assistência Social (CAS) Copiosa Redenção” começou a ser desenvolvido pelo autor deste artigo em março de 2014 e tem suas atividades previstas até dezembro de 2015. A proposta surgiu a partir de demandas da organização não governamental (ONG) que sedia as atividades, localizada na segunda mais populosa região de Campinas (SP), Campo Grande, Noroeste da cidade.

O projeto de extensão tem como objetivo geral desenvolver atividades com a participação de adolescentes (entre 12 e 18 anos), assistidos pela instituição, em busca da capacitação para elaborar produtos jornalísticos comunitários. Como será demonstrado neste artigo, esse processo tem sido construído a partir de práticas que relacionam comunicação comunitária e educomunicação, na criação e implantação de meios de comunicação comunitários, que integrem, pelo menos, mídia impressa e digital. A essas duas vertentes teóricas, associa-se também concepções do jornalismo literário, uma vez que, como proposta de trabalho, esse conceito baseia-se em elementos como a humanização, característica que soma contribuições em propostas de comunicação comunitária que, entre outros objetivos, ajudam a elevar a noção de identidade.

Projetos de extensão universitária que envolvam comunicação e educação devem se pautar no desenvolvimento da autonomia do sujeito envolvido no processo e que se beneficia com o conhecimento gerado na academia. A universidade, assim, leva aquilo que produz para beneficiar outros grupos que não aqueles com acesso direto a suas pesquisas e atividades internas. Destaca-se, nesse processo, a importância de uma atitude que não seja paternalista ou verticalizada, mas sim de diálogo e de construção de saberes e habilidades que, mesmo com o término do projeto, possam continuar gerando produtos e benefícios. É um processo educativo que, como diz Freire (1996), deve se guiar pelo desenvolvimento da autonomia dos sujeitos, que participam ativamente dos processos e da condução das atividades.

As atividades aqui referenciadas devem desdobrar-se em cinco fases: 1) Avaliação e mapeamento da situação de comunicação na comunidade assistida pelo CAS Copiosa Redenção; 2) Elaboração de um plano de comunicação a ser desenvolvido durante o período de realização do projeto a partir da avaliação realizada na primeira fase; 3) Realização de oficinas de análise crítica da mídia e de comunicação comunitária; 4) Realização de oficinas de caráter prático, para a incorporação e técnicas e conceitos para desenvolver produtos midiáticos comunitários (jornal impresso, jornal online etc.); 5) Acompanhamento da produção dos produtos midiáticos a partir do plano de comunicação elaborado com os assistidos pela entidade parceira.

¹ Jornalista. Professor com plano de extensão no biênio 2014/2015 na PUC-Campinas. Mestre pelo Instituto de Estudos da Linguagem (IEL), da Unicamp.

O método de trabalho utilizado será a realização de oficinas e, num segundo momento, de consultoria durante a elaboração dos produtos jornalísticos (impresso e digital) pela comunidade. Para identificar as necessidades da comunidade e do grupo atendido, serão realizados momentos de diálogo e discussão dos objetivos dos veículos de comunicação e sua relação com o ideal de comunidade.

Em termos de conteúdo, as oficinas deverão desdobrar-se em quatro grandes blocos, cada uma delas com quatro encontros, com exceção do último bloco, em que estão previstas oito atividades. Os blocos de oficinas são os seguintes: 1) Introdução à comunicação, comunicação comunitária, objetivos e características; 2) Leitura crítica da mídia, comparação entre veículos comunitários e a grande imprensa; 3) Projeto de comunicação – caracterização, diagnóstico das necessidades e dos recursos; 4) Capacitação técnica – pauta, reportagem, texto jornalístico, diagramação, fotojornalismo, jornalismo online, blogs, redes sociais digitais, interação entre mídias e assessoria de imprensa.

Importante dizer que este artigo, produzido no primeiro semestre de 2014, apresenta apenas a proposta teórica, sem ainda conseguir mensurar resultados, uma vez que, no momento de sua redação, as atividades com os adolescentes estão em estágio inicial. São apresentadas, no entanto, impressões iniciais das atividades.

Uma região do tamanho de uma cidade

O CAS Copiosa Redenção² está inserido numa região com altos índices de vulnerabilidade social e, mais especificamente ao que diz respeito a esse projeto, nenhum veículo de comunicação comunitária. O Copiosa Redenção é uma das dezenas de ONGs que atuam na região, oferecendo atendimento a pessoas de todas as idades em cursos de capacitação, orientações profissionais, alimentação, atendimento psicopedagógico etc.

A Prefeitura de Campinas, por meio da Administração Regional 13 (AR-13), estima que cerca de 150 mil pessoas morem nos 72 bairros que compõem a região Campo Grande. Nessa área, com distância superior a 20 km do Centro, persistem problemas sociais que remontam, em alguns casos, aos anos 1980, quando a região começou a se desenvolver com a chegada dos primeiros moradores (CARMO-ROLDÃO, 2011). É o caso de deficiências no que tange ao saneamento básico, à assistência social, à saúde pública e à educação, principalmente em áreas constituídas por ocupações e favelas. A região constitui-se, portanto, como uma área com altos índices de vulnerabilidade social, aqui compreendida como “a exposição a contingências e ao estresse, com a dificuldade para lidar com eles. A vulnerabilidade tem dois lados: um externo, com riscos, choques e estresses, aos quais o indivíduo ou seus membros familiares estão sujeitos; e um lado interno, com a falta de defesa e a falta de meios para sobreviver” (CHAMBERS, 1989, p. 11).

Nesse contexto, acredita-se que um projeto de comunicação comunitária possa auxiliar a diminuir os riscos de vulnerabilidade social, à medida que, em sua gênese, ela é “o resultado de um processo, realizando-se na própria dinâmica dos movimentos populares, de acordo com as suas necessidades. Nessa perspectiva, uma das suas características essenciais é a questão participativa voltada para a mudança social” (PERUZZO, 1998, p. 115). A comunicação comunitária, assim,

² A entidade é mantida pela Congregação do Santíssimo Redentor. Entre seus fundamentos, a congregação destaca a vocação para as missões assistenciais e o desenvolvimento de casas de apoio social, como é o caso do CAS Copiosa Redenção, que começou suas atividades em março de 2010. O objetivo da ONG é “promover a integração familiar pelo compartilhar das experiências e maior convivência; oferecendo atendimento socioeducativo em grupo, com acompanhamento de assistente social, psicóloga e pedagoga”, conforme explicitado no site da instituição. Ao todo, cerca de 200 pessoas são atendidas mensalmente pela entidade. Entre os projetos, estão programas de geração de renda, atendimento e acompanhamento psicopedagógico e inclusão digital.

desenvolve-se no bojo da educação popular libertadora, ligada à cultura do povo contra a degradação das condições de existência e pela defesa da vida [...]. Ela não tem um fim em si mesma, mas relaciona-se com um pleito mais amplo. É meio de conscientização, mobilização, educação política, informação e manifestação popular do povo. É canal por excelência de expressão de denúncias e reivindicações dos setores organizados da população oprimida. (PERUZZO, 1998, p. 126)

Com essa contextualização, percebe-se que a comunicação comunitária, além de auxiliar na geração de um espírito de pertencimento, pelo qual o indivíduo sente-se parte de um grupo, identificando-se com ele, é uma forma de expressão das lutas, reivindicações e da cultura de determinado grupo social, em geral, pouco retratado pela grande mídia, principalmente, no que diz respeito às suas necessidades e às suas idiossincrasias culturais. Não raro, a grande mídia relega às comunidades socialmente desfavorecidas o espaço apenas do folclórico e da violência, deixando de retratá-las como um grupo com as suas especificidades culturais, necessidades e reivindicações.

Como o projeto também contempla uma reflexão e análise da mídia, percebe-se a importância do trabalho educacional, como forma de impulsionar um espírito crítico diante das produções midiáticas. Esse trabalho de reflexão diante do papel da mídia e de como ela produz e reproduz sentidos, faz-se importante, principalmente, diante de dois fatores: 1) a hegemonia dos grandes grupos de comunicação e 2) a ideia ainda bastante frequente de que o jornalismo retrata a “verdade”, com seus ideais de objetividade, isenção e imparcialidade, constituídos historicamente e que servem à manutenção da comunicação hegemônica.

A educacional, nesse sentido, surge como um campo de interface entre a comunicação e a educação, respeitadas suas especificidades, mas que se interpenetram. Assim, acredita-se que, ao oferecer subsídios para a leitura crítica da mídia e ao perceber como é possível reforçar a ideia de comunidade a partir da comunicação, pode-se contribuir para o desenvolvimento de novas formas de se relacionar com o mundo e de percebê-lo.

Considerada como quarto poder, a mídia exerce papel central na sociedade contemporânea, seja na transmissão de informações, na constituição de formas de entretenimento, na geração de temáticas para a discussão e na circulação de discursos sobre grupos, temáticas e até pessoas. Cohn (1973) expõe que a mídia serve como uma ponte entre a elite cultural e massa, como “difusora” de conhecimento e de cultura. DeFleur (1993), na mesma direção, propõe a teoria da dependência, pela qual a mídia é vista como um elo vital entre as metas e os recursos que grupos ou indivíduos necessitam para atingir seus propósitos. A partir desses dois autores, colocam-se duas questões: se a mídia é compreendida como “difusora” de conhecimento e cultura, que imagem ela reforça e difunde, em suas produções, sobre comunidades e grupos minoritários? Se há uma dependência da mídia por parte do sujeito para atingir seus objetivos, como uma comunidade pode ser capacitada para usar meios de comunicação em seu favor?

Na busca por respostas a essas perguntas, emergem os conceitos de comunidade e comunicação comunitária. De acordo com Marcondes Filho (1987), no final do século XIX, ao se afastar gradativamente dos conceitos positivistas com os quais surgiu, a sociologia começava a perceber que o conceito de comunidade não podia ser visto como alternativa ao conceito de sociedade. Comunidade “é parte dela, e sua lógica funciona junto com a da sociedade maior, despersonalizada, anônima” (MARCONDES FILHO, 1987, p. 156).

De acordo com Palácios (1990), a comunidade deve ser vista menos por uma relação geográfica, de delimitação em um mapa, mas essencialmente como uma “forma de relação caracterizada por situações de vida, objetivos, problemas e interesses em comum de um grupo de pessoas, seja qual for a dimensão desse grupo e independente de sua dispersão ou proximidade geográfica” (PALÁCIOS, 1990, p. 107). Peruzzo (2003, p. 55-56), focando a questão já numa perspectiva comunicacional, acrescenta que

Comunidade não pode ser confundida com bairro, cidade ou com segmentos étnicos, religiosos, de gênero, acadêmicos etc. Ela pressupõe a existência de elos mais profundos e não meros aglomerados humanos. [...] Assim sendo, não basta falar de coisas de um lugar para que um meio de comunicação seja considerado comunitário [...]. Nessa perspectiva, o que é mais importante são as identidades, o vínculo e a inserção como parte de um processo comunitário mais amplo, ou seja, compromisso com a realidade de cada lugar.

Esse “compromisso com a realidade de cada lugar”, de que fala a autora, é o ponto central de um projeto de comunicação comunitária e também uma das principais diferenças em relação aos meios de comunicação de massa tradicionais, que, concebidos como negócios, têm o objetivo de atingir uma parcela muito mais ampla da sociedade e difundir valores ligados aos grupos que os patrocinam.

É preciso parcimônia ao classificar um processo de comunicação como “comunitário” ou então um veículo como “jornalismo comunitário”. Muitos que assim se intitulam, na verdade, adquiriram (ou já nasceram com) cunho estritamente comercial. Entre os diferenciais de um processo de comunicação comunitária, conforme defendem Marcondes Filho (1987) e Peruzzo (2003), está o fato de quem dele participa ou o elabora. É fundamental, para esses dois autores, que haja a participação efetiva da comunidade nas decisões editoriais e no processo de produção, com a possibilidade de serem eles próprios os redatores e editores. “Um jornal comunitário é elaborado por membros de uma comunidade que procuram através dele obter mais força política, melhor poder de barganha, mais impacto social, não para alguns interesses particularizados (anunciantes, figuras proeminentes), mas para toda a comunidade que esteja operando o veículo” (MARCONDES FILHO, 1987, p. 161).

Por ter em seu bojo princípios como “autonomia” e “participação popular”, a comunicação comunitária torna-se um cenário muito propício para o desenvolvimento de projetos de extensão universitária, em razão de sua vocação para contribuir com a cidadania e a participação política dos sujeitos. Da mesma forma, encontra ressonância em projetos assistenciais, como é o caso do CAS Copiosa Redenção, que tem, entre seus objetivos, ser um facilitador para a capacitação profissional, a educação não formal e a construção da cidadania.

Cada vez mais, embora a bibliografia mais clássica sobre o assunto fale, em quase sua totalidade, em “jornal” como mídia comunitária (ou variações impressas, com os fanzines, por exemplo), há de se contextualizar que as novas tecnologias trouxeram desafios e oportunidades para a criação de processos comunicacionais comunitários. É o caso da utilização de ferramentas como blogs, sites, páginas em redes sociais digitais, sem esquecer a integração desses produtos com os tradicionais veículos, como jornais, muitas vezes produzidos pelas comunidades.

Embora a internet possa significar um espaço de facilitação e de democratização da informação e da produção midiática, há ainda alguns entraves a vencer. “Se as novas tecnologias podem proporcionar um ideal para a comunicação democrática, oferecendo novas possibilidades para a participação descentralizada, elas podem também sustentar formas extremas de centralização de poder” (MAIA; GOMES 2008, p. 278). Isso ocorre devido ao acesso ainda restrito à internet, além do fato de que os grandes grupos de mídia também se tornaram grandes potências nos ambientes digitais. O custo das novas tecnologias e o chamado analfabetismo digital também originam distâncias para o acesso e a inclusão digital³. A rede também fez surgir outras grandes empresas que transformam a comunicação digital em negócios. Dessa forma, num trabalho de

³ Entende-se aqui como “acesso” a possibilidade de utilizar dispositivos tecnológicos digitais. Por “inclusão”, entende-se um processo mais amplo, que envolve o uso consciente, o fortalecimento de redes e a possibilidade de usar a internet para fazer valer direitos.

educomunicação e de comunicação comunitária via internet, faz-se necessária a discussão sobre o papel das mídias digitais no processo de democratização da comunicação, essas novas formas de concentração (marcadas, principalmente, por sites conhecidos como buscadores, consultados diariamente e que têm estratégias muitas vezes desconhecidas pelos usuários para indicar quais páginas aparecerão em destaque) e também a criação de táticas para que, uma vez colocada na internet, a informação possa ser encontrada e vista pelo público que se deseja.

Maia e Gomes (2008, p. 278) lembram que, “para fortalecer a democracia, são necessárias não apenas estruturas comunicacionais eficientes ou instituições propícias à participação, mas também devem estar presentes a motivação correta, o interesse e a disponibilidade dos próprios cidadãos para engajar-se em debates”. De nada adianta, por exemplo, fazer a criação de um site ou de um blog se ele raramente for acessado ou ficar restrito às visualizações de seus produtores ou pares.

Pensadas essas limitações, é importante ter em mente o caráter dialógico da internet como veículo de comunicação, o que se torna um grande facilitador para os grupos minoritários. A internet é um ambiente de interconexões e interações. Nesse sentido, sua principal distinção em relação a outras mídias convencionais é o fato de que qualquer sujeito pode tornar-se um emissor, seja produzindo informação ou compartilhando-a, repassando-a a outros, tendo para isso um gasto financeiro reduzido se comparado com a publicação de um jornal, de uma revista ou a instalação de uma rádio comunitária. Como principais vantagens políticas da comunicação digital via internet, Maia e Gomes (2008) elencam: 1) Superação de limites de tempo e espaço para a participação política; 2) Extensão e qualidade do estoque de informação online; 3) Facilidade e extensão do acesso; 4) Interatividade e interação; 5) Oportunidade para vozes minoritárias e excluídas. Assim, entende-se a mídia como um elemento indissociável da “textura geral da experiência” (SILVERSTONE, 1999, p. 14), considerando que ela envolve “os produtores e consumidores de mídia numa atividade mais ou menos contínua de engajamento e desengajamento com significados que têm sua fonte ou seu foco nos textos midiáticos, mas que dilatam a experiência e são avaliados à sua luz, numa infinidade de maneiras” (SILVERSTONE, 1999, p. 33).

Toda essa problematização mostra que, independente do público ou do tipo de comunicação pretendida (impressa, audiovisual ou digital), é importante que ela esteja inserida dentro de um projeto de comunicação, que envolva levantamento das necessidades e potencialidades, reflexão sobre os meios de comunicação possíveis de serem implantados e com quais características, divulgação e avaliação dos resultados a partir dos objetivos.

O projeto aqui relatado leva ainda em consideração o “Jornalismo de Desenvolvimento”, definido por Michael Kunczik (2002). “Desenvolvimento não apenas significa transição da pobreza para a prosperidade material, mas implica também dignidade humana, segurança, justiça e igualdade” (KUNCZIK, 2002, p.135). Entre outras características, visando à eliminação de desigualdades, o Jornalismo de Desenvolvimento sugere a “desprofissionalização do comunicador” (KUNCZIK, 2002, p. 143), não como uma forma de excluir comunicadores formados nas universidades do mercado de trabalho, mas permitir que diversos grupos sociais também tenham condições de produzir material de comunicação, dominando suas técnicas básicas. De acordo com Kunczik (2002), essa desprofissionalização é uma atividade essencial para driblar os interesses mercantilistas da indústria cultural, que vê a comunicação apenas como um negócio. Novamente, é possível retomar o pensamento de Paulo Freire. Em seu texto *Extensão ou Comunicação* (1976), largamente utilizado em projetos de educomunicação, o pedagogo expõe que a comunicação faz parte do processo de criação de sujeitos autônomos e libertários. Para ele, a relação entre comunicação e educação deve ser pauta por meio de um “agir” em sociedade. Martin-Barbero (2011, p. 134) tem opinião semelhante:

Ante uma sociedade que massifica estruturalmente, que tende a homogeneizar, inclusive quando cria possibilidades de diferenciação, a possibilidade de sermos cidadãos é diretamente proporcional ao desenvolvimento de sujeitos autônomos, isto é, de gente livre, tanto interiormente como em suas tomadas de decisão.

Com esse intuito, faz sentido para o projeto aqui apresentado a definição de educomunicação, ou seja, “um conjunto de ações voltadas a criar e a desenvolver ambiências favorecedoras do diálogo social, mediante um conjunto de ações em vários subcampos: a educação para a comunicação; a mediação tecnológica, a expressão comunicativa, a pedagogia da comunicação e a gestão de processos comunicativos” (SOARES, 2011, p. 12).

A partir do exposto, este projeto de extensão se propõe a organizar ciclos de oficinas, reunindo adolescentes e jovens atendidos pelo CAS Copiosa Redenção. Esses encontros objetivam difundir os propósitos do Jornalismo de Desenvolvimento, estimular reflexões críticas sobre comunicação social e provocar exercícios práticos de criação e desenvolvimento de produtos e processos jornalísticos adequados às demandas das comunidades envolvidas.

Kunczik (2002) lembra que, tanto no campo da emissão quanto da recepção, as populações de baixa renda encontram dificuldades de acesso aos meios de comunicação de maior ressonância social. A comunicação comunitária auxilia, portanto, a desenvolver um sentimento de pertencimento e envolvimento social, a expandir índices de leitura (afinal, os assuntos tratados estão relacionados ao dia a dia da população, aumentando o interesse em lê-los) e, principalmente, devem servir para ampliar o envolvimento político:

Garantir que maior número de visões esteja presente em um debate público eficaz requer que um alto nível de participação seja mantido. Isso significa não necessariamente um alto nível de ativismo político, mas de interesse político. [...] Estudos recentes têm mostrado que os principais obstáculos para a realização da política deliberativa, a qual pressupõe uma resolução discursiva de problemas afetando o interesse comum, advêm geralmente de uma forma de apatia política e não de empecilhos à liberdade de expressão e de comunicação. (MAIA; GOMES, 2008, p. 285)

A motivação para o envolvimento com as questões políticas pode ser facilitada com uma prática comunicativa, principalmente quando se percebe a voz do grupo sendo emitida. Ganhar voz, principalmente quando se fala de internet, depende menos de recursos financeiros e mais do desenvolvimento de uma capacidade argumentativa e de estratégias para motivar os acessos. Como exemplos disso, podemos citar os casos de sites como “Observatório da Favela” (www.observatoriodafavela.com.br), “Olhares do Morro” (www.olharesdomorro.com.br) e “Favela é Isso Aí” (www.favelaeissoa.com.br). Essas páginas, além de apresentarem informações sobre as comunidades onde surgiram, não raro também dedicam espaço para a análise da mídia e da cobertura de assuntos que envolvem a população desses locais.

Embora a possibilidade de comunicação digital seja bastante abrangente e com custos inferiores, ela ainda se esbarra em questões como o acesso e o analfabetismo digital, principalmente entre populações com mais idade e menos escolaridade. Dessa forma, esse projeto pretende trabalhar tanto com comunicação digital quanto impressa para atingir um público mais amplo. O impresso ainda é um veículo de mais facilidade de acesso e manuseio, podendo, por exemplo, ficar disponível na paróquia que gerencia a ONG e em pontos estratégicos do bairro, como mercados, padarias, associação de moradores, comunidades religiosas, farmácias etc. para angariar número maior de leitores.

E o Jornalismo Literário? Onde se encaixa?

A comunicação comunitária tem como objetivos gerais a participação dos indivíduos nos processos midiáticos, produzindo seus veículos como forma de expressar desejos, necessidades, reivindicações e atividades que demonstrem as características como grupo. É também, portanto, uma alternativa à grande imprensa. A educomunicação pode ser compreendida, nesse processo, como uma das estratégias para a formação de sujeitos-comunicadores, que não só produzam materiais, mas também tenham capacidade para analisar criticamente as atividades da grande imprensa e de suas próprias produções, num contínuo crescimento da autonomia.

Nesse contexto, como inserir o jornalismo literário? Primeiro, algumas definições, construídas a partir da história. De maneira geral, pode-se afirmar que, até o período da Segunda Guerra Mundial, as relações entre o texto jornalístico e o texto literário seguiram tênues. Tanto o texto jornalístico, ao se propor a reportar o real, como o literário, ao constituir-se com toda a liberdade ficcional, tinham estilos semelhantes de construção.

O advento do lide (o primeiro parágrafo da informação jornalística, que traz as informações essenciais), entretanto, trouxe para as redações mais um elemento para que o jornalismo pudesse se firmar sobre o paradigma científico que escolhera como norteador: o Positivismo. Transmitir a notícia por meio da resposta a seis questões básicas (o quê, quem, quando, onde, como e por quê) demonstrava uma forma objetiva de enxergar o mundo e propunha uma visão mecânica de reportar o real, que não estaria sujeita ao que, sabe-se é inevitável, ou seja, a subjetividade.

A partir de movimentos culturais das décadas de 60 e 70 do século XX, o jornalismo literário, assim chamado por trazer estratégias próprias da literatura para reportar o real (como a preocupação estética com a linguagem, a narração, a descrição, o uso de diálogos e a edição fora do padrão da pirâmide invertida), motiva-se pela humanização das relações entre repórter, entrevistado e leitor. Adota como paradigma científico as bases da Física Quântica e da Teoria Geral dos Sistemas, que analisa o mundo do ponto de vista da relatividade das relações e da complexidade das mesmas. Em suma, o jornalismo literário tem como intuito levar ao leitor toda a complexidade de um entrevistado ou de um fato, fugir dos estereótipos e fornecer apenas pistas para a decifração do real e não a garantia científica da verdade (MEDINA, 2008). Como assume sua parcialidade e a possibilidade de ser a voz de um determinado grupo, o jornalismo literário se aproxima de outras propostas de comunicação que compartilham dessas mesmas características, entre elas a comunicação comunitária e o documentário, podendo, inclusive, servir de base para realizá-los.

No jornalismo literário, o ser humano não é apenas a fonte de informação, mas a própria informação. Não existem homens sem história, logo não existe quem não possa ter pelo menos um trecho de sua história de vida contada nas páginas de um periódico, de um livro ou ainda nas imagens de um documentário ou de um ensaio fotográfico. “A experiência humana é a principal referência” (VILAS BOAS, 2003, p. 2). Como a comunicação comunitária busca também o pertencimento e o fortalecimento dos laços identitários, o jornalismo literário pode ser uma contribuição para periódicos alternativos. Ao contar, por exemplo, a história de pessoas que têm suas trajetórias marcadas pela participação na comunidade ou tenham histórias que denotem características próprias do grupo retratado, estará contribuindo com a identificação dos leitores que passam a visualizar, próximo a sua realidade, exemplos de vida e de protagonismo. É também uma forma de reconhecer a atuação dessas pessoas com histórias marcantes, uma vez que, raramente, a grande imprensa dedica espaço aos anônimos e menos ainda aos vindos das regiões mais periféricas. Uma coluna de perfis⁴ num jornal comunitário, por exemplo, seria uma forma de prestar essa contribuição, como se pretende fazer neste projeto de extensão.

⁴ Perfil é um gênero jornalístico cuja principal característica é promover um retrato de uma pessoa que, de acordo com os critérios do veículo, tem alguma notoriedade e relevância.

Uma vez que o foco do jornalismo literário, ao lado da linguagem artisticamente trabalhada, é a história de vida, a humanização percorre todas as etapas do processo: desde a concepção da pauta até o momento da recepção e da leitura do texto. A humanização começa no momento de estabelecer a pauta a ser cumprida, ao focalizar um personagem como o centro da reportagem. Na entrevista, os dados para a humanização começam a ser coletados. Para isso, são necessárias duas atitudes do repórter: o diálogo e a sensibilidade para a percepção do mundo.

A entrevista, num primeiro momento, é um diálogo entre desconhecidos. Medina (2002), ao analisar a entrevista no jornalismo, recorre ao pensamento de Martin Buber (1982) para lançar tese sobre o que seria o “diálogo possível”, ou seja, uma possibilidade “de o entrevistador encarar o momento da entrevista como uma situação psicossocial, de complexidade indiscutível” (p. 29). Para isso, é preciso criar empatia com a fonte e respeitá-la acima de tudo. Em atividades comunitárias, em que os “repórteres” são pessoas das localidades em que o produto jornalístico circulará, a empatia é, muitas vezes, mais fácil de ser conseguida, pois, ao contrário do jornalista da grande imprensa, quem atua em um veículo comunitário é alguém que vive na própria comunidade dos entrevistados, vivenciando a mesma realidade cotidiana. Muitas vezes, a primeira barreira, a do diálogo entre desconhecidos, não existe. Por outro lado, quando os entrevistadores são adolescentes, como no caso deste projeto de extensão, pode-se ter dificuldade dos entrevistados em considerar o trabalho como sério, associando-o a atividades escolares ou, então, pode existir dificuldade para os adolescentes absorverem com propriedade e sensibilidade as informações transmitidas pelos entrevistados, uma vez que a experiência de vida de cada pessoa é geradora de sentidos para tudo o que ela recebe como informação.

A proximidade do repórter com a fonte é o que possibilita essa relação, ou seja, chega-se muito perto da “verdadeira vida comunitária, [...] aquela que permite a cada indivíduo relacionar-se com o próximo em termos da relação EU-TU, e não em termos da relação EU-ISTO” (BUBER *apud* MEDINA, 2002, p. 05).

Realizar uma “entrevista diálogo” e não uma “entrevista espetáculo” (MEDINA, 2002) é perceber cada idiosincrasia do entrevistado. É observar seu silêncio, sua postura, suas atitudes, seu passado, seu presente e seus sonhos e não apenas buscar a fala que aparecerá entre aspas. É permitir que o entrevistado “sinta um ótimo de distância e proximidade e, igualmente, um ótimo de projeção e de identificação em relação ao investigador” (MORIN *apud* MEDINA, 2002, p. 13).

A relação de cumplicidade entre a fonte e o repórter faz com que eles se tornem dois indivíduos em uma conversa e não simplesmente um profissional e sua fonte de informação. Por outro lado, se essa cumplicidade não for criada, ocorrerá uma mecânica relação de perguntas e respostas, em que muito do que poderia ser resgatado ou apreendido ficará recôndito. É tarefa do repórter derrubar a visão de que ele é um invasor de privacidade, um estranho; carece de tornar-se também um ser humano diante de outro. Só consegue humanizar uma fonte quem deixa de lado o mecanicismo e também se humaniza.

Para conquistar tal humanização, é necessária a imersão do repórter na realidade. Envolver-se com o assunto, entender suas relações com o todo, sentir o cenário que o envolve e seus desdobramentos. Se estiver envolvido com o ambiente e imerso na realidade que pretende transpor para seu texto, o jornalista perceberá diversas nuances do assunto sobre o qual se informa e, automaticamente, chegará a mais uma característica do jornalismo literário: a digressão. O jornalista trará dados complementares, sensações extras, fatos que aconteceram paralelamente àquilo que retrata e que trazem importantes contribuições para o entendimento da complexa rede que forma o real.

Se o jornalismo literário propõe a humanização de fontes e repórteres, na hora de escrever o texto, não se podem estabelecer amarras. Partindo do princípio de reportar o que, de fato, se observou (afinal, não se está falando de literatura de ficção, mas de jornalismo), o autor do texto dispõe de uma série de artifícios (estejam eles teorizados ou não) para contar a história. Permitir

que o repórter imprima sua forma de escrever e construa seu estilo é humanizá-lo também. Em comparação com a atividade de comunicação comunitária, essa proposta é mais uma forma de aproximar quem escreve de quem lê, haja vista que o texto sempre trará, claramente, concepções de mundo e ideologia que, numa comunidade, formam o elo entre os sujeitos.

Cada assunto exige uma forma diferente de narrativa. Entram em ação a voz e a direção que o repórter impõe ao assunto de modo a traduzir suas percepções e observações. É o domínio dos recursos que permitirá a escolha da melhor forma de se traduzirem as observações do real para o texto. Na tentativa de não apenas transmitir ao leitor as falas de um personagem, mas também de contextualizá-las, a utilização de simbologias e metáforas é um bom artifício. A utilização de figuras de linguagem nos textos tem uma finalidade estética, mas é também uma forma de informar, já que as metáforas e as simbologias permitem que se estabeleçam analogias entre fatos, pessoas ou ideias, o que facilita o entendimento.

O processo de comunicação só se concretiza quando uma mensagem sobre um referente (no caso a personagem retratada) parte de um emissor (o jornalista) e chega a um receptor (o leitor). O jornalismo literário, ao fazer esse percurso e ao utilizar diferentes canais e códigos, quer humanizar não só o protagonista ou quem conta a história, mas também aquele que a recebe.

Ao partir de um personagem para desencadear todo um contexto, o jornalismo literário aproxima os assuntos dos leitores. Um exemplo pode ser retirado das páginas de economia dos jornais. Considerados, pela maioria, assuntos desinteressantes, distantes ou difíceis, uma reportagem humanizada conseguiria aproximar o assunto da grande maioria das pessoas. Isso porque economia é assunto do cotidiano, mas, pela forma de abordagem, torna-se algo pouco permeável para a maioria dos leitores. Ao abordar as dificuldades de um morador em comprar seus alimentos e prover as necessidades de casa, estar-se-ia criando uma identificação entre fonte, repórter e leitor, fazendo com que o assunto ganhe representatividade. Contar histórias é, em princípio, permitir o envolvimento do leitor.

Está aí, inclusive, a explicação para o fascínio que as biografias e histórias de vida produzem. Como diz Pignatari (2004, p. 27): “por falar em estória, não seria a narrativa, em última instância, algo assim como um fluxograma indicial, modelar e ideal – beirando o ícone – da vida de alguém (o leitor) e de suas inúmeras biografias possíveis?”. Pignatari oferece essa contribuição ao analisar a ficção. No jornalismo literário há um motivo a mais para que a mesma ideia seja comprovada: fala-se do real. Tanto leitores quanto retratados existem e, se a proposta for comunicação comunitária, eles estão no mesmo espaço, compartilham vivências diárias.

Primeiras percepções do projeto – Considerações para encerrar

No momento da escrita deste artigo (maio de 2014), já foram realizadas cinco oficinas do projeto de extensão aqui descrito. No diálogo com os adolescentes participantes, é possível perceber como eles não se sentem representados pelas mídias tradicionais, embora as consumam, notadamente a televisão. Interessante notar como, de início, os cerca de 15 adolescentes que participam do grupo não vislumbravam a possibilidade de ver a comunidade retratada em um veículo de comunicação. Quando, após a apresentação inicial da proposta de produção de um jornal comunitário, foram questionados sobre o que mereceria ser retratado em um veículo de comunicação, a maioria citava assuntos que, em geral, são os únicos sobre a região retratados na grande imprensa: crimes, bizarrices e, em último lugar, problemas estruturais dos bairros. Somente após a discussão sobre a diferença (e a possibilidade) da mídia alternativa, é que começaram a visualizar, por exemplo, fatos positivos que ocorrem na região, como atividades culturais e grupos esportivos, assim como a identificar personagens com histórias de vida de destaque que poderiam gerar perfis e reportagens.

Chama a atenção também o fato de uma das participantes, de 14 anos, ter feito ao final de uma das oficinas uma crítica aos programas policiais da televisão, largamente assistido pela maioria dos participantes, numa postura completamente acrítica até então. O irmão da garota havia sido preso meses antes, suspeito de envolvimento com tráfico de drogas. No entanto, nada fora provado e ele foi absolvido e liberto em seguida. A adolescente retratou que, à época da prisão, cerca de um ano e meio antes, o programa “Balanço Geral”, policial exibido pela afiliada da *TV Record* em Campinas, havia mostrado imagens do suspeito sob os gritos de “bandido drogado” do apresentador e do repórter. Nos dizeres da adolescente:

Quando a mídia olha para a nossa região, só vê a pobreza e acha que todo mundo é bandido. Não vê que isso não é a verdade. Não é porque a gente é pobre que a gente é bandido. Por que, por exemplo, nunca fez uma matéria sobre a ONG, mas qualquer suspeita já transforma a pessoa em ladrão? Talvez se a gente fizer um jornal pra gente, a gente vai falar de coisas boas, dar a nossa resposta.

Embora com alguma desconfiança, marcada no trecho pelo advérbio “talvez”, a adolescente já conseguiu demonstrar a diferença entre a grande mídia e a imprensa alternativa, antes nem mesmo imaginada como uma possibilidade. O trecho também reforça a questão da identificação e como a experiência da injustiça cometida pela mídia lhe foi marcante. Entre identificação, desenvolvimento do olhar crítico sobre os meios de comunicação e a possibilidade de registrar sua visão dos fatos, constroem-se práticas de pertencimento e de ação comunitária, diretrizes que o tempo todo estarão no cerne deste projeto de extensão.

Referências

CHAMBERS, Roger. Vulnerability, coping and policy. *IDS Bulletin*, v. 20, n. 2, 1989.

CARMO-ROLDÃO, Ivete (Org.). *Memórias do Campo Grande: uma história de lutas e religiosidade na região às margens da John Boyd Dunlop*. Aparecida (SP): Ideias e Letras, 2011.

DeFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da comunicação de massa*. 5. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

COHN, Gabriel. *Sociologia da comunicação: teoria e ideologia*. São Paulo: Pioneira, 1973.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

_____. *Extensão ou comunicação*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de jornalismo: norte e sul – manual de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Quem manipula quem? Poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil*. Petrópolis (RJ): Vozes, 1987.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Desafios culturais: da comunicação à educomunicação. In: CITELLI, Adilson; COSTA, Maria Cristina Castilho (Org.). *Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento*. São Paulo: Paulinas, 2011. p. 121-134.

MEDINA, Cremilda. *Jornalismo e ciência: da herança positivista ao diálogo dos afetos*. São Paulo: Summus, 2008.

PALACIOS, Marcos. Sete teses equivocadas sobre comunidade e comunicação comunitária. *Revista Comunicação e Política*, n. 11, São Paulo: CBELA, 1990.

PERUZZO, Cicilia Krohling. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis (RJ): Vozes, 1998.

PIGNATARI, Décio. *Semiótica e literatura*. 6. ed. Cotia (SP): Ateliê Editorial, 2004.

SOARES, Ismar. Educomunicação: um campo de mediações. In: CITELLI, Adilson; COSTA, Maria Cristina Castilho (Org.). *Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento*. São Paulo: Paulinas, 2011. p. 13-30.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia*. São Paulo: Loyola, 1999.

VILAS BOAS, Sérgio. *Perfis e como escrevê-los*. São Paulo: Summus, 2003.