

# Portal Comunitário, popular, alternativo: identificando potencialidades

Por Maria Lúcia Becker

A apresentação de uma experiência geralmente faz uma descrição, ressaltando avanços, limites, problemas, o que foi positivo, o que poderia ter sido, entre outros aspectos. Em vez de uma apresentação, entretanto, este pequeno texto quer trazer uma reflexão que aponta um pouco do potencial da comunicação popular e comunitária na internet, revelado pela experiência do Portal Comunitário de Ponta Grossa ([www.portalcomunitario.jor.br](http://www.portalcomunitario.jor.br)), que completou cinco anos em agosto de 2013. Para isso, dado o objetivo de contribuir com o II Curso de Comunicação Popular, coloca em foco o caráter "comunitário, popular e alternativo", definido nos primeiros momentos de planejamento editorial e divulgado no documento "Linha editorial"..

O Portal Comunitário tem a sua identidade constituída pela interseção entre esses três tipos de mídia. Ou seja, o desenho do seu perfil **não contém** todos os traços que configuram a comunicação comunitária, somados a todos os que compõem a comunicação popular e a todos os que demarcam a comunicação alternativa. Mas, pode-se dizer que contém muitos dos pontos convergentes e de reforço mútuo entre as três linhas.

Em princípio, a comunicação comunitária é aquela feita na comunidade, pela comunidade. No Portal Comunitário, a comunidade participa da definição do conteúdo, mas a produção de todo o material e do desenho/estrutura do site é feita por alunos e professores do curso de Jornalismo da UEPG, como exercício obrigatório das disciplinas de Webjornalismo, Comunicação Comunitária e Telejornalismo e também como atividade de extensão por parte do grupo de bolsistas, voluntários e professores responsáveis pelo projeto junto à Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais (PROEX).

Associações de moradores dos bairros de periferia, ONGs, Sindicatos de trabalhadores, movimentos sociais, entidades assistenciais e grupos culturais são parceiros: apresentam pautas, indicam fontes, fornecem informações, discutem hipóteses, contam histórias, revelam ligações entre os fatos. E isto é possível porque, no início de cada ano, a turma do terceiro ano é dividida em equipes de três ou dois alunos, que passam a se inserir e acompanhar de perto, durante todo o ano, pelo menos um bairro (associações de moradores e outras entidades locais), um sindicato e uma entidade ou movimento social.

A participação direta da comunidade, entretanto, pode ser colocada como potencial a ser desenvolvido por este ou outros projetos semelhantes, uma vez que um aplicativo, ou um subdomínio, ou mesmo uma simples página diferenciada dentro do site poderia articular o

recebimento e a publicação de conteúdos produzidos pelos grupos/entidades. Isso sem qualquer prejuízo para as atividades dos alunos no projeto, que cumprem a função de proporcionar-lhes uma formação mais ampla do que a trazida pelas teorias e técnicas.

Cada equipe de reportagem “cobre”, durante todo o ano, um mesmo bairro ou entidade. Assim, diferentemente da grande mídia, o Portal acompanha do início ao fim uma reivindicação ou denúncia, a cobrança de uma promessa ou compromisso, a solução de um problema, linkando com situações ocorridas em outros momentos ou em outros locais da cidade. Este é um dos fatores que diferenciam o jornalismo hiperlocal em relação à comunicação comunitária. A mídia convencional também fala do buraco da rua, da campanha de uma ONG, ou do protesto feito por um movimento social. São, porém, coberturas fragmentadas, pontuais no espaço e no tempo.

Tornando acessível o conjunto do material produzido ano a ano sobre fatos relacionados a cada sujeito social, potencializa-se a comunicação comunitária como instrumento na construção permanente da comunidade – que não pode ser entendida como algo pronto e acabado. Este é outro potencial identificado pela experiência do Portal, que pode ser melhor desenvolvido por meio de um uso mais planejado dos links. Isto é, a composição de hipertextos precisa e pode ser um instrumento de integração da memória aos fatos atuais que proporcione condições para uma visão da realidade em perspectiva (passado-presente-futuro), visão que é fundamental para as organizações populares avançarem na solução dos problemas imediatos e na luta por mudanças mais profundas na sociedade.

O caráter contra-hegemônico, todavia, não faz parte necessariamente da comunicação comunitária. É, sim, componente imprescindível da comunicação popular e alternativa. Para ser comunitário, basta o meio de comunicação pertencer e/ou estar a serviço de uma comunidade, qualquer que seja ela (a comunidade do Residencial Alphaville, em Campinas, por exemplo, tem o jornal “Viver AlphaVille” ). Já o popular não está em qualquer lugar, existe como construção social-histórica das classes subalternas.

A comunicação popular tem sido definida como comunicação para a mudança, ou comunicação emancipatória, pois tem as classes populares como protagonistas. No Portal Comunitário, este protagonismo se revela principalmente no “o quê” e no “quem” de cada notícia.

Na interface entre o caráter popular e o alternativo, está o que o jornalismo chama de “critérios de noticiabilidade”. Diferente do que faz a mídia hegemônica, tem “valor-notícia” aqui os fatos, temas e sujeitos coletivos ligados aos interesses, necessidades e

preocupações das pessoas colocadas na periferia (da sociedade e não só da cidade) por meio da subtração de direitos de cidadania. E, claro, estas pautas exigem entrevistar, como fontes de informações e opiniões, pessoas que representam os grupos e entidades populares.

Assim, consegue-se uma visibilidade na esfera pública local não só para os temas importantes para as pessoas das classes subalternas, mas também para suas organizações. Há, no entanto, um potencial de amplificação destas vozes populares a ser desenvolvido: a publicação traz para os sujeitos populares a visualização dos seus próprios assuntos e declarações, fomentando reflexões que poderiam ganhar novamente as telas por meio da publicação de artigos de opinião escritos pelas lideranças populares e, com isso, envolver mais pessoas e aprofundar a discussão.

Este potencial de contribuição para o debate de um projeto contra-hegemônico de sociedade se expressa também no que pode ser chamado de vizinhança virtual: os portais são sites que congregam diferentes tipos de informações e serviços. Nesta linha, o Portal Comunitário tem páginas dedicadas aos bairros (num total de 12 bairros, cada qual com as associações de moradores de suas vilas, jardins e conjuntos habitacionais), ONGs (ambientalistas, pessoas com deficiência, travestis e homossexuais, grupos de capoeira, apoio aos portadores de HIV, entre outros), 16 sindicatos de trabalhadores, além de movimentos sociais, como o MST, com a presença da Comunidade Emiliano Zapata, o movimento Hip Hop, o de mulheres/gênero, o do transporte público, o estudantil, o de Combate à Corrupção e o de Democratização da Comunicação. Ao mesmo tempo em que cada entidade/grupo tem o seu espaço (categoria) própria, com área exclusiva, os títulos e chamadas das notícias e reportagens se misturam na página inicial, colocando cada grupo/entidade diante dos olhos dos demais e contribuindo para uma visão menos fragmentada e individualizada da realidade.

“Bairros”, “ONGs e Grupos”, “Movimentos” e “Sindicatos” são as quatro categorias que formam a estrutura básica do Portal, determinando 90% de toda a navegação dos usuários – os outros 10% ficam por conta das seções de serviços. Juntando-se aos elementos já citados como indicativos do potencial alternativo do veículo, tal estrutura foi estabelecida tendo em vista não só uma organização simples e clara que facilite o acesso por parte das pessoas iniciantes na internet e/ou com pouco hábito de leitura, mas principalmente visando à colocação dos sujeitos populares em evidência dentro do amplo leque de organizações que compõem a sociedade civil.