

# ComSertões

Revista de Comunicação e Cultura no Semiárido



**UNEB - DCH III - NUPE - EDUNEB**

Juazeiro-BA - Vol. 01, N° 01  
Julho/Dezembro 2013  
ISSN: 2318-4507



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA (UNEB)  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS (DCH) –  
CAMPUS III – JUAZEIRO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO EM  
MULTIMEIOS

REITOR

Lourivaldo Valentim

DIRETORA DO DCH III

Aurilene Rodrigues Lima

COORDENADOR DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –  
JORNALISMO EM MULTIMEIOS

Anaelson Leandro de Sousa

EDITORA

Gislene Moreira Gomes

EDITORA ASSISTENTE

Márcia Guena

CONSELHO EDITORIAL CIENTÍFICO

César Bolano/Universidade Federal de Sergipe

Cicília Peruzzo/ Universidade Metodista de São Paulo

Giovandro Marcus Ferreira/ Universidade Federal da Bahia

Ismar de Oliveira/ Universidade de São Paulo

Linda Rubim/ Universidade Federal da Bahia

Maria Immacolata Lopes/ Universidade de São Paulo

Thomas Tufte/Roskilde University Center da Dinamarca

DIAGRAMAÇÃO E PROJETO GRÁFICO

David Werson

FOTO DE CAPA:

Márcia Guenna - Comunidade Quilombola de Pau Preto, Juazeiro-BA

#### ASSISTENTE EDITORIAL

Estagiário- Paulo César Pedroza

#### COLABORADORES

Alexandre Borges, Amanda Santos, Lara Micol e Luna Layse

#### APOIO

Departamento de Ciências Humanas (DCH) CAMPUS III – Juazeiro  
Núcleo de Pesquisa e Extensão (NUPE) – UNEB – DCH III

#### SECRETARIA

Núcleo de Pesquisa e Extensão (NUPE) – UNEB – DCH III  
Rua Edgard Chastinet S/N

#### COMITÊ EDITORIAL

Editora - Gislene Moreira

Editores Associados – Anaelson Leandro, Márcia Guena, e Orlando Berti.

---

ComSertões-Revista de Comunicação e Cultura no Semiárido / Universidade do Estado da Bahia, Departamento de Ciências Humanas III - v.1, n.1, (jul./2013-dez./2014) - Juazeiro, UNEB/DCH III/NUPE/EDUNEB, 2013.

Semestral

ISSN: 2318-4507

1. Comunicação Social - Semiárido - Periódicos. 2. Cultura - Semiárido - Periódicos. I. Universidade do Estado da Bahia, Departamento de Ciências Humanas, 2013.

CDD 302.23

---

## SUMÁRIO

1. **Entrevista Exclusiva com Bordenave – Homenagem Póstuma ao pioneiro da comunicação para o desenvolvimento rural com material inédito**, por Thomas Tufte – Universidade de Roskilde na Dinamarca. - pag. 5
  2. **Imagem Jornalística e Representações Sociais: A Imagem dos Sertões**, por Juliana Andrade Leitão - Faculdade Joaquim Nabuco e Maria Salett Tauk Santos Posmex/UFRPE. - pag: 18
  3. **A Mídia e as Dizibilidades sobre o Semiárido Brasileiro**, por Érica Daiane da Costa Silva – IRPAA. - pag: 40
  4. **A comunicação social nas rádios comunitárias legalizadas do Sertão do Piauí**, por Orlando Berti – UESPI. - pag: 53
  5. **Entre história, memória e esquecimento: narrativas sobre a imprensa juazeirense**, por Andrea Cristiana Santos – UNEB. - pag: 77
  6. **Comunicação para o desenvolvimento: Uma experiência crítica nos momentos de turbulência**, por Aníbal Orué Pozzo - Universidade Nacional del Este (UNE). - pag: 93
- Resenha do livro: **Televisão, Poder e Cidadania- A implantação da TV Pública no Brasil**, por Jota Menezes, Jornalista (UNEB) e historiador (UPE). - pag: 105

## APRESENTAÇÃO

Aos leitores

Bem vindos à Revista ComSertões! Este é nosso primeiro número e a emoção prevalece em cada linha. Ele não celebra apenas os 10 anos do curso de Jornalismo Multimeios da Uneb em Juazeiro, mas é uma conquista compartilhada com todas as escolas de comunicação que floresceram no interior do Nordeste na última década.

Queremos dividir a alegria e a responsabilidade da produção do pensamento nos sertões porque intuímos que uma revista nascida nas margens do rio São Francisco, mais que estabelecer rupturas epistemológicas ou delimitar fronteiras, emerge como possibilidade de fazer pontes e conexões. Mas então, por que uma revista de comunicação por e para o semiárido?

Simples! Porque em um mundo onde se afirmam cada vez mais as identidades e o desafio da pluralidade, não encontramos nenhuma revista no Brasil que provocasse ou registrasse o olhar do semiárido sobre a comunicação e a cultura. Neste sentido, é importante reconhecer que os centros de ensino da região têm amadurecido em suas práticas de pesquisa e extensão, e investido na produção do conhecimento. Mas ainda estamos dispersos e pouco dialogamos sobre contextos tão próximos. Esta nossa primeira edição busca aproximar fronteiras, também incluindo o sertão no mundo dos debates mais contemporâneos. Para isto, buscaremos sempre fazer conexões. No nosso primeiro número contamos com a sorte e a generosidade da Dinamarca, lugar sem semiárido e muito longe daqui, mas que nos aproximou do pensamento de Juan Diaz Bordenave, falecido no final de 2012.

Antes de sabermos desta perda inestimável, já tínhamos definido que a primeira ComSertões seria uma homenagem ao pioneiro nos estudos sobre comunicação rural na América Latina. Este engenheiro agrônomo paraguaio revolucionou o pensamento comunicacional, contextualizando os meios às realidades subalternas. Esta herança nos permitiu sonhar a ComSertões, mas a notícia da sua morte nos impediu de fazer a entrevista planejada.

Optamos por lhe render um tributo convidando Thomas Tufte, referência mundial na área, para atualizar o pensamento de Bordenave. Eis a surpresa! Tufte disponibilizou uma série de entrevistas inéditas, gravada há dois anos no Paraguai e que sequer haviam sido editadas. No pequeno recorte que fizemos desse arquivo histórico, selecionamos as passagens que aprofundam o olhar sobre jornalismo rural, a proposta do conceito da comunicação para o desenvolvimento, sua amizade com Paulo Freire e com o Brasil, além de suas últimas provocações sobre a formação do profissional do nosso tempo.

Desse primeiro contato, surgiram as dúvidas sobre o legado do professor Bordenave, mestre na comunicação como processo de transformação social, em sua terra natal. O coordenador do mestrado em Comunicação para o Desenvolvimento da Universidade Del Leste nos fez um relato crítico sobre os desafios paraguaios de implantar cursos de graduação em comunicação para o desenvolvimento pleno de contextos como os nossos, no interior de um país repleto de questões sociais, políticas e econômicas que transformar.

A riqueza destes presentes inesperados nos inspirou a estabelecer mais pontes, e o resultado foram respostas animadoras que formaram um Conselho Editorial com pesquisadores que admiramos e que estão nos ajudando a desconstruir a lógica do conhecimento altamente concentrado e dependente, que ainda privilegia o saber produzido no litoral, em especial no eixo sul/sudeste. Foram eles quem teceram as redes que permitiram construir esta primeira edição.

Neste número, são apresentados trabalhos de cinco instituições de pós-graduação diferentes no país. Eles revelam a diversidade da produção comunicacional semiárida, com temáticas, metodologias e contextos muito variados. Os estudos pesquisam cenários na Bahia, Pernambuco e Piauí, apostam em um amplo caleidoscópio de perspectivas epistemológicas e vão desde a análise das representações sociais na fotografia, à pesquisa da memória do jornalismo sertanejo e ao cenário da comunicação comunitária. Em comum, refletem a busca pelo rigor metodológico, o desafio da construção de referenciais mais contextualizados e um compromisso latente de aproximar os conceitos dos problemas concretos da região. Outro ponto compartilhado, é que todos esses pesquisadores precisaram sair do sertão para desenvolver e ampliar esses olhares, ainda num reflexo



da carência de centros de estudos de pós-graduação na região.

Para enfrentar esta lacuna, fizemos a difícil escolha de não selecionar apenas trabalhos inéditos, porque a falta de centros de produção do conhecimento consolidados no interior nordestino se reflete na dificuldade da publicação constante e na dispersão do material produzido. Acreditamos na importância de reunir esses estudos numa mesma revista para construir um panorama mais completo do pensamento comunicacional sobre o semiárido. Mas nosso grande desafio é estimular cada vez mais estudos na área.

E por falar em abrir espaços, também estamos buscando estabelecer pontes entre os saberes dos movimentos sociais e a academia. Neste número nos dá muito orgulho a contribuição do Instituto Regional da Pequena Agropecuária Apropriada (IRPAA), uma organização social de Juazeiro que faz da sua prática de transformação social no sertão a base da produção do conhecimento. O ensaio é de autoria de Érica Daiane, egressa dos nossos cursos de graduação e pós-graduação, o que nos emociona por indicar que já começam a vir os primeiros frutos da formação de comunicadores-cidadãos nos sertões.

Tudo isso para nós é como brisa de chuva no sertão. Agradecemos aos autores, aos colaboradores, ao conselho e a você leitor por participar de tudo isso. Obrigada por compartilhar destes nossos primeiros passos, e esteja convidado a caminhar conosco neste esforço de produção do conhecimento e transformação social em terras sertanejas.



# 1. HOMENAGEM A JUAN DÍAZ BORDENAVE

Por: Thomas Tufte<sup>1</sup>  
Novembro de 2012.

A entrevista que se segue foi realizada em novembro de 2012. O Ministério da Informação e Comunicação para o Desenvolvimento tinha realizado a sua Conferência de Comunicação, e Juan Díaz Bordenave foi um dos palestrantes. No dia seguinte, eu tinha perguntado se eu poderia fazer uma entrevista com ele sobre a sua história de vida, explorando as relações entre a trajetória pessoal e o trabalho em comunicação para o desenvolvimento. Eu estava particularmente interessado em compreender em que fontes científicas e pessoais ele se inspirou para desenvolver as suas ideias e contribuições para o campo da comunicação rural. A entrevista foi realizada ao longo de uma boa refeição em sua casa, na cidade de Assunção.

## **Juan Díaz Bordenave: uma vida dedicada à comunicação para o desenvolvimento rural**

Era uma calorosa e ensolarada manhã de domingo, em Assunção, Paraguai. Anibal Orue, Juan Díaz Bordenave e eu deixamos a cidade no final da manhã, o carro estava cheio de alimentos e bebidas. Anibal é um estudioso paraguaio da mídia e da comunicação há muito tempo. Ele vive na casa próxima a de Juan, e é um bom colega e amigo do mesmo. Eu tinha conhecido Juan pela primeira vez no início dos anos 1990, quando eu era estudante de PhD pesquisando telenovelas no Brasil, algo que o diverti, já que três de seus filhos foram fortemente envolvidos na indústria criativa brasileira, principalmente seu filho, Chico Díaz, um famoso ator de telenovela. Como poderia um jovem estudioso dinamarquês escrever um PhD sobre o uso social das telenovelas no Brasil? Isso intrigou Juan,

---

<sup>1</sup> Thomas Tufte é professor de Comunicação no Departamento de Estudos da Comunicação da Universidade de Roskilde, na Dinamarca, desde 2004. Tem mestrado em sociologia cultural (1989) e doutorado em Comunicação pela Universidade de Copenhague (1995). Desde 2009 é o principal investigador do Programa de Pesquisa Colaborativa 'Mídia, Poder e Democracia' na África Oriental (MEDieA). E-mail: ttufte@ruc.dk

e ele fez muitas piadas sobre isso. Depois de alguns anos sem contato, em 2002 voltamos a nos cruzar em Bellagio, Itália, quando nos encontramos no seminário “Comunicação para a Mudança Social”, organizado por Alfonso GumucioDagron. Um ano depois, Dagrone eu começamos um processo de três anos de edição de uma grande antologia com duzentas contribuições sobre comunicação para a mudança social (Gumucio-Dagron e Tufte, 2006). Juan contribuiu para o livro com dois longos trechos de artigos e quatro outros menores.

Desde o início da década de 2000, Juan alugou uma casa modesta em Assunção para comprometer-se integralmente e interagir com os novos desafios do desenvolvimento em seu país, Paraguai, que havia sido deixado por ele em meados da década de 1950, quando saiu em busca de uma carreira internacional em comunicação rural. É nessa mesma época que ele se casa com Maria Cândida, no Rio de Janeiro e compra uma bela casa na “cidade maravilhosa”, onde passa a residir com a sua grande família. Porém, durante muitos anos, viaja por toda a América Latina e visita os familiares apenas nas férias. Portanto, a decisão de voltar para o Paraguai só na década de 2000 foi um enorme compromisso, considerando que a família permanecia no Rio.

Nesta mesma manhã seguimos de carro para Altos, uma pequena comunidade rural a cerca de uma hora de Assunção, local que Juan deixou no começo dos anos 1950 para começar a sua participação e contribuição ao longo de toda a vida para o desenvolvimento rural na América Latina. Altos, porém, sempre permaneceu como ponto de referência para Juan, marcando parte da sua carreira, pois lá estava a sua querida casa. Então nós dois mergulhamos de cabeça naquele lugar e procuramos descansar depois de uma conferência bem-sucedida sobre “Comunicação para o desenvolvimento” realizada na capital paraguaia.

Na noite anterior, o livro de Juan “Aportes a la Comunicación para el Desarrollo”, foi lançado em um evento público no centro de Assunção com a presença de muitos estudantes, artistas, amigos e colegas, bem como autoridades públicas. Surpreendentemente, considerando-se os muitos livros e artigos de Juan ao longo de sua vida, este é o primeiro que ele publica no Paraguai. No entanto, considerando os muitos anos de regime militar no país, talvez não seja tão surpreendente. Mas, desde que Fernando Lugo assumiu a presidência, em 2008, o país foi arrastado

para uma experiência fascinante, mas também muito difícil, colocando a comunicação como elemento estratégico no coração de planos e experiências de desenvolvimento do país. O presidente Lugo criou um Ministério de Informação e Comunicação para o Desenvolvimento, liderada por Augusto dos Santos, que tem uma experiência muito rica e longa em rádios comunitárias. Juan tornou-se um importante conselheiro do ministro e do processo como um todo.

Uma das contribuições mais importantes de Juan Díaz Bordenave ao governo Lugo foram quatro programas de licenciatura e um mestrado em comunicação para o desenvolvimento, uma iniciativa única em visão e volume, com base nas ideias que ele trabalhou ao longo de toda a sua carreira. Como afirmou há quase 40 anos:

*O estudo teórico da comunicação para o desenvolvimento rural tem (também) sido influenciado pela evolução das ideias aceitas sobre o desenvolvimento. Não é apenas a preocupação com a forma como a comunicação contribui para provocar a mudança, mas também um olhar sobre as mudanças no pensamento e sobre que tipos de mudanças de desenvolvimento rural deve se promover (BORDENAVE, 1977).*

Seu foco em desafiar as noções estabelecidas de desenvolvimento, continuou a ser uma preocupação por toda a sua vida, e ele trouxe isso em seu trabalho para o novo governo do Paraguai. Juan desenvolveu componentes essenciais para os currículos universitários, baseados em comunicação para o desenvolvimento. No cerne de seu pensamento, há uma forte ênfase na comunicação dialógica, horizontalidade nas relações, e a insistência de que todos os cidadãos tenham a possibilidade e o direito de participar nos processos de mudança:

*Participação é o processo em que uma pessoa vê a si mesmo como um único indivíduo e, ao mesmo tempo, como um membro de uma comunidade. Aceitando a participação como um direito humano básico, ela deve ser aceita e estimulada por si só e por seus resultados. E se*

*a participação for negada, a personalidade individual é mutilada, o seu crescimento prejudicado e seu potencial para a construção de uma comunidade frustrado. Em outras palavras, a participação não é simplesmente um benefício adicional que as autoridades podem conceder como uma concessão, mas um direito do ser humano que nenhuma autoridade pode negar (BORDENAVE, 1994).*

O livro de Juan “O que é participação?”, publicado no Brasil em 1986, tornou-se o mais vendido, com mais de 30 edições, e ainda hoje é amplamente utilizado. Da mesma forma, apesar da controvérsia contínua em torno do conceito de “comunicação para o desenvolvimento”, Juan continuou defendendo este conceito como algo central a partir do qual se deve trabalhar no reforço da justiça social e melhorar os meios de subsistência, principalmente nas áreas rurais. Ele estava bem consciente de que era um conceito batido, tendo conotações de modelos de crescimento não muito participativos vinculados ao paradigma da modernização, mas continuamente argumentou que, em vez de descartar o conceito, deve-se carregá-lo com um novo significado. Ele fez essa discussão muitas vezes ao longo de sua carreira, mas a partir dos 1990 em diante, viu emergir um novo e promissor modelo de práticas de comunicação para o desenvolvimento:

*A frase “Comunicação para o desenvolvimento” é geralmente usada para se referir à utilização prevista dos meios de comunicação, mídia e técnicas para apoiar os programas e projetos em diversos setores de desenvolvimento, tais como saúde, educação, agricultura, organização comunitária e associativismo. Nos últimos anos, esta área tem ultrapassado barreiras de abordagem para abraçar um paradigma cada vez mais participativo (...). A mobilização da comunidade está sendo desenvolvida com base na ampla participação, ao invés da abordagem tecnocrática que, até recentemente prevalecia (BORDENAVE, 1996).*

De volta ao Paraguai, a iniciativa presidencial para trabalhar estrategicamente com comunicação para o desenvolvimento foi única, não só na América Latina, mas no mundo, sendo uma prioridade política dada a comunicação para o desenvolvimento e um objetivo ambicioso

em termos de reforma do setor da mídia e da comunicação, ajudando também na formação de toda uma nova geração de comunicadores para o desenvolvimento. Foi um caminho difícil, desafiando a inércia existente na forma de conduzir o ensino universitário, desafiando inclusive o legado histórico do autoritarismo no Paraguai, e lidando com uma sociedade fundamentalmente rural, onde os recursos eram muito desigualmente distribuídos. A injustiça social era alarmante e a sociedade civil muito fraca. No entanto, Juan Díaz Bordenave permaneceu otimista. Seu humor, sua energia, sua fé, sua visão e enorme compromisso assumido fizeram com que todos nós que colaboramos e acompanhamos o processo de desenvolvimento no Paraguai nos sentíssemos inspirados.

De 2009 a 2012 eu visitei o Paraguai cinco vezes e ao longo de muitas conversas com Juan, eu vi como ele permaneceu positivo e fiel ao projeto do uso da comunicação participativa para melhorar as condições de vida das comunidades rurais do seu país. Mesmo depois que o presidente Lugo foi derrubado por um “golpe parlamentar” em junho de 2012, Juan permaneceu engajado com a causa. Como afirmou em um artigo que escreveu:

*Una de las consecuencias positivas del golpe institucional esta siendo cívico. Es el despertar de la juventud paraguaya. En efecto, ella ausente estaba en las Luchas por el rechazo del ALCA, por la renegociación del Tratado de Itaipu, por la Reforma Agraria y hasta por la Reforma Universitaria. Pero ahora abrió sus ojos y esta organizándose para la resistencia Pacífica. Si la juventud asume realmente su papel generacional, se podrá decir alguna vez del golpe refrán en español “ningún mal hay que por bien no venga”. Porque, Abiertos los ojos de la necesidad de luchar por la justicia, la juventud percibirá la imperiosa urgencia de la reforma agraria y el desarrollo del país equitativo (BORDENAVE, 2012).*

A última vez que eu vi Juan foi em 9 de novembro, no Paraguai. Eu tinha sido convidado por Aníbal Orue Pozzo para falar para o novo Mestrado em Comunicação para o Desenvolvimento, em Ciudad del Este. Aníbal era o diretor do Mestrado. Três semanas antes, Juan tinha estado lá, dando aula. Além disso, na preparação de sua saída do Paraguai, e seu retorno à sua família e casa no Rio, Juan doou seus livros para a Universidade

THOMAS TUFTE

em Ciudad del Este, que em troca estava preparando uma “Biblioteca Juan Díaz Bordenave”. Naquela mesma noite, uma Homenagem especial foi organizada para Juan em um café na cidade de Assunção. Era a véspera de sua partida do Paraguai, e muitos de seus amigos estavam reunidos para falar, tocar e recitar poesia e simplesmente prestar uma última homenagem ao grande Juan que acompanhava tudo por Skype lá mesmo do seu leito em um hospital da capital paraguaia. Na manhã seguinte, bem cedo, ele foi levado ao Rio de Janeiro.

Eu cheguei ao Rio alguns dias mais tarde, e na manhã do dia 15 de novembro fui visitá-lo na sua casa. Sua esposa Maria Cândida abriu a porta e mostrou-me a sala onde Juan estava sentado em seu sofá, confortavelmente e de forma pacífica. Ele sorriu, e parecia feliz em me receber. Foi a minha primeira visita a sua casa carioca, uma bela casa antiga no bairro Lagoa. Ela tinha sido o seu lar e de Maria Cândida desde 1968. Eu lhe dei atualizações sobre iniciativas recentes de comunicação para o desenvolvimento, e isso o fez começar a falar sobre suas visões para o campo. Ele também insistiu em me mostrar o reconhecimento pessoal que recebeu do presidente Lugo, que tinha o visitado no hospital em Assunção. Mais importante ainda, ele começou a me contar sobre seus planos para a sua finca em Altos, no Paraguai. Ele tinha muita vontade de estabelecer ali um lugar onde crianças e jovens pudessem entrar e experimentar as alegrias e prazeres deste cenário rural. Suas ideias, sua visão, seu otimismo e seu compromisso de trabalhar para a inclusão social, direitos humanos e desenvolvimento rural estavam mais vivos do que nunca.

Atrás de sua casa no Rio de Janeiro, uma enorme montanha arranha os céus, e em cima dela está o Cristo Redentor a observar a cidade e a casa de Juan. Ele insistiu em me levar para ver o quintal e contemplar quão bela era a vista. A sua esposa Maria Cândida me levou até o Cristo Redentor, e quando retornamos encontrei Juan inspirado e pronto para continuar o trabalho.

## ENTREVISTA INÉDITA COM BORDENAVE

### Primeiros passos

Eu nasci no sul do Paraguai, em uma cidade chamada Encarnação, que fica ao lado da cidade argentina de Pousadas. Meu pai era médico rural e por conta de questões políticas no Paraguai fomos viver na Argentina. Por lá eu decidi estudar engenharia química e cheguei a viver um tempo no Chile para fugir da pressão política no governo de Perón, porque participei de protestos na Universidade. Depois de um tempo perdido, me descobri humanista e larguei a carreira no final do curso. Com o apoio da minha família, decidi recomeçar do zero estudando agronomia.

### A comunicação

No início dos anos 50, o Ministério da Agricultura do Paraguai assinou um convênio de assistência técnica com os Estados Unidos. Era a época da revolução verde, da modernização do campo... O convênio era para ajudar a desenvolver a indústria paraguaia, e eles precisavam de um agrônomo que gostasse de escrever para os agricultores, porque em geral os agrônomos não escrevem nada. E aí foi como me iniciei no campo da comunicação. Era um agrônomo perdido, sendo editor de imprensa e rádio. Eu adorava o trabalho e para eles era a primeira vez que encontravam um agrônomo que gostava de escrever. Eu fazia folhetos, programas de rádio, tudo isso que era uma novidade no Paraguai.

A proposta fazia parte da ‘rural extension’, um conceito que começou nas universidades agrícolas dos Estados Unidos. E os técnicos americanos me convidaram a ir para os EUA para aprender sobre algo que chamavam de ‘Informação Agrícola’. Na universidad de Winsconsin era um departamento de Agricultural Journalism. Eu fui para Washigton, para um programa especial de formação itinerante para 22 estudantes de onze países da América Latina. Aprendemos artes visuais, comunicação escrita, folhetos de imprensa, essas coisas.

Depois de andar por todos os EUA, terminamos em Porto Rico, onde estudamos a aplicação dos meios na extensão rural, vendo como a televisão, o rádio, a imprensa, as reuniões, as demonstrações, como tudo



THOMAS TUFTE

isso se aplicava na extensão rural. Depois me convidaram para uma pós-graduação em jornalismo agrícola. Fiquei por lá mais um tempo e depois me enviaram para um programa de cooperação técnica para os países do terceiro mundo, com sede na Costa Rica. Foi aí onde conheci Luis Ramiro Beltrão, jornalista da Bolívia e já são mais de 50 anos de amizade. Desde então, tenho sempre trabalhado na área da comunicação rural, como os vinte e tantos anos no Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura IICA, da OEA.

### **O amor pelo Brasil**

Minha relação com o Brasil começou naquele primeiro curso nos EUA. Éramos um grupo de 22 homens e tínhamos uma brasileira de interprete. Ela era jovem, simpática, dançava, ria muito. Eu fiquei completamente fascinado, porque as mulheres paraguaias naquele tempo eram muito tímidas, tinham medo dos homens. Eu a comparava com minhas amigas e achava ela muito superior, nem sonhava em conquistá-la, nem nada. Só pensava - Que maravilha de mulher! E as coisas foram se dando, e ela terminou sendo a mãe dos meus filhos e convivemos há 54 anos.

Logo depois de nos casarmos, fui fazer o doutorado em Michigan sobre comunicação agrícola. E na hora de fazer o trabalho de campo escolhi ir para Pernambuco, por influencia de um amigo sociólogo chamado Heraldo Pessoa Sotomayor. Vivi um ano em Recife e fazia o estudo com agricultores em Timbaúba. E aí nasceu meu primeiro filho. Depois um mexicano, outro na Costa Rica, uma São José e as duas caçulas que são peruanas. E quando me perguntam se num tenho nenhum filho paraguaio, olho pra minha esposa e digo que sempre é tempo... (risos).

### **Paulo Freire**

Apesar de contemporâneo e de ter vivido em Recife, não conheci Paulo Freire nesta época. Eu fui pro Peru, ser diretor de comunicação do IICA e um amigo em comum me escreveu contando que Paulo Freire tinha sido preso pelos militares e era urgente retirar-lo do Brasil. Eu tinha dinheiro para contratá-lo e tinha um posto de trabalho vago. Imediatamente

enviei o formulário de emprego. Em poucos dias a tal folha azul voltou vencida e sem Paulo Freire.

O diretor geral da Costa Rica e o chefe do IICA no Brasil cancelaram a proposta de trabalho porque um organismo internacional não devia contratar exilados brasileiros para não se indispor com o governo. Eu escrevi uma carta a Paulo Freire pedindo desculpas e ele me respondeu do Chile, dizendo que tinha conseguido sair do país. Me agradeceu o empenho e disse que não me preocupasse porque ele já estava acostumado a ser rejeitado. Passados alguns anos, ele se tornou um dos cinco intelectuais mais influentes do mundo. Ele revolucionou toda a mentalidade de como fazer comunicação, extensão e educação e o IICA se arrependeu de não tê-lo contratado.

Nos anos 80, a OIT me convidou para uma consultoria em Genebra e Paulo Freire estava vivendo lá. Depois daquela pseudo-contratação perdemos contato e eu temia que ele não me reconhecesse, mas minha esposa resolveu ligar para ele. Paulo se lembrava de mim porque eu tinha enviado a primeira carta que ele recebeu na prisão. Fomos parar na casa dele e era incrível a alegria de menino que ele transmitia. Estava entusiasmado: “Bordenave, imagine, meus livros foram traduzidos para catorze idiomas!... Meu livro está na 29 edição no Brasil. Un best seller”.

Ele estava fascinado por esse reconhecimento, como se não tivesse merecido, mas ele era um gênio. Isso me comoveu. Ele me contou que Pedagogia do Oprimido teve uma repercussão enorme e muitos movimentos sociais fizeram coisas inspirados no livro, mas muitos não conseguiram triunfar porque se enfrentaram com um muro. O muro dos opressores, porque se havia oprimidos era porque também existiam opressores. Eu então sugeri um livro de pedagogia para os opressores. “Não, não, Bordenave. Para eles só a revolução”, respondeu convicto. Para Paulo, a revolução não era uma coisa armada, era uma mudança profunda na hegemonia, uma revolução do pensamento, porque Paulo não era violento.

Uma vez ele me contou que encontrou um ladrão em casa às 3hs da manhã. Ao invés de reagir, ele disse: “meu filho, você está fazendo uma coisa feia, e vai terminar morrendo. Vou te conseguir um emprego”, e arrumou trabalho pro assaltante. Outra vez ele me contou que um jovem lhe disse: “professor Paulo, eu queria ser grande como o senhor”. “Então

THOMAS TUFTE

seja grande como só você pode ser. Seja grande como você mesmo, não imite”.

Eu fui muito influenciado por ele. Todo meu modelo de comunicação porcentual, horizontal, vem dele. E seu pensamento coincidia com meus princípios.

### **Um novo modelo comunicativo**

Quando comecei a construir meu pensamento sobre comunicação rural estava muito influenciado pelo pensamento pragmático americano. Eles começaram a trabalhar com a idéia de Difusão e um método chamado Pedagogia Audiovisual, que era utilizar o vídeo como instrumento de extensão rural, e era uma escola para reproduzir vídeos sobre como fazer um galinheiro, um viveiro de eucalipto. E como funcionava isso? Eles levavam o vídeo para a comunidade, reuniam todo mundo num auditório e conversavam. Era um instrumento, com vários obstáculos: imagine levar isso a lugares como a serra boliviana ou um bosque paraguaio, quando não tinha ainda eletricidade! Quantas vezes tínhamos de ir a uma mesma comunidade para passar um programa de extensão? Era caro, complicado... Eles tinham equipe, equipamentos caríssimos, mas não houve aceitação, o projeto nunca avançou porque a extensão rural leva a super tecnologia comunicacional no jeep velho ou na bicicleta. É uma piada moderna que mistura tecnologias avançadas com um ambiente institucional que não acompanhava.

Depois tentaram a mesma coisa no Brasil, na mesma época da mudança do governo militar para a democracia. O problema neste caso não era tanto transferir tecnologia, mas analisar as políticas agrícolas, escutar as pessoas e o que elas queriam era participação. O vídeo não servia para esta prática.

Então a comunicação rural que Paulo Freire me inspirou não era uma coisa de meios, mas de processos de comunicação. Por exemplo, se você tem aqui uma comunidade que tem problema, logo ali tem outra com o mesmo problema, mas não sabem. Então, um dia, um visita o outro e diz: “poxa, temos o mesmo problema. E vamos buscar um remédio para isso! “O que precisamos é estabelecer relações entre as pessoas, redes, diálogos. Claro que os meios ajudam, a rádio comunitária, o vídeo, tudo

isso serve muito, mas a força da comunicação é o intercâmbio para recriar. Essas duas posturas em relação a comunicação rural eram bem diferentes e a perspectiva tecnicista ainda permanece. Já o conceito de comunicação para o desenvolvimento está se ampliando, como o uso agora de comunicação para a transformação social. Quando a gente começou estávamos muito voltados a políticas setoriais, para temas muito concretos como desenvolvimento agrícola, desenvolvimento da educação, da saúde, etc. Mas quando se fala em comunicação para a transformação social se pensa em debates políticos, em identidade cultural, em diversidade. Isto é mais completo do que o conceito de desenvolvimento que herdamos.

### **O projeto paraguaio**

Quando Fernando Lugo assumiu a presidência, criou o Ministério da Informação para a Comunicação e o Desenvolvimento e eu fui convidado a participar do projeto. Mas este espaço é mais complexo do que parece, porque a prioridade segue sendo a comunicação presidencial. A comunicação para o desenvolvimento é apenas uma perna, que envolve a criação de cinco cursos nas universidades, cuida das rádios comunitárias e da comunicação indígena. É neste setor no qual estou trabalhando, nas outras sequer sou consultado.

Para os cursos nas universidades eu recomendei que a formação dos comunicadores para o desenvolvimento fosse baseada em competências, não em disciplinas. É inevitável ter disciplinas, porque o sistema de avaliação oficial é este, mas orientamos que as disciplinas sejam insumo para a aquisição de competências. É isso o que vale para a gente, a disciplina curricular é apenas um meio para fortalecer o conhecimento, mas o que importa é a prática, é o saber fazer. Não me refiro a um saber técnico, mas ter as habilidades necessárias para a área.

Te dou um exemplo: a Secretaria de Educação criou uma nova faculdade de Florestas, que oferece ao aluno a opção de trabalhar com bosques, madeiras, ecoturismo e gestão ambiental. Eles escolheram um currículo por competência. Como? Se o egresso vai trabalhar com ecoturismo, turismo ambiental, seu posto de trabalho vai estar nas agências de viagem, hotéis, Secretaria de Turismo, etc. Então o curso vai lá e procura saber o que se espera deste egresso, e eles dizem que um aluno na

área deve saber fazer um projeto de ecologia, mapear a ecologia da região, fazer uma rota turística. Isso são competências. Quando o conhecimento é dado por disciplinas, se transmite conhecimentos em economia, ecologia, mas o aluno não sabe bem o que fazer com isso.

O que precisa saber fazer um comunicador para o desenvolvimento? Como não temos ainda empregadores nesta carreira, eu inventei as competências baseado na minha experiência de 40 anos nesse campo. Acredito que são duas: identificar as necessidades comunicacionais dos diversos setores da população dentro de uma perspectiva de desenvolvimento mais ampla. Para estudar desenvolvimento é preciso mudar atitudes, superstições, enfrentar a falta dos meios tradicionais e identificar as necessidades reais. Essa é a primeira habilidade.

A outra competência é saber planejar e operar meios de baixa tecnologia, como por exemplo cartas, programas de rádio, coisas assim. Existe outra competência que é de saber planejar meios de alta tecnologia como televisão, vídeos, cine, etc. Mas tema inda a habilidade de saber desenhar, dirigir e coordenar estratégias de comunicação para os problemas como a dengue. Não é fácil fazer isso. Se você contratar um jornalista tradicional, está perdido. Se contrata um comunicador institucional, eles também não sabem. Uma das competências do comunicador para o desenvolvimento é formular estratégias completas.

Mas nosso modelo ainda não está completo. Há críticas de que essas habilidades precisam ser usadas como estratégias contextualizadas a um ambiente social, econômico e cultural específico. O comunicador para o desenvolvimento estar habilitado a debater estas questões, a fazer a crítica, e também precisa estar apto a formular políticas públicas, e isso ainda não está no nosso projeto. Mas isso é difícil porque a comunicação não é somente meios. Os seminários internacionais são um enorme sistema de comunicação, mas isso não se estuda, estudamos os meios mas não os sistemas complexos da comunicação.

A aplicação da competência deve ser aplicada a qualquer contexto, seja uma ONG, um Ministério, uma mídia, na rádio, etc. As competências que selecionei são as básicas para qualquer setor. A necessidade de planejar, capacitar, usar meios massivos, multimídia, etc. Essa é a arte da comunicação em geral. E isso precisa saber fazer bem. Pode até variar o resultado a depender do contexto, mas não pode variar se sabem fazer

bem ou não. Tem muita gente que sabe falar disso, mas não sabe fazer.

## **Conquistas**

Depois de 55 anos trabalhando no tema da comunicação rural, é muito difícil medir conquistas pessoais. Mas gosto de celebrar os avanços do conceito, como o de comunicação participativa. Quando comecei não havia nenhum suporte bibliográfico. Haviam algumas coisas sobre comunicação política, mas não tinha nada a ver com o que estamos falando agora. Me inspirei muito num modelo europeu de autogestão, um socialismo auto gestor diferente, que não era terrorismo de estado. Isso alimentou meu pensamento e criamos nos anos 70 o primeiro seminário de comunicação participativa. A UNESCO usou o conceito e falavam de graus de participação em diferentes níveis, como acesso, programação e gestão, como os três passos da participação.

Minha contribuição na área da comunicação rural também foi importante, colaborei com instituições importantes no Brasil. Houve um ano que o INTERCOM foi dedicado ao tema e tomo mundo estava pensando no assunto. E agora estou contribuindo com a experiência do Paraguai, que me parece um caminho muito interessante. Eu vejo que esse projeto independe de Lugo no poder, porque as pessoas estão muito entusiasmadas. O ponto crítico é se essa gente que estamos formando vai ou não conseguir emprego, e não se Lugo vai continuar no governo.

## 2. IMAGEM JORNALÍSTICA E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: A IMAGEM DOS SERTÕES

Juliana Andrade Leitão<sup>1</sup>  
Maria Salett Tauk Santos<sup>2</sup>

### Resumo

Este estudo tem o objetivo de analisar as representações sociais que a imprensa de circulação nacional faz dos Sertões do Nordeste nas reportagens de alcance nacional. A pesquisa está fundamentada na teoria das Representações Sociais, imagem fotográfica e jornalismo. Trata-se de um estudo de caso que analisa as imagens fotográficas disponíveis pela agência Globo e o jornal O Globo em seu portal online de notícias. São analisadas as temáticas, títulos e subtítulos de todas as fotografias disponíveis no site, correspondentes ao tema Sertão no período de 2003 a 2010. O estudo evidenciou que as imagens denotam uma representação do Sertão como local de isolamento, de seca, miséria, sem acesso a tecnologia, a saneamento, com sistema precário de transporte e rudimentares práticas agrícolas.

Palavras-chave: Representações sociais; mídia; Sertão; Nordeste; fotojornalismo.

Abstract: The current study aims to analyzes the social representations made by the national press about the hinterlands (Sertão) in northern Brazil. The research focus is centered on photographs published by

---

<sup>1</sup>Juliana Andrade Leitão, jornalista, atua desde 2003 como repórter fotográfico. Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local pela Universidade Federal Rural de Pernambuco - POSMEX/ UFRPE. Doutoranda do Programa de Pós- Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco - PPGCOM/UFPE. Professora do curso de Publicidade e Propaganda da Escola Superior de Marketing e da Faculdade Joaquim Nabuco em Recife-PE. E-mail: julleitao@gmail.com

<sup>2</sup>Maria Salett Tauk Santos é Jornalista. Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/ USP, Professora do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), do Departamento de Educação da Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, PE. Coordenadora do GTComunicação, Tecnologia e Culturas Populares do Posmex/UFRPE e do GPComunicação e Desenvolvimento Regional e Local da Intercom. E-mail: mstauk@hotmail.com



newspapers, therefore, identifying elements that take place on people's mind due to the those published stories that introduce the Sertão to the rest of Brazil. It is a case study to analyze photographs, available from AgênciaGlobo and O Globo newspaper website, related to Sertão between 2003 and 2010. The case study presents evidence that those images led to a representation of Sertão as a place of isolation, dry, poverty, with no access to technology and sanitation, with a very poor structure of transportation and farming.

Keywords: Social representations; press; Sertão; Northeast; media; photojournalism.

Resumen: Este estudio tiene como objetivo analizar las representaciones sociales que la prensa de circulación nacional se utiliza para representar los Sertões del Noreste de Brasil en los reportages de alcance nacional. La investigación está fundamentada en la teoría de las Representaciones Sociales, imagen fotográfica y periodismo. Se Trata de un estudio de caso que analiza las imágenes fotográficas disponibles por la agencia de noticias Globo y el periódico O Globo en su portal online de noticias. Son analizadas las temáticas, títulos y subtítulos de todas las fotografías disponibles en su página web, correspondientes al tema Sertão entre 2003 y 2010. El estudio mostró que las imágenes denotan una representación del Sertão como lugar de aislamiento, seca, miseria, sin acceso a tecnología, saneamiento, con sistema precario de transporte y prácticas agrícolas rudimentales.

Palavras chave: Representaciones sociales; imprensa; Sertão; Nordeste; fotoperiodismo.

## INTRODUÇÃO

O objetivo deste artigo é analisar as representações sociais que a imprensa de circulação nacional faz dos Sertões do Nordeste nas reportagens de alcance nacional.

As questões que norteiam o estudo estão centradas na forma como são veiculadas as matérias de vários jornais de alcance nacional, que historicamente retratam o Sertão, reduzindo-o à seca, à presença de caveiras e da terra rachada. A argumentação para a escolha do tema

se fundamenta na forma como tem sido estigmatizada a Região, seus costumes e sua população no senso comum com simbolismos e mitos, reforçados pelo discurso midiático.

A mídia muitas vezes tem contribuído para perpetuar esse modelo estagnado de pensamento e percepção sobre o que acontece nas regiões do Nordeste, principalmente no Sertão. Parece que em muitos casos existe certo descompasso entre o que acontece de mudanças efetivas em algumas regiões do país e o que é representado, que muitas vezes mostra-se a partir de formatos pré-estabelecidos de imagens caricatas, reforçando estereótipos de pessoas esqueléticas, locais aparentemente abandonados e isolados e parece nunca considerar o Sertão que possui Universidade Federal Rural, pesquisa agropecuária e tecnologias na produção e exportação de frutas seguindo padrões internacionais de cultivo e armazenamento, além de internet, arte de projeção nacional etc. Ao invés disso o que aparece é o sertanejo que ratifica a imagem dos Retirantes de Portinari, reducionismo que pode contribuir para a diminuição de investimentos na região.

*O Norte e o Nordeste são vistos como as regiões rurais que parecem ter parado no período colonial, são abordadas como cidades folclóricas, alegres, cheias de luz e arquitetura barroca, e o Sul e Sudeste como as regiões urbanas moderna, rica, movimentada, multicolorida, polifônica e cheia de luminosidades contemporâneas. (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2001, p.104-105).*

Essas delimitações conceituais existentes no senso comum limitam as possibilidades do termo rural e do termo urbano. É precisamente por conta do contraste entre o que é o rural hoje e como ele é representado na mídia por meio das imagens que a pesquisa se faz relevante para quem trabalha com jornalismo, para que esse debate proporcione uma autocrítica sobre escolhas feitas, linha editorial entre outros.

Pensando na forma reducionista que muitas vezes o Sertão aparece representado nos meios de comunicação de massa, nas possibilidades jornalísticas ainda pouco exploradas sobre aspectos de desenvolvimento econômico, social e cultural dessa rica região e do que tem aparecido na mídia, se chegou ao seguinte questionamento: De que formas a imprensa de alcance nacional reforça a imagem do Sertão como local desprovido de riquezas e sujeito somente à seca?

A importância do conhecimento que será gerado com esta pesquisa consiste na observação de representações socialmente enraizadas na sociedade brasileira no que diz respeito ao Nordeste, ao povo nordestino e especificamente ao Sertão e ao povo sertanejo. A representação do Nordeste precisa ser questionada e reavaliada por aqueles que se colocam como vozes que falam para o Brasil sobre este Brasil, que muitas vezes desconhecem. Essa atitude e a forma de fazer jornalismo têm reforçado preconceitos consolidados no país até hoje. Um exemplo desse preconceito é a Comunidade no Orkut “Eu odeio Nordestinos”.

## **A PESQUISA**

Trata-se de um estudo de caso, que instrumentaliza a análise das Representações Sociais que a Imprensa de circulação nacional faz dos sertões do Nordeste nas reportagens especiais disponibilizadas no site do jornal O Globo.

Iniciou-se com uma pesquisa piloto onde foram coletados dados sobre o tema nos jornais: Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo e o site de notícias UOL. A opção pela coleta de dados da internet se deve ao crescimento exacerbado do meio de informação online, por se constituir numa fonte de pesquisa cada vez mais comum, para a modalidade de pesquisa exploratória e facilidade de acesso às matérias de jornais de outros estados. Os sites selecionados pertencem a grupos de comunicação jornalística. Assim, chegou-se aos seguintes resultados sobre o tema Sertão: O Globo mostrou 931 resultados, Jornal O Estado de São Paulo 1.309 notícias, Folha de São Paulo 3.178 resultados e UOL 86.986.

Devido ao número fez-se um recorte considerando as matérias especiais, matérias com foto e fotogaleria (galeria de imagens agrupadas correspondentes a um mesmo assunto). Todas as fotografias acima mencionadas foram vistas e observadas atentamente para fazer posteriormente uma decisão criteriosa de recorte metodológico para esta pesquisa. Esse levantamento demandou um processo de dois meses. A justificativa para a escolha do site de notícias do jornal O Globo, deve-se ao fato de ser um jornal que possui repórter e fotógrafos a serviço desse veículo aqui em Pernambuco, por disponibilizar uma quantidade grande de imagens em fotogalerias sobre os diversos assuntos e organização do

referido site. São analisadas as temáticas, títulos e subtítulos de todas as fotografias disponíveis no site, depois de observar as fotogalerias que O Globo disponibiliza que datam do período de 2003 a 2010 e que sejam de cunho jornalístico.

As fundamentações teóricas em Representações Sociais combinada com teorias do jornalismo e da imagem deram base para a construção das categorias de análise:

1. Arquétipos de pessoas, objetos, vegetação (considera as imagens do Sertão vindas de relatos, do imaginário coletivo).
2. Recorte espaço-temporal (época e localização das imagens).
3. Técnicas fotográficas (enquadramento, recorte, foco, cores e horário da luz).
4. A notícia mostrada pela imagem (título, a legenda texto que de alguma forma traga informações sobre a fotografia).

Coisas que não são classificadas e que não possuem nomes são estranhas, não existentes e ao mesmo tempo ameaçadoras (MOSCOVICI, 2009), observa-se então como um olhar sobre o Sertão representado torna-se senso comum tendo a participação dos meios de comunicação nesse processo rotulando, categorizando e encaixando de forma reducionista uma multiplicidade de informações imagéticas que o Sertão oferece. Como as Representações Sociais observam que a sociedade estabelece categorias para explicar um tema, pensou-se em criar categorias a partir do que as imagens mostram para ver que senso comum está impregnado na mídia e consequentemente na sociedade sobre a região.

## **IMAGEM E REPRESENTAÇÃO SOCIAL**

A pesquisa está fundamentada na teoria das Representações Sociais, imagem fotográfica e desenvolvimento local. Da teoria das Representações Sociais utilizou-se fundamentalmente Serge Moscovici e Celso Pereira de Sá, deste último ressaltamos a importância das manifestações culturais ou matérias veiculadas pela mídia como fonte de dados. (SÁ, 1998, P.58). O autor explica também que as Representações circulam por meio da difusão: “típica da imprensa de grande circulação”

(SÁ, 1996, p.35). De Moscovici (2009) consideramos a importância dada às convenções, cultura, a memória social e histórica no processo de ancoragem (classificar, rotular e categorizar). O segundo conceito trazido é o da objetivação, ou seja, “produzir um conceito em uma imagem”. (MOSCOVICI, 2009, p.72). Nesta pesquisa, a fotografia de imprensa consiste num recorte metodológico para análise da representação na mídia. “A fotografia de imprensa é uma mensagem”. (BARTHES, 2009, p.11). Utiliza-se este autor que discute quem produz quem escolhe e como esta imagem comunica com os textos aos quais faz referência, como título, legenda e até mesmo o nome do jornal: “A estrutura da fotografia não é uma estrutura isolada; comunica, pelo menos, com uma outra estrutura, que é o texto (título, legenda ou artigo) que acompanha toda a fotografia de imprensa”. (BARTHES, 2009, p.12).

Barthes (2009) ao falar de texto e imagem diz que:

*Em primeiro lugar, esta: o texto constitui uma mensagem parasita, destinada a conotar a imagem, isto é, a “insuflar-lhe” um ou vários segundos significados. Por outras palavras, e é uma inversão histórica importante, a imagem já não ilustra a palavra; é a palavra que, estruturalmente, é parasita da imagem. (BARTHES, 2009, p.21).*

Os textos que acompanham as galerias tornaram-se importantes fontes de análise dentro desta pesquisa, pois auxiliam na compreensão do que o jornal quer comunicar com aquela determinada imagem e que precisa ser levada em consideração. O autor chega a dizer que a legenda “pela sua própria disposição, pela sua medida de leitura, parece duplicar a imagem, isto é, participar na sua denotação”. (BARTHES, 2009, p.22). No capítulo A Retórica da Imagem, Barthes (2009, p.33) explica que a imagem tem como característica principal o fato de ser polissêmica, devemos, então, sempre buscar informações que auxiliem na sua compreensão.

Para compreender as possíveis leituras que se fazem de uma imagem é importante levar em consideração os dois componentes principais da imagem (KOSSOY, 1999) que podem ser de ordem material (recursos técnicos, óticos e eletrônicos) e de ordem imaterial (mentais e culturais).

Outro aspecto importante para quem estuda imagem e que é recorrente

em vários autores é o da memória. O que Pesavento chama de “arquivo de memória” ou “museu imaginário” que todo homem carrega, e que abarca o visto, o sabido, o lido, o adquirido, o ouvido. (PESAVENTO, 2008, p. 101), as imagens que o espectador vê comunica com aquelas imagens guardadas na memória. Aumont (1994) fala que ao ver uma imagem a memória é ativada. Assim muitas das imagens sobre o Sertão que vemos nas galerias trazem uma lembrança cultural de outras fontes que falaram sobre o Sertão como é o caso das descrições de Euclides da Cunha ou dos quadros de Portinari, havendo assim uma rememoração de uma realidade construída socialmente.

Outro aspecto considerado são os múltiplos pontos de vista: “vemos, hoje, que o estudo da imagem é fundamental para o entendimento dos múltiplos pontos de vista que os homens constroem a respeito de si mesmos e dos outros.” (ALEGRE, 1998, p.76).

Aumont traz a importância do recorte ou enquadramento. Esse processo que ele chama mental e material “pelo qual se chega a uma imagem que contém determinado campo visto sob determinado ângulo e com determinados limites exatos”. (AUMONT, 1994, p.153). Nesse sentido a fotografia irá mostrar o ponto de vista daquele lugar ou situação do fotógrafo: “lugar onde uma coisa deve ser colocada para ser bem vista”. (AUMONT, 1994, p.156). O ponto de vista do fotógrafo será percebido pelo leitor da imagem:

*1. Um local, real ou imaginário, a partir do qual uma cena é olhada; 2. O modo particular como uma questão pode ser considerada; 3. Enfim, uma opinião, um sentimento com respeito a um fenômeno ou a um acontecimento. (AUMONT, 1994, p.156).*

Um aspecto importante do enquadramento refere-se ao seu valor conotativo:

*Tudo o que nas imagens narrativas lhe faz traduzir uma visão subjetiva, “focalizada”; mais amplamente, a tudo o que faz com que um enquadramento traduza um julgamento sobre o que é representado, ao valorizá-lo, ao desvalorizá-lo, ao atrair a atenção para um detalhe no primeiro plano etc. (AUMONT, 1994, p.156).*

Arlindo Machado complementa esse raciocínio ao falar do recorte do quadro e alusão ao extraquadro, afirmando que:

*Toda visão pictórica, mesmo a mais “realista” ou a mais ingênua, é sempre um processo classificatório, que joga nas trevas da invisibilidade extraquadro tudo aquilo que não convém aos interesses da enunciação e que, inversamente, traz à luz da cena o detalhe que se quer privilegiar. (MACHADO, 1984, p. 76).*

Dentro do campo dos estudos da Comunicação, considerou-se o conceito de agenda-setting. Segundo Wolf, o público dá importância a acontecimentos enfatizados pelos meios de comunicação de massa. O autor explica que a mídia coloca na ordem do dia os assuntos, dando importância, salientando sua centralidade, assim: “as notícias são enquadradas em temas, a mídia fornece categorias nas quais o receptor situa as matérias de modo significativo”. (WOLF, 2008, p.145). Outro aspecto da agenda é o que o autor chama de agenda intrapessoal: relevância pessoal dada pelo indivíduo e agenda interpessoal: temas sobre os quais o indivíduo discute com outros dentro de uma rede de relações e de comunicação. É importante salientar que a agenda inclui além dos fatos o tratamento dado a estes fatos. (CHARAUDEAU, 2006, p 42-43). Que nesta pesquisa podemos analisar não somente o Sertão, mas o olhar sobre esse Sertão.

### A representação do Sertão na Agência Globo



A primeira galeria é a da Agência Globo, o local é o Sertão Central de Pernambuco, com a legenda: “Na Caatinga do Nordeste só restam

<sup>3</sup> Galeria da Agência Globo de 25.04.2006, foto: Hans Von Manteuffel. Local Sertão Central.



30% da vegetação nativa”. O texto da legenda fala de meio ambiente, de Caatinga, de vegetação perdida. A imagem mostra uma temperatura de cor bem quente. A imagem analisada ilustra um pôr do sol alaranjado, com tons de amarelos e vermelhos e uma silhueta marrom. A silhueta é formada por um cactus e por uma paisagem longínqua em segundo plano sem muitos detalhes. O item que se destaca nessa imagem são os cactos como elementos principais, indicando uma vegetação que suporta a falta de água, mas a legenda reforça a falta de água no Sertão ao afirmar que esta vegetação está desaparecendo, nem eles estão suportando. Tecnologia é um item inexistente na imagem. Evidenciando na prática o que Albuquerque Junior teoriza ao afirmar que “a relação entre o Sertão e a civilização é sempre encarada como excludente”. (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2001, p.54).



A legenda diz: “Solidão. O desmatamento desordenado na região de Solidão, no Sertão do Pajeú, contribui para o aumento da desertificação”. A fotografia de um cacto solitário em terra seca traz na legenda os termos ‘solidão’ e ‘desertificação’. Solidão é o nome de uma cidade e aqui aparece como um jogo de palavras, a cidade referenciada não aparece na imagem retratada, parece a foto de uma área rural, que talvez nem seja longínqua e que a capacidade técnica da fotografia de fazer um recorte permitiu dar a ideia do arquétipo vegetativo do que seria o Sertão, a terra seca esbranquiçada, o cactus como único sobrevivente à seca, o céu azul sem uma nuvem que indica a chuva por vir. Novamente a tecnologia se torna inexistente, parece um ambiente inabitável devido à aridez territorial.

---

<sup>4</sup> Galeria Agência Globo. Fotógrafo: Josenildo Tenório. Local: Sertão do Pajeú. Data: 11.10.2001



A legenda da foto diz o seguinte: “Exclusiva. Chuva no Sertão do Ceará”. Estas duas fotos estão dentro da galeria da Agência Globo e são as únicas que possuem um olhar diferenciado no que se refere às cores e à vegetação. A primeira imagem possui uma estrada asfaltada, provavelmente uma BR, onde não passa nenhum carro, a segunda imagem mostra montanhas e vegetação aparentemente intocada. São duas situações bucólicas, sem presença humana. Verdes, azuis e cinzas predominam. Não há referências à presença de tecnologias.

O céu carregado evidencia chuvas, assim como a vegetação verde e abundante. A estrada entra como elemento indicativo de comunicação daquele local com outras regiões. No entanto, a legenda remete à mesma preocupação das outras fotografias: a seca. O texto mostra que trata-se de um grande acontecimento o fato de estar chovendo no Sertão do Ceará com a palavra ‘Exclusiva’. A imagem não é de seca, mas o texto se refere à seca. “O texto sobrecarrega a imagem, confere-lhe uma cultura” (BARTHESES, 2009, p.21). Nesta fotografia, a legenda diz qual a mensagem sobre o sertão que quer ser mostrada.

Assim, concordamos com Aumont (1994, p.156) que esse enquadramento é uma escolha. A galeria pública da Agência globo possui somente cinco imagens que se referem ao Sertão e todas essas imagens discutem a seca, nas imagens e nas legendas. É o único ponto de vista sobre a região. Nenhuma imagem sobre a região mostrada trouxe outros aspectos, como é o caso do Aeródromo, Agência do Trabalho, Universidade de Pernambuco (Estadual), polo produtor de artesanato (ADDIPER, 2010). Lavouras de subsistência, algodão, cana-de-açúcar e fruticultura, turismo ecológico, grupos folclóricos ou feiras gastronômicas. (FÉRIAS

---

<sup>5</sup> Galeria Agência Globo. Foto: Gustavo Stephan. Local: Sertão do Ceará. Data: 11.05.2006

TURISMO, 2010). Observamos um olhar único sobre a região.

### A representação do Sertão no jornal O Globo: Seca em Alagoas



A galeria Seca em Alagoas é feita por fotos do corpo de bombeiros em 2008. São sete imagens com baixa resolução e uma nitidez comprometida provavelmente feita com máquina compacta simples ou celular. A fotogaleria começa com a frase: “a seca mais uma vez castiga os sertanejos”. Esta galeria traz elementos para reafirmar o assunto principal que está no título de todas as fotos: a seca. As imagens podem servir para afirmar um ponto de vista sobre a região ou a realidade. Aumont (1994, p.156) diz que o enquadramento é a materialização de um ponto de vista, percebe-se que o ponto de vista até agora é a seca, que explica o Sertão. A imagem que inicia a galeria possui três elementos principais: a terra

<sup>6</sup> Todas as fotos da galeria são do Corpo de Bombeiros.

seca e sem vegetação, uma poça de água pequena e um homem do corpo de bombeiros supostamente indo em direção à água. As legendas dizem: “Até agora, 25 cidades detectaram situação de emergência/Divulgação/Corpo de Bombeiros”. “Na maioria dos municípios, mais de 80% da lavoura de feijão e milho estão perdidas”. “Os prejuízos na agricultura e pecuária passam de R\$ 1 milhão”; “Os postos de saúde não param de receber pessoas desidratadas e com diarreia”; “As crianças estão sem estudar; consultórios médicos fecharam por falta de água”; “As cidades esperam agora ajuda do governo federal, com caminhões-pipa”.

A legenda fala em lavouras de milho e feijão que não aparecem nas imagens. Fala em agricultura e pecuária, mas não mostra nas imagens nenhuma dessas coisas, mesmo as legendas citando, as imagens não mostram médico ou crianças nas escolas, ou sequer escolas fechadas. Observamos a categoria de análise Arquétipo de vegetação onde se observa uma terra seca, um espaço de água razo, carroça rudimentar de transporte, região desabitada. A última imagem que aparece nessa galeria mostra três pessoas pegando água de um poço, dois bois, árvores e uma casa.



Não aparece o corpo de bombeiros, mas elementos que registram que a região é habitada, as pessoas não possuem aspectos que indiquem fraqueza, desidratação, desnutrição ou outros elementos que as legendas anteriores mostraram. O sistema de transporte é rudimentar, o chão demonstra que não se trata de uma rua, mas de um ambiente rural e observa-se que a região possui uma casa, os animais, o poço e as pessoas. O texto relacionado às fotos não indicam onde foram feitas essas imagens, somente há informação de que se trata do Sertão de Alagoas.

<sup>7</sup> Foto: Agência A Tarde.

## Quinta-Feira Santa pelo mundo



Desta galeria se analisa, conforme estabelecido na metodologia e na definição do corpus, as duas imagens feitas no Sertão da Bahia da Agência A Tarde. Em ambas as pessoas fazem um ritual carregando uma cruz e vestidas de lençóis brancos. O texto que acompanha a primeira foto diz o seguinte: “Em Juazeiro, no Sertão da Bahia, homens e mulheres vestem-se com lençóis brancos e seguem pelas ruas que dão acesso ao cemitério da cidade carregando uma cruz”; a segunda legenda diz que :“A cerimônia em Juazeiro faz parte das manifestações da Quaresma há 200 anos”. Diferentemente de todas as outras imagens analisadas anteriormente, estas fotografias são noturnas, com pouca luz, sem dar nenhuma informação sobre elementos vegetativos ou qualquer relação no texto ou na imagem no que diz respeito à seca. No entanto, estas duas fotografias mostram outros aspectos arquetípicos do sertanejo que é a tradição e a religiosidade. Uma religiosidade vista como forma de resistência às condições impostas pela aridez do meio. Imagem disseminada em Os Sertões onde Euclides da Cunha diz que no Sertão existe uma insurreição da terra contra o homem e, para enfrentar esta batalha, Cunha (1901) diz que “A princípio este reza, olhos postos na altura. O seu primeiro amparo é a fé religiosa. Sobraçando os santos milagreiros, cruzes alçadas, andores erguidos, bandeiras do Divino ruflando” (CUNHA, 1901, p.134). Barthes (2009, p.23) afirma que “a leitura da fotografia depende do ‘saber’ do leitor”; o conhecimento das descrições sobre o povo sertanejo feitas por Euclides da Cunha em Os Sertões mostram como essas imagens podem entrar em uma categoria arquetípica de pessoas, essa representação social tem sido construída na história do país desde que esse primeiro jornalista fala sobre a região. É indiscutível a importância dada à religiosidade e ao sagrado na região, no

<sup>8</sup> Foto: Agência A Tarde.

entanto o pitoresco foi enfatizado, nas imagens de outros locais que não são o Sertão, observam-se imagens de igrejas, não são imagens inventadas, mas seguem um modelo de representação.

### Galeria Seca no Nordeste



Esta galeria que retrata o sofrimento das populações do Nordeste ainda com a seca, publicada um mês antes das eleições presidenciais, o que indica motivações políticas do jornal O Globo. Com a legenda: “A caveira do boi, um dos símbolos da seca no Nordeste”; temos na imagem e no texto um objeto arquetípico da seca no Sertão que como afirma Roland Barthes: “o homem adora os signos e adora-os de preferência claros” (BARTHES, 2009, p.24). A caveira em primeiro plano deixa todos os outros elementos na foto a ela subjugados. A caveira foi o ponto de vista do fotógrafo, “Um local, real ou imaginário, a partir do qual uma cena é olhada”. (AUMONT, 1994, p.156).

A segunda imagem apresenta duas pessoas enchendo cacimbas de água, a frase que acompanha diz o seguinte: “Helena Monteiro de Andrade (de calça jeans), de 60 anos, posa ao lado do filho João, de 22 anos. Ele já enfrentou mais de dez secas, com a ajuda de um jumento, sai em busca de água”. O chão é de terra batida e reflete um sol de meio dia, a hora mais quente do dia o que deixa a luz forte e dura e o chão aceso, os dois utilizam jumentos e carroças como meios de transporte, a vegetação é seca

<sup>9</sup> Todas as fotos da galeria são de Hans Von Manteuffel.



e o céu azul que possui nuvens espças ao fundo. Essa imagem registra a falta de água com todos os elementos, o chão está seco, a vegetação está seca, a hora do sol mostra que está quente e as pessoas estão precisando de água. Na legenda aparece que a localidade já enfrentou mais de dez secas. O texto evidencia a seca no Nordeste, título da galeria de imagens. Aumont (1995, p. 207) explica que além de sua relação mimética mais ou menos acentuada com o real, a imagem veicula, de forma codificada, o saber sobre o real. O olhar pode ser direcionado por meio do recorte do enquadramento, o horário do registro, o local escolhido etc.

A legenda da imagem seguinte diz: “Maria José Pereira, de 63 anos, e Sebastião Pereira da Silva de 59 anos, tem queixas: débitos no empréstimo consignado e corte no Bolsa Família”. Registra uma família humilde, sendo transportada por uma carroça, tudo indica que a seca os deixou endividados. Não existem muitas explicações, somente informações soltas. O corte do Bolsa Família é um dado de crítica política ao PT. O leitor da imagem observa a vegetação seca, a charrete, a sombrinha que protege da queimadura do sol e esses dados visuais serão somados à informação de “corte do Bolsa Família”, essas informações trazem uma realidade para a imagem considerando que os pontos que são fixados no momento da percepção da foto serão somados aos dados da legenda.

Uma outra imagem possui a legenda: “Com 7 filhos, sem Bolsa Família, sem cisterna e só com depósitos para guardar água, Maria do socorro Pereira, de 35 anos, diz que os filhos vivem doentes”. A imagem mostra crianças, uma mulher grávida, cerca rudimentar, chão batido e um balde derramando bem pouquinha água. Na legenda a reclamação de que a falta de água traz doenças e dá a entender a omissão dos poderes públicos. A seguinte imagem mostra crianças, o texto diz que não existe cisterna e diz também que falta Bolsa Família, vários dados da legenda não estão aparecendo na fotografia. A água é um elemento presente para que a linha da reportagem que fala sobre Seca no Nordeste não perca o foco, e o fio de água que cai no balde indica escassez, a legenda deixa de trazer informação sobre a realidade da família mostrada. Uma diferença das outras imagens é a cerca mostrando uma vizinha na casa ao lado indica que se trata de uma região habitada por pessoas e não somente região de cactos.





10

A fotografia seguinte mostra um homem carregando um tonel pequeno de água e feliz por que a seca traz renda. A legenda diz: “No sítio Queimada Grande, o lavrador Luis Sebastião Alves, de 36 anos, fatura R\$ 900,00 mensais vendendo água em tambores duplicados artesanalmente”. Nessa imagem aparece a ideia de cidade, é possível ver três casas, uma bicicleta, outro homem com tonel, parece uma região mais habitada, não se sabe exatamente de que local se trata. A imagem seguinte traz uma plantação bem seca, uma casa ao fundo, céu azul e a legenda: “José Vlaney dos Santos, de 36 anos, no sítio Tanque. Ele diz que a vida dos sogros é melhor do que em 1998, mas as perdas de lavoura foram as mesmas da última grande seca”. A imagem arquetípica da seca é vista nas plantas secas e mortas, indica falta de transporte e um poste que indica que existe iluminação elétrica na localidade. A imagem seguinte diz: “Márcia Batista de Siqueia, de 32 anos, perdia três horas por dia atrás de água na caatinga: os meninos viviam com diarreia, mas a coisa mudou”. Na imagem registra uma caixa de água e a dona da casa e personagem da matéria derramando água que tirou em abundância. Mostra que se trata de um sítio, e de um local com água suficiente que tem proporcionado saúde para as pessoas, ou seja, saneamento básico, água, higiene, segurança alimentar, qualidade de vida. A última imagem desta galeria diz o seguinte: “No Sertão, ainda se vê caminhões-pipa abastecendo em barreiros insalubres”. Na imagem de uma região com água e um caminhão pipa próximo, a legenda indica que a água é insalubre. O que mostra uma denúncia sobre a ineficiência

<sup>10</sup> Fotos: Agência O Globo

dos poderes públicos falta de fiscalização, assim como necessidade ainda existente em muitas cidades de saneamento básico o que afeta diretamente à higiene básica e saúde.

## CONCLUSÃO

Observou-se como o jornal O Globo e a Agência Globo mostram o Sertão do Nordeste do Brasil em fotogalerias no seu site de informação. Encontraram-se imagens arquetípicas da vegetação do Sertão tais como cactos, folhas secas e nenhuma menção à agricultura extensiva ou familiar. Inicialmente não aparece qualquer tipo de flores ou frutos, somente aspectos de uma região seca. Destacou-se, entre as imagens arquetípicas do Sertão, a ossada de um animal morto na cerca de uma casa, associando a região à seca e, sobretudo, à morte.

Chama atenção o reducionismo temático nas imagens fotográficas, como se fosse possível tal uniformidade na identificação de uma região tão múltipla como é o Sertão do Nordeste. O sol, que quando aparece em destaque é quente, amarelo e indicando calor intenso. As únicas duas imagens que se diferenciam deste aspecto de forte temperatura mostram uma situação inusitada de chuvas, evidenciadas como um acontecimento tão esporádico que a notícia é dada como uma exclusiva do jornal O Globo, sobrecarregando um sentido à imagem.

A água, que aparece como tema relacionado diretamente à seca, é mostrada como escassa, sempre por meio de depósitos como cacimbas e tonéis, registrando a dificuldade do acesso a ela. Aparecem também fotografias de água suja, caminhões pipas rudimentares e poças de água imprópria para o consumo. A escassez de água e a seca ainda se constituem nas imagens como a identificação do Sertão com a pobreza, subdesenvolvimento, miséria. As pessoas que apareceram nas imagens utilizam transporte rudimentar, estão à espera da ajuda do corpo de bombeiros e dos poderes públicos, sofrem com a falta de água e com a falta do Programa Bolsa Família. Não aparecem escolas, hospitais, não se faz menção a organizações sociais como cooperativas ou associações. O transporte que as imagens mostram são sempre as carroças, animais, que levam charretes e ruas sem asfalto. Apenas em duas fotografias aparece uma estrada, em todas as outras o chão é de terra batida. A galeria que faz

menção à religiosidade registra uma procissão, em um lugar isolado, umas cruzes, velas e lençóis, não aparece nenhuma das igrejas nas praças.

Na problematização da pesquisa foi apontada a existência de imagens estigmatizadas do Sertão do Nordeste, no entanto, a coleta e sistematização dos dados surpreenderam pela quantidade delas e a falta total de fotografias, nas galerias consultadas, que se contrapusessem àquela imagem da seca como única representação do Sertão. É possível detectar uma uniformidade no olhar, concordamos com o que afirma Roland Barthes: “uma das marcas de nosso mundo talvez seja essa inversão: vivemos segundo um imaginário generalizado”. (BARTHES, 1984, p.173).

A fotografia, assim como outras formas artísticas de representar a realidade, pode promover o estranhamento, trazendo à tona questões nunca antes discutidas, em vez de trazer à sociedade uma sucessão reducionista de imitações já vistas. “A informação é essencialmente uma questão de linguagem, e a linguagem na é transparente ao mundo, ela apresenta sua própria opacidade através da qual se constrói uma visão, um sentido particular do mundo” (CHARAUDEAU, 2006, p.19), assim a realidade do Sertão faz parte de uma construção em que elementos foram escolhidos dentro de um universo muito mais amplo, fazendo uso da característica essencial da fotografia que é a de ser polissêmica, possuir significados flutuantes dos quais uns são escolhidos em detrimento de outros (BARTHES, 2009). Assim a imagem do Sertão, identificada nesta pesquisa, é um objeto que foi trabalhado, escolhido, composto, construído, tratado segundo normas profissionais, estéticas ou políticas.

Importante salientar que consideramos que faz parte do serviço prestado à sociedade pelos meios de comunicação de massa a função de questionar e fiscalizar o poder público e a desigualdade social, no entanto pode também contribuir para mostrar as vocações locais de cada região, cobrar a descentralização da gestão pública; formar parcerias entre o estado local e a sociedade civil, com adensamento das energias sociais; ter maior eficácia na implementação dos objetivos e das metas; assim como cobrar a inserção estrutural das mulheres rurais nas atividades produtivas e nas esferas de decisão; divulgar as possibilidades de que se crie uma maior autossuficiência e menos dependência de apoios externos.

Dessa forma, o jornalismo que não rompe com processos estereotipados perde a oportunidade de contribuir para o conhecimento

real da região e, em última análise, do país. Parece que a realidade única escolhida para retratar o Sertão é o olhar que o sobrecarrega de um significado específico, o da seca, isso é a materialização do que diz Arlindo Machado:

*Toda fotografia, seja qual for o referente que a motiva, é sempre um retângulo que recorta o visível. O primeiro papel da fotografia é selecionar e destacar um campo significativo, limitá-lo pelas bordas do quadro, isolá-lo da zona circunvizinha que é a sua continuidade censurada.*  
(MACHADO, 1984, p. 76).

A fotografia como notícia é capaz de mobilizar (PESAVENTO, 2008, p.106), trazer à tona a reflexão, questionar o que está estabelecido, no entanto o fotojornalismo no tema em pauta mostra um ciclo vicioso de imagens iguais, preso a uma memória social da representação fotográfica construída no senso comum que identifica nas imagens um Sertão, seco, quente, improdutivo, miserável, arcaico, um olhar real sobre a região, mas não o único, pois existem outros Sertões, outras discussões que não são trazidas a tona em nenhuma imagem, a seca parece ser o único tema, a categoria central na qual todos os questionamentos sobre o Sertão devem encaixar-se para ser mostrado nos jornais sem chocar ou frustrar o modelo pré-estabelecido pelo senso comum.

## REFERÊNCIAS

ABRIC, Jean-Claude. A abordagem estrutural das Representações sociais. In: MOREIRA, Antonia Silva Paredes (org.), OLIVEIRA, Denize Cristina de. Estudos Interdisciplinares de Representação Social. Goiânia: AB, 1998. P.27-38.

ADDIPER; Sertão Central; disponível em: <[http://www.addiper.pe.gov.br/site/page.php?page\\_id=36](http://www.addiper.pe.gov.br/site/page.php?page_id=36)>. Acesso 26 dez. 2010.

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. A invenção do Nordeste

e outras artes. -2. Ed – Recife: FJN, ED. Massangana; São Paulo: Cortez, 2001. 338p.

ALEGRE, Maria Sylvia Porto. Reflexões sobre iconografia etnográfica: por uma hermenêutica visual. In FELDMAN-BIANCO Bela, MOREIRA LEITE; Mirian L. (orgs.). Desafios da imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais. Campinas, SP: Papirus, 1998. P.75-112.

AUMONT, Jacques. A Imagem. 2ªed. Campinas – SP: Papirus, 1994 – Coleção Ofício de Arte e Forma. 317p.

BARTHES, Roland.A Câmera Clara: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. 185p.

BARTHES, Roland. O óbvio e o obtuso. Lisboa: Biblioteca Nacional de Portugal, Edições 70, LDA, 2009. 312p.

CUNHA, Euclides da.Os Sertões. Rio de Janeiro: Editora Record,1998. 584p.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das Mídias. São Paulo: Contexto, 2006.285p.

DUBBOIS, Philippe. O Ato Fotográfico e Outros Ensaios. São Paulo: Papirus,1993. P. 362.

FÉRIAS TURISMO; Solidão – Pernambuco. Disponível em: <<http://www.ferias.tur.br/informacoes/5461/solidao-pe.html>>. Acesso 11 jul. 2010.

GUIA DAS CIDADES DIGITAIS; A união da tecnologia com a criatividade;Disponível em:<<http://www.guiadascidadesdigitais.com.br/site/pagina/tau-no-serto-cearense-une-tecnologia-e-criatividade>>; Acesso 06 jul. 2010.

INCLUSÃO produtiva e autossustentável no Sertão de Alagoas. Governo

JULIANA ANDRADE LEITÃO  
MARIA SALLET TAUK SANTOS

de Alagoas - Secretaria de Estado da Agricultura e Desenvolvimento Agrário. Alagoas. Disponível em: <<http://www.agricultura.al.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/2010/outubro/inclusao-productiva-e-autossustentavel-no-sertao-de-alagoas>>. Acesso 13 dez. 2010.

KOSSOY, Boris. Realidades e Ficções na Trama Fotográfica. São Paulo: Ateliê Editorial, 1999. 149p.

KUNCZIK, Michael. Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: manual de Comunicação. Tradução Rafael Varela Jr. 2.ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001. 415p.

MACHADO, Arlindo. A Ilusão especular. Editora brasiliense. S.A. São Paulo, 1984. 162p.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO – Secretaria de Agricultura Familiar – Comunidades. Brasília. Disponível em: <<http://comunidades.mda.gov.br/portal/saf>>. Acesso 02 de out. 2009.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO; Território da Cidadania Inhamuns Crateús – CE. Disponível em: <[http://www.territoriosdacidadania.gov.br/dotlrn/clubs/territoriosrurais/inhamunscratesce/one-community?page\\_num=0](http://www.territoriosdacidadania.gov.br/dotlrn/clubs/territoriosrurais/inhamunscratesce/one-community?page_num=0)>. Acesso 13 nov. 2010.

MOSCOVICI, Serge. Representações sociais: investigações em psicologia social. 6ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. 404p.

SECA NO NORDESTE. O Globo. Rio de Janeiro. 03 set. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/pais/eleicoes2010/fotogaleria/2010/12515/>; Acesso 26 dez. 2010>.

PESAVENTO Sandra Jatahy. O mundo da Imagem: território da história cultural. In: PESAVENTO Sandra Jatahy, Nádia Maria Weber Santos, Miriam de Souza Rossini; Narrativas, imagens e práticas sociais: percursos em historia cultural. Porto Alegre, RS: Asterisco, 2008. 99-122p.

PREFEITURA DE SOLIDÃO; Solidão. Pernambuco. Disponível em:

<<http://www.prefeiturasolidao.com.br/>>. Acesso 11 jul. 2010.

SÁ, Celso Pereira de. Núcleo Central das Representações sociais. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996. 189p.

MP investiga “comemoração” no Orkut de tragédia no Nordeste. Terra. São Paulo. 09 set.2010. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/brasil/noticias/0,,OI4556090-EI5030,00-MPE+investiga+preconceito+contra+nordestinos+na+internet.html>>; Acesso 10 julho 2010.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. 3ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008. 295p.

### 3. A MÍDIA E AS DIZIBILIDADES SOBRE O SEMIÁRIDO BRASILEIRO

Érica Daiane da Costa Silva<sup>1</sup>

#### Resumo

As diversas dizibilidades sobre o Semiárido Brasileiro apresentadas pela mídia tem sofrido variações ao longo das últimas décadas. De um lado aparece um Semiárido vitimado pelas condições climáticas que geram miséria, provocam migrações. De outro, uma nova realidade baseada no modelo desenvolvimentista apresentado sob a forma de progresso. Na contramão, a Comunicação para Convivência com o Semiárido busca mostrar outros ângulos, provocar outras compreensões, e principalmente chamar atenção para a ausência de políticas públicas apropriadas e de uma comunicação democrática.

Palavras-chaves: Semiárido; Mídia; Convivência; Comunicação

#### Abstract:

The various dizibilidades on the Brazilian Semi-arid presented by the media has undergone changes over the past decades. On one side appears a Semi-arid victimized by climatic conditions that create misery, causing migrations. In another, a new reality-based developmental model presented in the form of progress. Contrary, Communication for Coexistence with Semi-arid search show other angles, cause other understandings, and especially call attention to the lack of appropriate public policies and democratic communication.

Keywords: Semi-arid; media; Coexistence; Communication.

#### Resumen:

El modo de los medios masivos reportaren a la zona semiárida de Brasil

---

<sup>1</sup>Comunicadora Social - Jornalista, com Especialização em Ensino da Comunicação Social e integrante da Equipe do Instituto Regional da Pequena Agropecuária Apropriada - IRPAA. E-mail: ericadaianecosta@gmail.com



han presentado variaciones en las ultimas décadas. De manera general, es presentada una región victimizada por las condiciones climáticas de sequía que generan miseria y promueven migraciones. De otro lado, exhiben una nueva realidad, basada en el modelo desarrollista asociado a la idea de progreso. En la contravía, aparece la Comunicación para el Convivio con el Semiárido, que busca ángulos alternos para promover otras comprensiones, y principalmente chamar la atención de la sociedad para la ausencia de políticas públicas contextualizadas a la región y la necesidad de una comunicación democrática.

Palabras clave: Semiárido; Media; Comunicación.

## INTRODUÇÃO

A crítica acerca dos estereótipos e estigmas criados, reproduzidos e reforçados sobre o Semiárido brasileiro é algo já inerente à defesa de uma Educação Contextualizada à referida região. Os currículos escolares e o livro didático são exemplos de elementos analisados considerando tal ponto de vista, o qual através de imagens e textos acaba por construir diversas inverdades que são incutidas principalmente na cabeça das crianças de outras regiões do país e mesmo do Semiárido.

Outro elemento, no entanto, que também merece uma atenção especial neste debate são os Meios de Comunicação de Massa (MCM). De início, é possível apontar os noticiários, programas de entretenimento, novelas e afins como importantes emissores de mensagens que influenciam diretamente na formação da opinião dos/das brasileiros e brasileiras. A população que diariamente acessa informações sobre o país e o mundo através da televisão, jornais, rádio e cada vez mais da internet, recebe, sem muito questionar, o que lhes é transmitido.

Esses canais muitas vezes cometem o equívoco de não diferenciarem Semiárido de Nordeste e muitas vezes de Sertão. Sob esta ótica, durante muito tempo foi crescente a visão do sertão nordestino como uma região pobre, com um povo sertanejo sofrido, que precisava migrar para outras regiões do país fugindo dos castigos da seca e da pobreza do sertão. Nos períodos da estiagem, principalmente, não havia

ser humano que conseguisse semanter bem nesta região de sol causticante, terra infértil e chão rachado em lugares onde há algum tempo havia sido depósito de água. E assim, construía-se o imaginário popular, algo que foi amplamente reproduzido e massificado pela mídia brasileira.

### **Comunicação e poder simbólico**

Por ser essencial à existência humana, a comunicação está presente em todo e qualquer ambiente, em todas as formas de organização social e contribui para a transformação dos significados que as pessoas atribuem às coisas, colaborando na mudança das crenças, dos valores e dos comportamentos. França (2005), diz que a comunicação está em diversos espaços do cotidiano das pessoas, a exemplo das bancas de revistas, da programação da TV, das propagandas de outdoors, nas campanhas eleitorais, chegando a ser uma presença “quase exaustiva” na sociedade atual.

Neste sentido, a comunicação, juntamente com a educação, é a responsável pela formação política, social e cultural de toda a população, especialmente na contemporaneidade. Entretanto, os meios de comunicação, sobretudo os de massa, teoricamente divulgadores da informação de qualidade, isenta e preocupada com o bem estar social, na prática, não cumprem por completo esta função.

É clara, portanto, conforme as contribuições de Porter (1958apudBeltrão e Quirino 1986, p. 37), a herança da tradição de uma função educadora, que pode ser tomada no sentido benéfico ou não, usada para atender interesses particulares ou coletivos. Sobre a função educativa e influência direta dos MCM na vida das pessoas, o autor afirma:

Aquilo que é visto, ouvido e lido sob forma de CM [Comunicação de Massa] influencia o comportamento do indivíduo desde o momento que desperta até a hora de dormir. Afeta o modo pelo qual os negócios são operados, a corte é feita, a liberdade é definida, a causa pública é conduzida... Poucos negam que toda essa exposição influa tanto sobre o indivíduo como sobre a sociedade. Há disputas, contudo, quanto à quantidade dessa influência e sobre se essa influência é boa ou má.

Deste modo, a comunicação e a informação se estabelecem enquanto poder, ao contribuírem para a construção da realidade de

cada época, ou seja, relaciona-se com o modelo de sociedade existente no país. Bolaño (2000) e Guareschi (2004) concordam ao se referirem à comunicação e à informação como algo estreitamente ligado ao processo de dominação ideológica.

Nesta mesma linha, ao referir-se ao poder midiático, as contribuições de Ramonet (2005) consideram que o poder faz uso da comunicação. Para esse autor, um padrão de vida é apresentado através da programação de veículos como rádio e televisão, um modelo transmitido pela imprensa, constituindo assim uma ação do sistema midiático que se configura como aparato ideológico da globalização.

A leitura da obra de Guareschi (2004) e Amaral (2000) permite compreender que, como nem sempre o exercício de poder acontece de forma explícita, no âmbito dos meios de comunicação, uma das estratégias de dominação ideológica se concretiza através da formação da opinião pública. Esta ação ocorre nas mais variadas possibilidades de comunicação oferecidas pelos meios técnicos e se caracteriza como prática inerente aos objetivos da Comunicação de Massa.

Especialmente neste novo ambiente, de uma sociedade amplamente mediada pelos meios, sobretudo tecnológicos, de comunicação e informação, as verdades, as opiniões e, conseqüentemente, os indivíduos são forjados, legitimando, deste modo, o poder da comunicação. Não há dúvida de que a atual realidade de conflitos de classes, onde o monopólio do capital se expressa nas mais variadas circunstâncias, traz consigo também o poder da comunicação em favor da construção e reprodução de tal realidade.

Para manter esta lógica, um dos objetivos permanente dos detentores do poder é ter o monopólio dos setores ligados à produção e difusão da informação. No Brasil, esta afirmação se confirma facilmente a partir da análise do modelo comunicacional que se instaurou e resiste até hoje. Tal como era a relação de poder na estrutura agrária existente, a realidade da comunicação foi se desenhando, com vistas a garantir a manutenção do status quo. A utilização dos meios de comunicação, desde os mais artesanais aos que chegavam no ritmo do desenvolvimento industrial no mundo, concentrava-se nas mãos das poucas famílias que constituíam a oligarquia econômica e política das formas de governo que foram sendo implantadas.

A concentração da propriedade da terra no Brasil foi determinante para a centralização do poder político. Nessa lógica de dominação, alguns autores denunciam o monopólio dos meios de comunicação como algo que tem contribuído para a manutenção desta realidade, apontando para a existência de “latifundiários do ar”. Guareschi (2004, p. 19), escreve que “o monopólio da propriedade privada da terra, os latifúndios, se prolongam no monopólio do poder político como dominação e passam a abranger, logicamente, o monopólio dos meios de comunicação social, a serviço da dominação ideológica”.

Conforme as contribuições de Thompson (1998, p. 21), o poder simbólico ou cultural tem origem na atividade de produção, transmissão e recepção dos significados. Este último tem como principal recurso os meios de informação e comunicação.

### **Abordagens midiáticas sobre o Semiárido Brasileiro: breves reflexões**

A reprodução do estereótipo do Semiárido como uma região que se caracteriza principalmente pelo atraso e falta de perspectivas de desenvolvimento e até mesmo imprópria para ser habitada ou um lugar pobre, onde a seca destrói vidas e por isso precisa ser combatida, ainda é uma realidade. Isso se deve em grande parte aos meios de comunicação que legitimam os interesses das elites políticas, econômicas (donas dos grandes meios de comunicação do Brasil) em negar a viabilidade da região semiárida.

Como resultado de um comparativo entre a abordagem que predomina na “grande” mídia – geralmente com sedes na região sudeste do país – e as realidades do Semiárido Brasileiro, tem-se a constatação de que é necessário mais conhecimento acerca da região e maior interesse em divulgar as possibilidades de convivência com o clima, a ausência de políticas permanentes e adaptadas, a diversidade cultural.

Há uma enorme carência de uma produção midiática regionalizada e comprometida com o desenvolvimento social e ambientalmente sustentável. Assim, os conteúdos produzidos e divulgados pelos MCM, especialmente pela televisão e o meio impresso, continuam a reforçar uma visão equivocada do Semiárido, negando ou omitindo as possibilidades de

Convivência com o mesmo.

### **O “combate à seca”**

Ainda é recorrente no meio político e na mídia o uso da expressão “Combate à Seca” quando se faz referência aos efeitos e consequências deste fenômeno da natureza comum a uma região de climasemiárido. Políticas emergenciais, obras diversas, programas e projetos, caros aos cofres públicos e nem sempre eficazes, durante muito tempo foram desenvolvidos tomando por base o discurso de que a seca no Nordeste brasileiro precisava ser combatida.

A seca, no entanto, faz parte do conjunto de características do clima semiárido, assim como as temperaturas médias elevadas, a alta evapo-transpiração e as precipitações anuais irregulares e concentradas, o que faz ocorrer períodos de chuvas e de estiagens. Quanto à chuva que cai, existe a má distribuição no tempo e no espaço geográfico. Outra condição natural que favorece a existência da seca são os solos de origem cristalina, rocha dura que não favorece a acumulação de água, sendo estes 80% do total dos solos da região que compreende o Semiárido Brasileiro.

Entretanto, é possível dizer que há um potencial hídrico do Semiárido Brasileiro e que o estabelecimento de políticas públicas voltadas para esta realidade climática poderia garantir o acesso à água para todas as famílias desta região (SANTOS, SCHISTEK, OBERHOFER, 2007). Estas ações, no entanto, precisam ser estruturantes, pensada para dar conta de soluções à longo prazo, pois, conforme estudos do Centro Tecnológico da Aeronáutica (CTA), em São José dos Campos – SP, as secas são cíclicas e acontece de intensidade menor de 13 em 13 anos e com período mais prolongado de 26 em 26 anos. Porém, fatores como as mudanças climáticas, o aquecimento global do planeta terra, tudo gerado a partir da própria ação humana, pode alterar tais previsões no Semiárido do Brasil.

Diante da argumentação técnica e científica estudada ao longo dos anos, o uso da expressão e a lógica do “Combate” têm sido veementemente contestados por diversos segmentos que pautam a Convivência com o Semiárido. Apesar disto, esta visão equivocada ainda persiste. As abordagens midiáticas por sua vez contribuem para isso.

Embora se perceba a mudança de abordagem em alguns meios de comunicação, o sensacionalismo ainda é bastante presente quando se trata principalmente de reportar as dificuldades enfrentadas no período das estiagens por famílias sertanejas que vivem no campo. A maior parte das coberturas midiáticas aponta apenas para os efeitos da seca, sem mencionar o papel do Estado na garantia de alternativas de Convivência com o clima e com a região.

Pouco se explora o fato das secas serem fenômenos cíclicos e previsíveis e a possibilidade de preparação para enfrentá-la. Algo que também ainda não é suficientemente aproveitado é a veiculação de informações acerca da produção agrícola e animal adaptada às condições climáticas. É comum, por exemplo, matérias que mostram o impacto da seca sobre rebanhos bovinos, porém não informam que o gado não é um tipo de animal apropriado ao clima semiárido, pois são de grande porte, logo consomem grande quantidade de água, ração e, conseqüentemente, são mais caros.

É sabido que ainda há uma forte campanha de manutenção da famigerada “indústria da seca”. A lógica do “combate” só vem a contribuir para isso e enquanto os grandes conglomerados de mídia estiverem sob a égide da elite política, econômica e muitas vezes latifundiária do país, e sem nenhuma forma de intervenção da sociedade civil que pode contrapor, certamente, essa concepção continuará a ser amplamente massificada.

## **O progresso que chega**

É importante dizer também que nas últimas décadas uma nova pauta tem ganhado espaço nos meios de comunicação quando o alvo é o Semiárido brasileiro, mais precisamente a parte nordestina. Também com um propósito claro, compartilhado pelos governos e empresas que financiam os grandes grupos de comunicação no Brasil, a mídia cumpre o papel de difundir um modelo de desenvolvimento baseado nos grandes projetos.

Nessa nova abordagem, o sertão ganha uma nova face, veste-se com o verde das grandes áreas irrigadas, dos grandes cultivos de cana-de-açúcar, uva, manga, soja, dentre outras monoculturas para exportação. Junto com isso, vem a promoção de empresas nacionais e multinacionais,

deestatais, empresas públicas e privadas interessadas em vender um Brasil produtor, rico, em plenodesenvolvimento. Com muitos dados que dão conta dos altos investimentos, ampla produção e lucros, os conteúdos jornalísticos apontam uma “saída” para o Sertão, que até então era cenário de desolação.

Assim, quem não conhece o Semiárido, o Nordeste, o Sertão, a partir destes conteúdos produzidos e reforçados no imaginário da sociedade por meio da abordagem midiática, tende a construir a imagem de uma região que superou o “atraso” de outrora. O argumento da geração de emprego, os números do agronegócio referendados no crescimento do mercado internacional, o investimento em tecnologias de última geração é o que se sobressai no processo de divulgação desta nova realidade. O Rio São Francisco, as Caatingas, as serras, os solos férteis, as culturas típicas do povo sertanejo, tornaram-se alvo de programas e ações grandiosas que se dizem baseadas em um desenvolvimento sustentável.

No entanto, a sustentabilidade é um elemento pouco possível neste processo e a mídia age de forma conivente, sem questionar a possibilidade de ser sustentável uma forma de desenvolvimento que acirra cada vez mais as desigualdades sociais, que não preserva os recursos naturais, que produz alimento para exportação enquanto mais de 60% da população do Semiárido Brasileiro vive em situação de extrema pobreza, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). O

Brasil assiste, ouve e lê uma mídia que pouco evidencia os interesses políticos eleitoreiros por trás de obras faraônicas como a Transposição do Rio São Francisco, por exemplo, que se arrasta há mais de cinco anos, com um orçamento que pulou de 4,6 bilhões para 8,2 bilhões (aumento de quase 80%) e as obras - inacabadas - já em estado de deterioração.

### **Só o campo é Semiárido**

Está arraigado no imaginário das pessoas, inclusive dos segmentos que discutem a viabilidade do Semiárido, uma forte associação entre Semiárido e campo. Os diversos elementos que compõem o paradigma da Convivência com o Semiárido são pensados em sua maioria para o meio rural, no entanto, é imprescindível repensar esta lógica, uma vez que as áreas urbanas são parte deste contexto. Embora no que tange ao acesso a

alguns direitos e serviços o meio urbano possa apresentar vantagens com relação ao campo, o clima da região é válido para todas as áreas geográficas que compreende o Semiárido Brasileiro.

Semiárido é o clima, mas também uma denominação para uma região do país, cuja permanência nela precisa ser pensada a partir de aspectos sociais, econômicos, políticos, coerentes com a diversidade climática, questão central do debate. Nisto, sejam as áreas urbanas ou rurais precisam contar com ações e medidas apropriadas.

A mídia, no entanto, pouco apresenta esta visão. É comum os noticiários fazerem referência ao Semiárido como sendo apenas as áreas rurais, onde em sua maioria predomina a escassez de d'água, ou, como já foi mencionado, onde há o crescimento do agronegócio, sob a ótica do campo como gerador de riquezas. Faz falta, neste sentido, uma problematização por parte dos meios de comunicação, os quais muito poderiam contribuir com a desconstrução desta visão equivocada que acaba por isolar, em certa medida, o meio urbano das discussões acerca da Convivência com o Semiárido.

Este é um problema, paradoxalmente, atual. Sua existência persiste apesar da difusão das inovações tecnológicas e das informações produzidas nas capitais ou grandes centros ser crescente no dia a dia do campo. De acordo com Fadul (1976), a influência dos MCM nas regiões menos desenvolvidas provoca um processo de decadência da cultura regional e isso, por sua vez, favoreceria essa condição do campo aparecer como sinônimo de Semiárido, onde as condições de vida seriam inferiores, separando assim as cidades deste contexto.

### **Comunicação para Convivência com o Semiárido: outras possibilidades**

No intuito de desconstruir os estereótipos e promover uma comunicação diferenciada, que considere a viabilidade da Convivência com o Semiárido em sua essência, fazendo valer o direito à comunicação dentre os elementos chaves para consolidação deste paradigma, diversas iniciativas aos poucos foram se materializando, especialmente no campo da sociedade civil organizada.

O entendimento de que a imagem caricata do Semiárido propagado



pela mídia faz parte de um conjunto de interesses favoráveis aos grandes conglomerados de comunicação do Brasil foi essencial para o despertar das possibilidades de uma comunicação contra hegemônica. Anunciar realidades e contextos que apresentam outro Semiárido, a necessidade da ação política e a presença de um imenso jogo de interesses no campo empresarial da comunicação brasileira tornou-se a orientação base para propor uma nova pauta para a sociedade quando se falasse em Semiárido Brasileiro.

Com esse propósito, as pastorais sociais, ONG's (Organizações Não Governamentais), cooperativas e associações, sindicatos e hoje até Universidades se apropriaram de estratégias de comunicação diversas, a exemplo da formação de redes de comunicadores/as populares, crescimento das assessorias de comunicação no âmbito do terceiro setor, criação de mídias comunitárias, uso do rádio, da internet. Instrumentos e formas de comunicar são pensados para atingir públicos diversos, do campo e da cidade, da academia e dos movimentos sociais, do âmbito político, empresarial até o conjunto da população que experiência alternativas de Convivência com a região. Experiências, resultados, além de um imenso leque de informações ancoradas no conhecimento aprofundado sobre esta região, são amplamente difundidos.

Cabe aos adeptos a esta outra comunicação, estimular a produção independente de mídias que atendam a demanda local, a exemplo de boletins, uso de rádios comunitárias e alto falantes, vídeos, blogs. A indissociável relação entre a educação e a comunicação também é vista como caminho essencial na formação de sujeitos conscientes da necessidade de promover realidades que levem em conta as especificidades de cada região do país.

Nesta nova empreitada, os conteúdos sugeridos como pautas centrais devem então reportar-se aos aspectos da viabilidade da Convivência com o Semiárido, com a preocupação de sempre abordar conceitos e práticas relacionados a temáticas como: as características climáticas, a produção agropecuária adaptada, a necessidade da preservação ambiental (a exemplo do cuidado com os rios, com as Caatingas, a flora e a fauna, com o lixo, o saneamento básico, etc), manutenção das famílias em suas terras, segurança alimentar, valorização da cultura regional, educação contextualizada, implementação de técnicas e tecnologias apropriadas às condições de clima e solo, organização e comercialização da produção,

cooperativismo.

Neste sentido, tem sido crescente a produção de materiais por parte de diversas organizações sociais, as quais apresentam um olhar sobre o Semiárido a partir da lógica da Convivência e apontam caminhos, estes baseados em experiências concretas que geraram resultados positivos. Existe já uma vasta produção paradidática, além do trabalho de assessoria de imprensa e a manutenção de mídias institucionais que lançam para a sociedade as possibilidades de viver com dignidade no Semiárido. Cartilhas, livros, vídeos, revistas, boletins informativos, programas de rádios, sites, perfis em redes sociais e diversos outros instrumentos mostram como é pensada e posta em prática nos diversos estados do Semiárido Brasileiro as ações de Convivência com a região.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não foi por acaso que esta imagem do Nordeste (e do Semiárido) foi construída e reforçada no imaginário do país, sobretudo na visão das regiões mais “ricas”, grandes detentoras do capital advindo da industrialização, principalmente.

A indústria da seca permitiu que inúmeras famílias do Nordeste se perpetuassem na política, aumentando cada vez mais o poder econômico de diversas gerações de famílias ricas (latifundiárias). Essas famílias, por sua vez, detêm até hoje também o controle de meios de comunicação de grande alcance, a exemplo de grupos empresariais de comunicação na Bahia, em Alagoas, no Ceará, em Pernambuco, etc. Estas, portanto, ditam formas de desenvolvimento para a região sob a máscara de uma “opinião pública”.

A partir de novos paradigmas, numa tentativa “bem sucedida” de desconstruir a imagem negativa da região e “aproveitar” seu potencial para gerar riquezas, as atenções dos governos e empresas voltam-se para a consolidação de uma política desenvolvimentista, apresentando agora para o resto do país e para o mundo a região como sinônimo de potencialidades a serem exploradas em prol do desenvolvimento econômico. Desenvolvimento, porém, que chega para uma minoria. Na contramão disso, as iniciativas de subversão desta lógica. A inquietação diante de um poder estabelecido, o “quarto poder”, faz reluzir outras

possibilidades de comunicar realidades que distam do que aparece sob a ótica dos donos da mídia. Há um caminho muito longo sendo trilhado, onde se espera chegar a uma Política Nacional de Convivência com o Semiárido merecida pelo povo desta região. A comunicação popular, a comunicação como direito humano – que deve ser tão assegurado quantos outros direitos fundamentais (água, terra, saúde, alimentação, educação, entre outros) – precisa ser reconhecidos nesta Política almejada para esta importante região do Brasil.

É importante considerar que já houve avanços no que diz respeito à abordagem da mídia convencional, totalmente monopolizada, parte de uma estrutura que se assemelha a realidade do latifúndio no Brasil. Especialmente em âmbito regional, os principais meios de comunicação (maiores em alcance e conseqüentemente em audiência) já produzem abordagens que se aproximam dos anseios desta comunicação que se faz do lado de cá. Contudo, espera-se mais. Faz-se muito necessária uma mídia séria, comprometida, responsável, com uma programação que contemple a diversidade, as dificuldades, mas que contribua com a resolução dos anseios populares, que seja qualificada, pois sabe-se que seu poder de alienar é tão grande quanto seu poder de libertar, de persuadir e fomentar nas pessoas uma visão crítica-ativa, uma percepção de que o Semiárido é viável e portanto assim deve ser tratado.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Roberto. Controle das eleições e informação: o papel dos meios de comunicação de massa. In: Revista Comunicação e Política. 2. ed. Rio de Janeiro: Cebela, 2000. p. 146-149.

BELTRÃO, Luiz; QUIRINO, Newton de Oliveira. Subsídios para uma teoria da comunicação de massa. São Paulo: Summus, 1986.

BOLAÑO, César. Indústria cultural: informação e capitalismo. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

ÉRICA DAIANE DA COSTA SILVA

FADUL, Anamaria. Decadência da cultura regional: a influência do rádio e da Tv. In: MELO, José

Marques de (coord.). Comunicação/incomunicação no Brasil. São Paulo: Loyola, 1976. p. 49-54.

FRANÇA, V. V. O objeto da comunicação/a comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Org.). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

GUARESCHI, Pedrinho A. (Coord.). Comunicação e controle social. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

RAMONET, Ignacio. O poder midiático. In: MORAES, Dênis de (Org.). Por uma outracomunicação. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005. p. 243-252.

SANTOS, C. F.; SCHISTEK, H.; OBERHOFER, M. Viver no Semiárido é aprender a conviver: conhecendo o Semi-árido em busca da convivência. Juazeiro - BA. Novembro, 2007.

SILVA, Érica Daiane da Costa. A Comunicação e as lutas pela água no Vale do Salitre – Juazeiro-BA. Monografia do curso de graduação em Comunicação Social – Jornalismo em Multimeios. Universidade do Estado da Bahia – UNEB. Juazeiro - BA, 2010.

THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

- Plano de Comunicação do Instituto Regional da Pequena Agropecuária Apropriada - IRPAA. Ano: 2012.

- Cartilha dos 20 Anos do Instituto Regional da Pequena Agropecuária Apropriada - IRPAA. Ano: 2011

## 4.A COMUNICAÇÃO SOCIAL NAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS LEGALIZADAS DO SERTÃO DO PIAUÍ<sup>1</sup>

Orlando Maurício de Carvalho Berti<sup>2</sup>

### Resumo

O trabalho reflete sobre o universo dos processos comunicacionais das 30 primeiras rádios comunitárias legalizadas do sertão do Piauí. Procura traçar o panorama dessas emissoras, identificar as rádios que têm mais vínculos e atuação comunitária e também analisar seus papéis sociais e diferenças. Objetiva-se ainda seus processos comunicativos, além de mapear e fornecer visão do funcionamento de cada emissora, entender como ocorre a participação das comunidades, a visão do fazer radialismo e o significado das emissoras consideradas emblemáticas no fazer comunitário. Metodologicamente adota-se um caminho qualitativo, o qual foi desenvolvido com base em pesquisa bibliográfica, estudo documental e pesquisa de campo, cujas técnicas usadas foram: estudos de produção bibliográfica e de documentos virtuais e hemerográficos e realização de entrevistas semi-estruturadas presenciais com membros das emissoras estudadas. As rádios comunitárias pesquisadas têm ampla importância nos espaços em que estão instaladas porque contribuem difundindo informação local e favorecendo o debate sobre novas demandas de cidadania e novos rumos para a região sertaneja piauiense.

---

<sup>1</sup> Artigo científico baseado na dissertação de Mestrado em Comunicação Social: “Os processos comunicacionais nas rádios comunitárias legalizadas do Sertão do Piauí”, apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da UMESP – Universidade Metodista de São Paulo, sob orientação da profa. Dra. Cíclia Maria Krohling Peruzzo, em 25 de março de 2009. E também em conferência ministrada no Encontro Nacional de Comunicação Comunitária de 2010 –Comuni.

<sup>2</sup> Jornalista formado pela UFPI – Universidade Federal do Piauí. Especialista em Comunicação Institucional pela UFPI. Mestre em Comunicação Social pela UMESP – Universidade Metodista de São Paulo. Professor e pesquisador em Comunicação Social com ênfase em Comunicação Comunitária, Comunicação Regional e Pesquisa em Comunicação. Atualmente é doutorando em Comunicação Social no último ano e docente da UESPI – Universidade Estadual do Piauí (Teresina – PI), URSA – Universidade Raimundo Sá (Picos – PI). Bolsista da FAPEPI – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí. E-mail: orlandoberti@yahoo.com.br

Palavras-chave: Comunicação Comunitária; Comunicação Local e Regional; Rádio Comunitária; Processos Comunicacionais; Sertão do Piauí.

Abstract:

The work reflects on the universe of communication processes of the first 30 community radio legalized in the backwoods of Piauí. It seeks to trace the panorama of these stations, identify the radios that have more links and community activities and also analyze their social roles and differences. Also talks about communicative processes and map and provide insight into the workings of each station, for understand how is the participation of communities, the vision of making radio and significance of the considered emblematic stations in making community. Methodologically adopts a qualitative way, which was developed based on literature review, desk study and field research, whose techniques used were: studies of bibliographical production and virtual documents and semi-structured interviews face-to-face with members of the stations studied. Community radios studied have broad importance in the spaces in which they are installed because they contribute spreading local information and promoting the debate on new demands of citizenship and new directions for the backwoods of Piauí.

Keywords: Community Communication, Regional and Local Communication, Community Radio; Communicative Processes; backwoods of Piauí.

Resumen:

Este trabajo refleja a cerca del universo de los procesos comunicacionales de las 30 primeras radios comunitarias legalizadas en el sertão del estado de Piauí. El artículo busca trazar un panorama de esas emisoras, identificar las radios con más vínculos y actuación comunitaria y también evaluar sus roles sociales y diferencias. El objetivo es comprender sus procesos comunicativos, además de mapear el funcionamiento de cada emisora, entender como ocurre la participación de las comunidades, la visión de su practicaradialística y el significado de las emisoras consideradas emblemáticas en su hacer comunitario. Metodológicamente se adopta

un camino cualitativo, el cual fue desarrollado en base de investigación bibliográfica, estudio documental y estudio de campo, cuyas técnicas utilizadas fueran: estudios de producción bibliográfica y documentales virtuales y hemerograficos, y realización de entrevistas semiestructuradas presenciales con miembros de las emisoras investigadas. Las radios comunitarias investigadas tienen amplia importancia en los espacios en los cuales están instaladas porque contribuyen para difundir información local y favorecen el debate acerca de las nuevas demandas de ciudadanía y en los rumbos de la región.

Palabras clave: Comunicación Comunitaria; Comunicación Local y Regional; Radio Comunitaria; Procesos Comunicacionales; Sertão de Piauí.

## **I – Processos Comunicacionais, Comunidade e a Comunicação Comunitária na construção de uma nova comunicação**

Os processos comunicacionais são uma das formas de explicação dos preceitos da comunicação, como também de caracterização e ajuda de definição da própria Comunicação: desde sua forma intrapessoal (do sujeito, para o próprio sujeito) à comunicação massiva (de um sujeito para muitos, sendo esses muitos: milhares, milhões ou até bilhões, permitindo algum feedback para esse sujeito). Perfazendo sempre um procedimento básico de emissão (quem emite, quem transmite, quem perpassa, quem transpassa, quem instiga), através de um meio (canal de comunicação, onde e através as mensagens são transmitidas entre o emissor e o receptor) e de uma recepção (quem recebe, que é perpassado, quem interage, que é instigado). Os processos comunicacionais derivam das associações, formações de tornarem-se comuns, das igualitariedades, entendimentos, transmissões, compreensões e socializações de mensagens no sentido de tornar-se entendível e/ou compreensível.

Processos comunicacionais também são entendidos em consonância com reflexões trazidas por David K. Berlo (1972) de que quando iniciada a comunicação, respondendo-a e agindo-se na serventia, observância ou análise comunicativa, esta mesma comunicação serve para afetar e influenciar. A comunicação é um processo, citado pelo autor como algo que não tem um começo, um fim, uma sequência fixa de eventos. Não

é coisa estática, é móvel.

Os processos comunicacionais, apontados por Juaz Díaz Bornenave (1987, p.31), servem para que ocorra na comunicação: expressões, perguntas, respostas, informações, solicitação de informações, ensino, revelações, ocultações, preparações, acusações, queixas, mostras, diversões, risos, choros, preocupações, despreocupações, despertar de curiosidades, satisfações com curiosidades, chamados de atenção, distrações à atenção, ordenações, aceitação de ordenações. Também servindo para confirmar a autodefinição e a autoimagem que a pessoa tem de si mesma, ou para desconfirmá-la, ajudando a formar a personalidade dos indivíduos. A comunicação não é um ato isolado, ou uma série de atos individuais desconexos, mas um fluxo contínuo, de muitas origens e direções, com conteúdos e formas em constante mutação. Vera Teixeira de Aguiar (2004, p.11) afirma que a palavra comunicação vem do latim *communicare*, com significação de: “tornar comum”, “partilhar”, “repartir”, “associar”, “trocar opiniões”, “conferenciar”.

Esses processos da Comunicação só ocorrem por conta da mediação comunicacional, que, por si só já justifica o parâmetro da troca de informações, da socialização das mesmas e utilização dos preceitos comunicacionais na possibilidade da construção de uma sociedade mais igualitária.

### 1.1. Comunidade, conceitos do ontem ao hoje

No atual espaço de debates comunicacionais, sociológicos, humanísticos aplicados em prol de intencionalidades de um mundo melhor e uma sociedade mais justa e igualitária, e também nos debates e profusão de novas ideias, de novas descobertas e redescobertas dos atos sociais, das novas formas de convívio social e da reverberação comunicacional transformadora, entremeio às novas tendências, abre-se um outro espaço para o local, ganhando-se novas tônicas, principalmente nas discussões sobre comunidade: seu papel, sua interrelação, sua relação, suas lições e permanência em um ambiente cada vez mais global, mas que tem urgentemente mais necessidade de ser mútuo. São reafiorados debates, reeditando-se múltiplos pensamentos e trazendo-se novos e polêmicos conceitos em uma sociedade cada vez mais transformada, sem desprezar



os conceitos-base e influências de outros setores que, ao menos durante a Idade Moderna, vêm tentando compreender as práticas de vivências coletivas e a socialização de ideias e ideais, principalmente via utilização dos processos comunicacionais e da relação destes com as comunidades. Comunidade hoje pode também ser entendida como um local isolado geograficamente nos confins das regiões distantes do País, ou nos grandes centros, socialmente desassistidos, bem como com membros que procuram identidades próprias.

As comunidades são consideradas hoje locais “esquecidos” ou quase não assistidos pelos poderes públicos constituídos (infelizmente, grande maioria no Brasil). Constata-se que a comunidade territorial-local, enquanto ambiente de vivência, de socialização é lugar de união, de mais sentido coletivo e ainda mais social. Armand e Michèle Mattelart (2003, p.31) destacam que comunidade é definida por três elementos: uma população organizada em um território, em maior ou menor medida nele enraizado, cujos membros vivem em uma relação de interdependência mútua de caráter simbiótico. Os conceitos clássicos de comunidade vêm do sociólogo alemão Ferdinand Tönnies (1995), pensados ainda no século XIX e que trouxeram o ideário de comunidade universal e perfeita, em alemão *Gemeinschaft*, sendo a comunidade um organismo vivo, enquanto a sociedade, *Gesellschaft*, é agregada de mecanismos e artificialidades. As origens sociais na comunidade possibilitam três tipos de vivência comunitária, como comenta Raquel Paiva (2007, p.135) sobre os ensinamentos de Tönnies: comunidade consanguínea, existente por conta de laços de parentesco, comunidade de proximidade, existente por conta dos laços de vizinhança, e comunidade espiritual, existente por sentimentos, interesses e afetos comuns.

Outro importante teórico que discute comunidade, aperfeiçoando e modernizando os ensinamentos deixados por Tönnies é Martin Buber (1987, p.33-39), que evolui sobre os conceitos seminais, pregando a comunidade como também um organismo vivo configurado pelo Eu e pelo Tu, ou seja, pelo espírito comunal das pessoas e dos grupos formados por essas pessoas, rejeitando o individualismo atomístico (o ser sozinho) e o coletivismo totalitário (vivência em grupo, mas forçada), mas sim de um espaço mútuo e intermediário entre esses dois tipos de convivência social. Martin Buber discute também sobre o papel da comunidade como espaço

de socialização.

Já Zygmunt Bauman (2003, p.129), ao destacar os conceitos de comunidade visando as relações do século XXI, traz a ideia de comunidade de compartilhamento, em conceitos mais coletivizantes. O autor também destaca a ideia de comunidade como local de cuidado mútuo, sendo um avanço sobre sua interação social, onde ainda haja direitos iguais e igual capacidade coletiva de ação em relação à defesa dos direitos (humanos, sociais, coletivos e plurais). Marcos Palácios (1995) enfatiza que a comunidade é uma invenção da modernidade, onde as comunidades são pensadas enquanto tal e não mais vivenciadas enquanto ambientes sociais. Ele reflete sobre cinco elementos necessários para se identificar uma comunidade: o primeiro é o sentido de ligação e pertencimento, ou seja, os membros têm de se sentir parte; o segundo é o sentido cooperativo, de ajuda e solidariedade; o terceiro é a permanência em contraposição à efemeridade; o quarto é a territorialidade e aí ele traz não só como território real, mas também território simbólico; o quinto é a existência de uma forma própria de comunicação entre seus membros, através de veículos específicos.

## 1.2. Comunicação Comunitária

Na diversidade dos processos comunicacionais do século XXI, suas segmentações trazem uma série de formas de expressividades e instigam novas vivências. Uma delas é o lado cidadão (ou de possibilidade de cidadania), participativo (ou de possibilidade de participação), e ainda fraternal e coletivo, voltado para as comunidades, localidades ou lugares mais esquecidos pelos poderes públicos, que ajudam a definir as áreas e abrangências de atuação da Comunicação Comunitária.

Entende-se como Comunicação Comunitária a comunicação das comunidades, feitas nas comunidades e para as comunidades, também sendo presente em localidades e grupos que se assumem como comunidades ou nichos comunitários, dando vazão às suas vozes, ideias e ideais, geralmente em contraponto aos meios de comunicação tradicionais (que raramente dão voz e espaço a essas comunidades e grupos) ou nova forma de visão, mesmo sendo reverberada por outros meios, frente às mídias tidas como tradicionais e historicamente massivas, não socializantes em certos aspectos

que ocorrem nas comunidades. Os meios de comunicação comunitários, segundo a professora Cicília Peruzzo (2007a, p.190) têm potencial de ser, simultaneamente, parte de um processo de organização popular e também canais carregados de conteúdos informacionais e culturais, possibilitando a prática das participações diretas nos mecanismos de planejamento, produção e gestão. Ela ainda destaca que não são todos os meios de comunicação presentes nas comunidades que podem ser considerados meios de comunicação comunitários, principalmente por conta das conjunturas e até da forma com que alguns ideais são desviados, mas os meios que assumem esse papel contribuem duplamente para a construção da cidadania. Os meios de comunicação comunitária ainda envolvem-se no dia a dia do local em que estão instalados.

Essa comunicação, ainda pelo pensamento de Cicília Peruzzo (1998a, p.152), gira em torno das questões da informação, educação, arte e cultura, com espaços para entretenimento, prestação de serviços, participação de várias organizações e divulgação de manifestações culturais locais. Um dos fortes fatores da comunicação comunitária é sua forma de instigar a participação, principalmente dos membros da comunidade e dos grupos em que os meios de comunicação comunitários estão inseridos.

Participação nos meios de comunicação, segundo PERUZZO (2007b, p.10), que parte dos conceitos do pensador latino-americano José Merino Utreras, pode ocorrer em quatro níveis. O primeiro é o da participação nas mensagens, através da concessão de entrevistas, solicitação de músicas, e de outros pedidos mais básicos; o segundo nível é o da participação na produção de mensagens, materiais e programas, elaborando-se e editando-se o que será veiculado nos meios de comunicação comunitária; o terceiro nível é o da participação no planejamento, com a comunidade envolvendo-se no estabelecimento de políticas do meio, bem como nas elaborações e planos de formatação dos veículos e das programações e o quarto e mais profundo nível é o da participação na gestão do meio de comunicação comunitário, com participação nos processos de administração e controle do meio.

A Comunicação Comunitária, também em concordância com Cicília Peruzzo (1998a), pluraliza, está em sintonia com especificidades de cada realidade onde está inserida e ainda, instiga a participação ativa de entidades não governamentais e sem fins lucrativos. São novas vozes,

caminhos, formas de comunicação e de se trazer vozes polissêmicas, de se participar, interagir e vivenciar essa ótica comunitária. Esses caminhos ganham espaço na Academia, mesmo ainda de forma um pouco tímida, onde o interesse de pesquisar, estudar e entender tais movimentos, tais caminhos e tais diferenciações para com as mídias convencionais vem aos poucos gerando interesse dos acadêmicos, sendo realizados trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses, retratando esses movimentos, essas formas de comunicação social.

Raquel Paiva (2007, p.137-147), ao debater sobre as novas interfaces da comunicação comunitária, destaca que existem oito pontos para a justificativa da perspectiva comunitária no campo comunicacional. São eles: a comunicação comunitária constitui uma força contra-hegemônica no campo comunicacional; a comunicação comunitária atua na direção de uma estrutura polifônica; a comunicação comunitária produz novas formas de linguagem; a comunicação comunitária capacita-se para interferir no sistema produtivo; a comunicação comunitária gera uma estrutura mais integrada entre consumidores e produtores de mensagens; a comunicação comunitária atua com o propósito primeiro da educação; a comunicação comunitária pode engendrar novas pesquisas tecnológicas; a comunicação comunitária como lugar propiciador de novas formas de reflexão sobre a comunicação.

## II – Comunicação local e regional

A comunicação se constitui de múltiplos processos e contempla as mais diferentes manifestações, principalmente em explicar os procedimentos de emissão, mensagens e recepção. Uma dessas formas de processos comunicacionais se dá nos lugares, entendendo-se lugar como espaço de relações, aqui enfocados nos níveis regional e local. Nos espaços locais e regionais ocorrem maiores produções para quem está mais próximo aos espaços, destacando-se, vivendo-se, socializando-se mais facilmente e com maior fortificação do “aqui”, do “local”, do “perto”.

Esses processos comunicacionais, principalmente nos âmbitos regional e local são também mais segmentados e menos globalizantes, menos pasteurizados do que aqueles de nível nacional. As identidades estão mais evidentes localmente e regionalmente, mas não deixam de interagir

com o global, visto que não há paredes que prendam os processos comunicacionais e, muito menos, que os impeçam de serem socializados além desses espaços.

As interfaces dessa interação é que são um dos principais pontos de permeabilidade do local, principalmente quando ligado ao comunitário. As peculiaridades do local e do regional também ajudam a explicar o fenômeno das novas tendências dos processos comunicacionais da contemporaneidade, elencando novas pluralizações, mediações, transmissões e socializações de informações, principalmente no sentido desses processos serem entendidos como formas de comunicação social. O local e o regional, notadamente em relação ao pensamento comunicacional brasileiro, sempre foram amplos espaços sociais, que congregam e firmam as relações sociais (surgidas na localidade e historicamente não menos importante, expandindo-se para o regional, congregando vários “locais”). Era no territorial e no lugar que ocorriam os processos comunicacionais, principalmente antes dos inventos tecnológicos que despontaram a partir do século XX e puderam socializar a massividade à comunicação social, podendo chegar a muito mais localidades e territórios.

Com a propagação de invenções como o rádio, a televisão, e muito mais tarde: a Internet e a possibilidade de ampliação do acesso à leitura, esse poder de congregação comunicacional local foi deixado de lado, ou ao menos desprezado, para dar lugar a práticas da comunicação de forma mais nacional e internacional, principalmente pelos termos estrondosos de valorização financeira desses eventos e da possibilidade de ampliação dos mercados também revertidos em produtos comunicacionais e culturais para serem consumidos de forma massiva.

O atual desenvolvimento do regional e, conseqüentemente do local, é apontado por AnamariaFadul (2006, p.23) como uma consequência da descentralização dos industrial dos grandes centros beneficiando as regiões Nordeste, Centro-Oeste e Norte, regiões historicamente integradas em uma visão dominante das regiões Sudeste e do Sul, deixando-se de lado as manifestações populares, culturais, feitas da, para e na região, da, para e no local. Rogério Bazi (2001, p.11-19) destaca que a regionalização é um dos caminhos da comunicação no século XXI, ao retratar os assuntos locais, proporciona o acompanhamento do que ocorre no país e no mundo.

No local recebe-se e filtra-se o nacional, o mundial e até o regional,

retroalimentando os processos comunicacionais, agora não mais com uma visão nacional, mas regional e local.

A Comunicação desenvolve-se nesses nichos, principalmente no comunitário, como afirma Jorge Pedro Sousa (2003, p.87), por conta das proximidades e interações, aglutinadas em grupos de valores, famílias, modos de vida, interesses elínguas comuns.

### III – O Sertão Nordestino e sua histórica exclusão

O Sertão Brasileiro (ou semi-árido) é uma das áreas mais pobres, mais esquecidas e mais desvalorizadas (em termos sociais) do País. É uma região de paradoxos, notadamente por ter forte e tradicional cultura, e ainda possuir, em relação a outras regiões do Brasil, um dos maiores potenciais de crescimento social, econômico, cidadão e, também, comunicacional, com grande ênfase à comunicação feita por instituições e movimentos sociais ligados à manutenção das tradições locais culturais e a melhoria da vida do sertanejo. O sertão é a região que congrega áreas do País com pequeno número de precipitações pluviométricas (chuvas) de médias anuais inferiores a 800 milímetros, com índice de aridez (secura do solo) extrema e risco anual de estiagem (seca) maior que 60%.

O sertão brasileiro ocupa uma área de 969.584,4 quilômetros quadrados, compreendendo 1.133 municípios, com população de 20.858.264 habitantes (44% desse contingente vivendo em regiões rurais). O sertão do Brasil, segundo o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2009), abrange grande parte dos estados nordestinos de: Alagoas, Ceará, Bahia, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe, além de uma porção Norte (conhecida por Vale do Jequitinhonha) do estado de Minas Gerais (que fica no Sudeste). Ele corresponde a 11,38% do território nacional (dos 8.514.876 quilômetros quadrados de área total do País), e a 10,87% da população (dos 191.790.900 habitantes do País). Nessa região também encontram-se 20.858.254 dos 51.534.406 habitantes do Nordeste e a 20,36% do número de municípios brasileiros (dos 5.564 existentes). Se fosse um País, em termos territoriais, o Sertão do Brasil seria o 30º maior país do Mundo, logo após o décimo maior do Hemisfério Sul, o oitavo maior das Américas e o quinto maior da América do Sul<sup>3</sup>, não havendo, inclusive na Europa, nenhum país que superasse o

seu tamanho territorial.

Comunicacionalmente, o sertão do Brasil é a região do País com a maior concentração de meios de comunicação (principalmente canais de rádio e TV) nas mãos de políticos, que são artífices e impulsionadores das grandes negociações em Brasília, sendo geralmente ocupantes de cargos de chefia na Câmara dos Deputados, Senado e ainda os principais órgãos estatais federais, reverberando seus poderes também nas esferas estaduais e locais do Sertão.

### 3.1. O Sertão piauiense

O Piauí, segundo o IBGE (2009), tem uma área de 251.529,186 quilômetros quadrados (sendo o 11º maior estado do País), com população de 3.032.421 habitantes (sendo o décimo sétimo mais populoso estado da Nação). O sertão do Piauí é delimitado através do Decreto Estadual número 11.292, de 19 de janeiro de 2004 (SECRETARIA DE FAZENDA DO PIAUÍ, 2009). Essa parte do Sertão do Brasil é composta por 151<sup>4</sup> municípios dos 224 do Estado, ou 67,41% do total de municípios piauienses. O Sertão piauiense ocupa uma área de 155.762 quilômetros quadrados (ou 61,93% do território piauiense) com 1.280.753 habitantes (42,24% da população estadual e 6,14% da população do sertão do Brasil). Antes da existência da província do Piauí, essa região sertaneja foi subordinada durante os primeiros 200 anos de colonização portuguesa no Brasil à Bahia e depois ao Maranhão.

## IV – O papel das rádios comunitárias nos processos comunicacionais

As rádios comunitárias são uma das categorias de meios de comunicação social radiofônico existente no Brasil entremeio a rádios: convencionais, públicas, educativas, livres, de poste, cada uma com seu modo e intencionalidade de reverberar, através de sons, processos comunicacionais, geralmente massivos e com vivências, confluências,

<sup>3</sup> Com cruzamento de dados do IBGE PAÍSES (2009).

<sup>4</sup> O decreto original previa 148 municípios, sendo anexados em 2004 os municípios de Domingos Mourão e Pedro II, no Norte do Estado. Em 2005 a região contou com mais um município: Aroeiras do Itain, desmembrada da também cidade sertaneja de Picos, no Centro-Sul do Estado.



consequências próprios, o que torna esse meio uma das maiores e mais heterogêneas formas de pluralização da comunicação.

Por serem orais, instigando principalmente a audição de quem acessa os produtos comunicativos, as rádios trazem o entendimento dos processos comunicacionais com maior rapidez, notadamente por serem de fácil acesso (devido aos aparelhos de rádio custarem menos do que outros eletro-eletrônicos e, na maioria das vezes, portáteis, não custando muito mantê-los), não necessitando leitura visual, visto que também se torna útil e popular por conta do grande índice de analfabetismo funcional no País, além de haver o maior número de meios de comunicação desse tipo no Brasil, principalmente nas regiões mais pobres, hoje, ainda majoritárias no território nacional.

Uma emissora de rádio tem também a possibilidade de ser a principal forma de representação e de reverberação dos ideais comunitários, ou ainda dos ideais nos âmbitos: regional e local, principalmente por conta dessa proximidade e fidelização com o receptor.

José Eugênio de Oliveira Menezes (2007, p.22-24) destaca que as emissoras de rádio contemplam diversos fios de tempos e vozes que se misturam na vida de um lugar, e ainda possibilitam a sincronização da vida em sociedade, promovendo, em termos de sensações, a criação de cenários mentais e imagens endógenas, ou seja: próprias para o cidadão receptor. O rádio tem o poder de transformar e construir novas sociabilidades, mudando lugares, pessoas, mentalidades e instigando uma sociedade mais justa, principalmente se tiver por trás pessoas compromissadas e unidas com causas coletivizantes. José Ignacio López Vigil (2003) aumenta a discussão trazendo o que considera “rádios espelhos” e “rádios janelas”, sendo as primeiras: emissoras radiofônicas locais e as segundas: emissoras radiofônicas nacionais. As rádios locais constroem identidades e as rádios nacionais (incluindo-se as regionais) divisam outros mundos e constroem solidariedade. Necessitando-se para o desenvolvimento das sociedades os dois tipos de emissoras radiofônicas.

Nessa segmentação que perfaz a importância das FMs comunitárias, principalmente como meios de comunicação local, “o rádio local nos ensina que não temos menos valor que os outros. A nacional, que não temos mais valor que os outros” (LÓPEZ VIGIL, 2003, p.488). Segundo Denise Cogo (2004, p.45), esse tipo de comunicação, baseando-



se, principalmente, em rádios comunitárias locais, vem sendo marcada por demandas pautadas em micropolíticas identitárias e reivindicatórias de setores sociais específicos. Nas rádios comunitárias e livres reivindica-se o que é comum, o que é mais pautado para os interesses daquele nicho comunitário, utilizando-se mídias da e para a comunidade.

#### 4.1. As rádios comunitárias

As rádios comunitárias são uma das categorias de emissoras de rádio, numericamente se comparadas às comerciais e às público-estatais, hoje no País em maior quantidade. Em termos de funcionamento e emissão de sinais as rádios comunitárias são iguais a qualquer outra rádio. Operam em Frequência Modulada (FM) e hoje estão presentes em praticamente todas as regiões do Brasil. As primeiras legalizações de emissoras de rádio que utilizam e se assumem como comunitárias só ocorreram há pouco mais de dez anos com a implantação da Lei 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, mais conhecida como Lei das Rádios Comunitárias.

O movimento de rádios comunitárias e livres no Brasil é mais antigo que a lei, que foi consequência histórica desse movimento em vários de lugares e de milhares de embates Brasil afora para garantir o direito de transmitir o que ocorria em comunidades e localidades, geralmente não assistidas ou não representadas pelos meios de comunicação convencionais. Luiz Artur Ferrareto (2001, p.50) considera também uma rádio comunitária como sendo uma emissora que operam em frequência modulada, com transmissores de baixa potência e antenas não superiores a 30 metros de altura, sendo que essas rádios devem atender às comunidades onde estão instaladas, difundindo ideias, elementos culturais, tradições e hábitos locais, além de estimular lazer, integração, convívio e prestar serviços de utilidade pública. Mesmo existindo lei específica, boa parte das rádios comunitárias no País não estão legalizadas<sup>5</sup>, sendo vítimas de constantes perseguições, ocorrendo até mortes.

Cicília Peruzzo (1998c) destaca que é importante as rádios serem chamadas de comunitárias em vez da nomenclatura de rádios pirata (termo até hoje aplicado principalmente pelas emissoras comerciais ou grupos

---

<sup>5</sup> Calcula-se que, para cada rádio comunitária legalizada no Brasil haja, pelo menos, outras dez sem serem legalizadas.

comunicacionais hegemônicos).

Segundo Raquel Paiva (2003, p.139), “uma das razões para a criação de um veículo comunitário é a vontade de produção de um discurso próprio, sem filtros e intermediários”.

É nesse contexto de rádios comunitárias com produção do local e também instigando-se e pautando-se pelo regional que encontram-se as rádios comunitárias legalizadas do sertão do Piauí. Todas essas emissoras já passaram da fase da luta pela legalização, sendo, inclusive muitas delas, pioneiras no movimento de rádios comunitárias no Nordeste.

### V – As rádios comunitárias legalizadas do Sertão do Piauí

No sertão do Piauí até o início de 2008 existiam 30 emissoras de rádio comunitária legalizadas<sup>6</sup>. Até 31 de janeiro de 2009 a mesma região sertaneja brasileira já contava com 37 emissoras de rádio, mas as sete novas FMs autorizadas a funcionar a partir de março de 2008 ainda estavam em fase de instalação, com programação experimental e puramente musical, algumas contando ainda com a construção e reforma de prédios e compra e/ou modernização de equipamentos, principalmente porque estavam fechadas e lacradas antes de suas autorizações pelo Ministério das Comunicações.

Como apresentamos em texto sobre a histórica situação de legalização das emissoras de rádio comunitárias no Sertão Nordestino: o sertão do Piauí é a região do País que tem, em termos proporcionais (número de municípios, pelo número de emissoras de rádio), o menor número de emissoras de rádio comunitárias legalizadas do País. O Piauí, como um todo, é o terceiro estado do País a ter o menor número de emissoras de rádio comunitária legalizadas, mesmo o estado sendo uma das doze maiores unidades federativas brasileiras e com presença de meios de comunicação ainda de forma muito tímida e sem muita representatividade comunicacional (BERTI, 2008, p.02-14).

A legalização dessas rádios comunitárias (feitas ainda de forma muito tímida no Piauí) é um dos caminhos de garantia de funcionamento

---

<sup>6</sup> Escolheu-se o último dia de fevereiro de 2008 como data limite de recorte, principalmente porque necessitava-se de um fechamento de data para o Exame de Qualificação e ainda para sistematizar a escolha do acompanhamento das emissoras de rádio comunitárias legalizadas nessa região do País.

das mesmas, evitando-se desgastes, perdas, preocupações de fechamento, além de canalizar esforços para a melhoria da comunidade, localidade e até região em que estão inseridas, e ainda promovendo debates, socializando ideias e tentando melhorar a situação do sertão, principalmente nos locais mais isolados ou que têm poucos ou nenhum meio de comunicação.

Para conhecer as 30 primeiras emissoras de rádio comunitárias legalizadas da história do sertão do Piauí, fez-se um trabalho de campo, com visitas a todas estas emissoras – entre janeiro de 2007 e fevereiro de 2008 – além de novas visitas às rádios consideradas emblemáticas entre junho de 2008 e janeiro de 2009.

Foram consideradas emissoras de rádio comunitárias legalizadas emblemáticas no sertão do Piauí, que têm diferenciais positivos em relação às rádios convencionais e também atividades em relação ao compromisso local e integração com as comunidades.

Ao todo foram percorridos pelo autor mais de 19.000 quilômetros (em doze viagens), tiradas mais de cinco mil fotografias, gravadas quase cem horas de entrevistas e depoimentos, além do conhecimento a fundo da comunicação feita nessa região do País, interagindo com produtores das emissoras e moradores das cidades sertanejas.

Em cada uma das rádios contextualizamos suas histórias (desde a concepção da ideia de se montar a emissora até a atualidade), lutas pela legalização, atual situação, inclusive como interage com os locais em que estão inseridas, programação, se seus diretores e membros a consideram comunitárias e o seu conhecimento sobre a Lei 9.612/98 (Lei das rádios comunitárias), dentre outras peculiaridades. As frequências das emissoras foram conseguidas por meio de pesquisa de campo e verificação em visitas às cidades e às rádios<sup>7</sup>. Os nomes das entidades mantenedoras foram extraídos da lista oficial do Ministério das Comunicações (2008). A distância das cidades do sertão piauiense à capital denotam do Mapa Rodoviário do Piauí (1996)<sup>8</sup>, sendo fornecidas as distâncias das cidades

<sup>7</sup> Visto que em alguns casos a frequência informada pela autorização da ANATEL não é respeitada ou confunde-se com emissoras da região em que funcionam as FMs de rádio comunitária legalizadas do sertão do Piauí. Para evitar confrontos as frequências são trocadas, geralmente respeitando as frequências do período em que a emissora não era legalizada.

<sup>8</sup> Mais preciso documento cartográfico sobre distâncias do Estado, visto que foi realizado por meio de GPS, com distâncias precisas e tido como o mapa mais respeitado para distâncias do Piauí.

até Teresina (capital do Estado) e se suas localizações estão à Norte ou à Sul da Capital. Ainda são fornecidos dados da população e também da área territorial dos municípios em que as rádios estão instaladas (IBGE, 2007)<sup>9</sup> e ainda o IDH – Índice de Desenvolvimento Humano, fornecido pelo PNUD (2008).

## QUADRO 1 – RESUMO DOS PRINCIPAIS ASPECTOS DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS LEGALIZADAS DO SERTÃO DO PIAUÍ

QUADRO 1 – RESUMO DOS PRINCIPAIS ASPECTOS DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS LEGALIZADAS DO SERTÃO DO PIAUÍ

Nome da emissora do Sertão do Piauí	MHz	Cidade	Pop.	IDH	Kms da capital	Única rádio da cidade	Formas de participação das comunidades	Visão de consideração como rádio comunitária	Assume ligação com partidos políticos
Ativa	92,9	Piracuruca	25.625	0,609	196 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Só se considera comunitária no nome	NÃO
Bom Conselho	104,9	São João da Fronteira	5.008	0,554	226 km	SIM	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Se acha comunitária, mas programação é convencional	SIM, com o DEM
Cidade	104,9	Valença do Piauí	19.716	0,647	210 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, visitas e faz campanhas beneficentes	Não se acha comunitária	SIM, com o DEM
Eldorado	87,9	Elesbão Veloso	14.174	0,601	155 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes	Se acha comunitária apesar de ter dono	SIM, com o PP
Estação	104,9	Brasileira	7.699	0,580	172 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, visitas, e-mail	Se acha comunitária, mas repete programação convencional	SIM, com o PMDB
Família	104,9	Piripiri	60.249	0,641	157 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, e-mail, acesso ao site da rádio	Se acha e defende o comunitário, mas tem ligação com a Igreja Católica	NÃO assume Mas há ligação com o PT
Gety	100,1	Curimatá	10.360	0,680	775 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Diz que é comunitária, mas tem programação igual a uma convencional	SIM, ao PMDB, pres. é política
Guanibas	106,3	Picos	70.450	0,703	311 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Diz que é comunitária, mas tem programação igual a uma convencional	SIM, ao PMDB, pres. é sec. de com. da cidade
Liberdade	87,9	Oeiras	35.075	0,625	313 km	NÃO	Só os evangélicos para pedir hinos	Rádio para evangélicos. Faz questão de ser assim	NÃO mas houve lobby de dep. de SP
Luzes	87,9	Colônia do Gurguéia	5.700	0,641	507 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Acha que é comunitária, mas a população participa muito pouco	SIM, PMDB
Malhada do Jatobá	90,5	São João do Piauí	18.689	0,650	486 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, visitas, campanhas educativas, programas de entidades	Se acha, notadamente por sua história e por dizer que dá espaço a todos os segmentos da sociedade	NÃO, mas muitos são ligados ao PT
Marvão	104,9	Castelo do Piauí	18.550	0,596	190 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Se diz comunitária mas não tenta provar	NÃO, apesar de ter
Matões	104,9	Pedro II	36.675	0,605	195 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, visita, programas de instituições	Diz e tenta enveredar por esse caminho, notadamente no jornalismo	NÃO, apesar de terem gente no PT e PCdoB
Nossa Senhora da Conceição	105,9	Bocaina	4.039	0,657	324 km	NÃO	Rádio fechada	Rádio Fechada	Ligada ao DEM
Nossa Senhora	99,5	São Julião	5.908	0,578	382 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes	Se acha comunitária, mas tem programação	Ligada ao DEM

A COMUNICAÇÃO SOCIAL NAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS  
LEGALIZADAS NO SERTÃO DO PIAUÍ

da Conceição								toda copiando as comerciais	
Nova Cidade	87,9	Cabeceiras	9.438	0,525	93 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Se acha comunitária, tem programação copiando as comerciais	NÃO, mas pres. é pref. ligado ao PTB
O Grito de Ipiranga	90,1	Ipiranga do Piauí	9.354	0,601	256 km	SIM	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Se diz comunitária mas pouco diferencia da convencional	SIM, ligada ao PCdoB
Progresso	104,9	Lagoa do Barro do Piauí	4.543	0,597	542 km	SIM	Telefone, cartas, bilhetes	Se diz comunitária mas pouco diferencia da convencional	NÃO, mas é ligada à prefe.
Redenção	88,1	Redenção do Gurguéia	8.263	0,583	691 km	SIM	Cartas, bilhetes, visitas	Tenta ser comunitária. Faz lutas ecológicas e parcerias com colégios	SIM, ao PSDB
Serra	97,3	São Francisco de Assis do Piauí	5.150	0,520	499 km	SIM	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Tenta ser comunitária com ligação de agentes pastorais	NÃO, mas ligada ao PSDB
Terceiro Milênio	105,9	Dom Expedito Lopes	6.532	0,635	281 km	SIM	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Se diz comunitária, tenta dar espaço para vários setores populares	SIM, com o PSB
Tribuna	92,7	Pimenteiras	11.722	0,574	252 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, visitas, ajuda em programa voltado à comunidade	Tenta ser comunitária e em seu jeito de ser vem conseguindo apesar das dificuldades	NÃO, mas são ligados ao PT
Tribuna Cantoesse	107,9	Canto do Buriti	20.673	0,616	405 km	NÃO	Fechada	Dizia que sim	NÃO, mas tudo é respondido por uma só pessoa
Umbuzeiro	105,9	Pio IX	17.123	0,572	434 km	SIM	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Diz que já foram, hoje estão desmotivados	SIM, ao PSB
Vale do Itain	104,9	Itainópolis	11.084	0,585	356 km	NÃO	Carta, visita, bilhete	Não tem	SIM, ligado ao PT
Vale do Sambito	87,9	São Félix do Piauí	3.132	0,524	157 km	SIM	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Se diz comunitária, mas segue passos de convencional	SIM, com o PMDB
Vale Esperança	Ainda não tem	Queimada Nova	9.146	0,532	522 km	SIM	Não está no ar!	Não está no ar!	SIM, com o PT
Verdes Canas	101,3	Boa Hora	6.086	0,536	137 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Se diz comunitária, mas age como uma convencional	SIM, ao DEM, e ao prefeito da cidade
Veredas	87,9	Simões	13.734	0,565	440 km	SIM	Telefone, cartas, bilhetes, visitas	Se diz e quer ser comunitária	NÃO, apesar de ligação com PT
Villa dos Humildes	87,9	Alto Longá	13.612	0,580	76 km	NÃO	Telefone, cartas, bilhetes	Se assume como rádio convencional	SIM, a político da cidade que busca o poder

FONTE: Dados do autor cruzados com Censo 2007 (IBGE, 2008), pesquisa de campo do autor e Mapa Rodoviário do Piauí (DER-PI, 1998).

## VI – Experiências emblemáticas nas rádios comunitárias do Sertão do Piauí

Como exemplos emblemáticos de rádios comunitárias legalizadas no sertão do Piauí destacam-se emissoras radiofônicas que têm diferenciais positivos em relação à comunicação comunitária nessa região do País, principalmente por seus papéis enquanto meios de comunicação

<sup>9</sup> Dados do Censo Demográfico de 2007 (IBGE, 2007), mais atual e mais confiável contagem da população brasileira.

social dedicados à região sertaneja nordestina. Essas emissoras também refletem e instigam peculiaridades visando o desenvolvimento sertanejo local. São rádios que contribuem com melhorias e desenvolvimentos das áreas geográficas em que estão instaladas. Não são simples meios de comunicação tocadores de músicas ou de participação passiva (como solicitação de veiculação de músicas do momento ou de simples difusões de recados).

Entre elas há FMs que contrastam com as outras utilizadas como serventia de grupos políticos ou grupos segmentados de poder econômico e social, que atualmente, por conta da multiplicação de influência político-partidária-econômica, notadamente na região do Sertão do Nordeste. Estas também se aproveitam das brechas da Lei das Rádios Comunitárias, aumentando seus controles e o lobby visando a concessão e instalação de rádios tidas como comunitárias que, ao contrário dos exemplos emblemáticos, desvirtuam o movimento de emissoras comprometidas com o social deixando cidades, e até regiões, inteiras sem um meio de comunicação realmente representativo.

Chegou-se ao termo “emblemático” após analisar as diferenciações dessas emissoras não só como meios de comunicação comunitários ou locais nas 151 cidades do sertão do Piauí, mas também em relação aos diferenciais positivos perante rádios das regiões em que estão inseridas. Apontam-se nove emissoras classificadas como exemplos emblemáticos de comunicação comunitária radiofônica no sertão do Piauí, ocorrido após pesquisas de campo<sup>10</sup> junto às 30 primeiras emissoras de rádio comunitária legalizadas nessa região do País até o dia 31 de janeiro de 2009. Após comparações e visitas<sup>11</sup>, são consideradas emblemáticas as emissoras sertanejas comunitárias: FM Família; FM Liberdade; FM Malhada do Jatobá; FM Matões; FM Terceiro Milênio; Redenção FM; Serra FM; Tribuna FM e Veredas FM.

A FM Família é considerada como emblemática por seus diferenciais em relação às outras rádios da cidade (inclusive as tidas como comunitárias), por sua história de luta (de mais de década para se tornar legalizada, inclusive com prisões, arbitrariedades e multas), por suas

<sup>10</sup> Feitas durante dois anos após visitas a todas as rádios comunitárias legalizadas do sertão do Piauí até o 1º mês de 2008.

<sup>11</sup> Visitas ocorridas entre janeiro de 2007 e janeiro de 2009. E comparações ocorridas durante quase todo o ano de 2008.

formas de participação da população e, principalmente, em relação aos movimentos sociais e às entidades, e por suas formas de participação virtual, através da Internet.

Outro exemplo é a FM Liberdade, por sua diferenciação como emissora sertaneja cem por cento evangélica, por sua forma de integrar o público evangélico do mais antigo município do sertão do Piauí, por respeitar os outros credos evangélicos da região, realizando programação sem anúncios comerciais e com informações com uma filtragem de emissão diferente de quase todas as outras emissoras de rádio do Piauí.

A FM Malhada do Jatobá é outro exemplo por sua história de luta (de mais de uma década), por suas maneiras de gestão compartilhada do comando da emissora pelos movimentos sociais da cidade, inclusive as minorias, e devido suas formas de tentativa de resgate cultural e manutenção dos preceitos sertanejos piauienses, via programação e ações de cidadania no dia a dia dos microfones e ações desse meio de comunicação.

A FM Matões, também é destacada positivamente por suas lutas históricas para se manter funcionando, interagindo e beneficiando a comunidade da cidade e região, em contraponto às duas históricas emissoras de rádio que funcionam em Pedro II. Também tem diferencial porque tem visões e ações diferentes de ser comunitária (principalmente no sentido teórico), mas envereda por vivências coletivas de meios de comunicação, além de instigar lutas e participações comunitárias através do que é transmitido pela rádio.

A FM Terceiro Milênio, por sua forma integracionista entre moradores da zona urbana e zona rural da cidade, como única voz do município e ainda como meio de comunicação a trazer para a localidade assuntos nacionais e estaduais, tornando o entender “local” e o compreender a vida do município: fatos conhecidos e com possibilidades de debates, e assim, de proporcionar melhorias sociais antes inexistentes em Dom Expedito Lopes.

A Redenção FM, também como única voz em raio de quase cem quilômetros, com campanhas educativas, formas de instigar e mobilizar a participação em uma das áreas mais isoladas do Piauí e também de debater questões ecológicas, econômicas e políticas da região.

Já a Serra FM é tida como emblemática por sua forma de beneficiamento do homem do campo (hoje extrema maioria da população

do município), com seu exemplo de agentes comunitários de rádio comunitária (que atuam na zona rural e que utilizam a FM para socializar conhecimentos) e participação em campanhas sociais e integração da população da cidade, que é uma das cinco mais isoladas do Piauí.

A Tribuna FM tem forte destaque por sua forma de fazer rádio comunitária através de ideias sindicais e movimentos sociais sertanejos, por seus exemplos de tentativa de valorização da comunidade e vivências coletivas no sertão do Piauí, principalmente porque o município é um dos cinco maiores do Piauí em termos de extensão territorial.

E a Veredas FM por sua história, fruto de um grupo de jovens pensadores que lutam durante há quase duas décadas pelo desenvolvimento da região em que estão inseridos e que viram em um meio de comunicação uma forma de pluralizar mais esses ideais. A rádio também tem grande destaque por sua atuação como forma de construção coletiva e por suas idas e vindas, entremeio a se fazer comunicação comunitária em uma das áreas mais conturbadas (política e socialmente) do Piauí.

Essas nove emissoras, entremeio às rádios comunitárias sertanejas piauienses, também se diferenciam em termos gerais e com características parecidas (em relação às outras rádios comunitárias legalizadas sertanejas e até a quase totalidade de rádios dessa região do País) por conta de suas aproximações de função comunitária (ou sensação de função comunitária), função e importância local (integradora e preocupada com o dia a dia da localidade e melhores dias para seus moradores), função regional (de serem um meio de interligação e desenvolvimento de várias cidades, também integrando regiões antes desagregadas), função de instigar a participação ou desenvolvimento social e de diferenciação positiva em relação aos processos comunicacionais nessa região do País.



## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Vera Teixeira de. O verbal e o não verbal. São Paulo: Unesp, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. Comunidade – a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. TV Regional – Trajetórias e Perspectivas. Campinas: Alínea, 2001.

BERLO, David K. O Processo da Comunicação. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1972.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. A histórica exclusão do Sertão nordestino. Como as comunidades sertanejas do Piauí têm o menor número de rádios comunitárias do Brasil. Niterói: CD-Rom do VI Encontro da Rede Alcar – de História da Mídia, 2008.

BUBER, Martin. Sobre Comunidade. São Paulo: Perspectiva, 1987.

COGO, Denise Maria; PERUZZO, Cícilia Maria Krohling (orgs.). Vozes Cidadãs – Aspectos Teóricos e Análises de Experiências de Comunicação Popular e Sindical na América Latina. São Paulo: Angellara Editora, 2004.

FADUL, Anamaria. Mídia Regional no Brasil: elementos para uma análise. In: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). Mídia e região na era digital – diversidade cultural e convergência midiática. São Paulo: Arte e Ciência, 2006.

FERRARETO, Luiz Artur. Rádio – o Veículo, a História e a Técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. População, segundo crenças religiosas no. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: 04 jan.2009.

. População e área do Brasil. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: 04 jan.2009.

---

. População e área dos municípios do sertão do Piauí. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 28 dez.2008.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – MAPAS ESCOLARES. Mapa do Semi-árido brasileiro. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/paisesat/main.php>>. Acesso em: 04 jan.2009.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – PAÍSES. Países do Mundo. Disponível em: <[ftp://geoftp.ibge.gov.br/Organizacao/Semi\\_Arido/Semi\\_Arido\\_Brasileiro.pdf](ftp://geoftp.ibge.gov.br/Organizacao/Semi_Arido/Semi_Arido_Brasileiro.pdf)>. Acesso em: 04 jan.2009.

LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Manual Urgente para radialistas apaixonados. São Paulo: Paulinas, 2003.

MAPA RODOVIÁRIO DO PIAUÍ. Teresina: DER-PI – Departamento de Estradas e Rodagens do Piauí, 2006.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. História das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 2003.

MENEZES, José Eugênio de Oliveira. Rádio e cidade – Vínculos Sonoros. São Paulo: Annablume, 2007.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Como instalar uma rádio comunitária – manual de orientação. Brasília: Ministério das Comunicações, 2007.

---

. Lista das rádios comunitárias legalizadas do Brasil. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br>>. Acesso em: 29 dez.2008.

---

. O que é uma rádio comunitária. Disponível em: <<http://www.mc.gov>>.

br/radio-comunitaria/o-que-e>. Acesso em: 05 jan.2009.

---

. Rádios comunitárias autorizadas do Brasil. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/radio-comunitaria/processos-autorizados>>. Acesso em: 01 jan.2009.

PAIVA, Raquel. O retorno da comunidade – os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

PALÁCIOS, Marcos. O medo do vazio: Comunicação, socialidade e novas tribos. In: RUBIM, Antônio Albino (org.). Idade Mídia. Salvador: Edufba, 1995.

PERUZZO, Cícilia Maria Krohling. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. In: BARBOSA, Marialva (org.). Vanguarda do Pensamento Comunicacional Brasileiro: as contribuições da Intercom (1977-2007). São Paulo: Intercom, 2007(a).

---

. Comunicação nos Movimentos Populares – a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998(b).

---

. Mídia Comunitária. Comunicação e Sociedade: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. São Bernardo do Campo: Umesp, n.30, 1998(a). pp.141-156.

---

. Participação nas rádios comunitárias no Brasil. BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. 1998 (c). Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>> Acesso em: 20 jan.2008.

---

. Televisão Comunitária. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007(b).  
PNUD – PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO – BRASIL. Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/atlas/>>. Acesso em: 30 dez.2008.

SECRETARIA DE FAZENDA DO PIAUÍ. Sistema de Legislação

ORLANDO MAURÍCIO DE CARVALHO BERTI

do Estado do Piauí – Decreto Nº 11.292, de 19 de janeiro de 2004. Disponível em: <<http://www.sefaz.pi.gov.br/scan/pages/jsp/scan/consultaDeAtoNormativo.jsp?idAtoNormativo=4926>>. Acesso em: 01 jan.2009.

SOUSA, Jorge Pedro. Comunicação regional e local na Europa Ocidental – os casos português e galego. In: Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional. São Bernardo do Campo: UMESP, ano 7, n.07, janeiro de 2003.

TÖNNIES, Ferdinand. Determinação geral dos conceitos principais. In: MIRANDA, Orlando de (org). Para ler Ferdinand Tönnies. São Paulo: Edusp, 1995.

## 5.ENTRE HISTÓRIA, MEMÓRIA E ESQUECIMENTO: NARRATIVAS SOBRE A IMPRENSA JUAZEIRENSE

Andrea Cristiana Santos<sup>1</sup>

### Resumo:

Este artigo faz uma análise das obras de João Fernandes da Cunha e Walter de Castro Dourado para compreender como se construiu uma memória sobre a imprensa da cidade de Juazeiro, norte da Bahia. A partir da inter-relação entre a história, a memória e esquecimento, estas obras podem ser consideradas um lugar de memória, no qual se privilegiou uma narrativa ancorada na tradição, noções de pertencimento e de identidade. Elas também se tornaram documentos-monumentos, que influenciaram a produção de um discurso fundador sobre a imprensa e devem ser problematizados pelos pesquisadores como fontes sujeitas à interpretação em busca dos vestígios sobre a ação dos primeiros comunicadores e dos seus produtos-jornais.

Palavras-chave: História; Memória; Esquecimento; História da Comunicação.

### Abstract:

This article analyzes the works of João Fernandes da Cunha and Walter Castro Gold to understand how to build a memory on the press of the city of Juazeiro, north of Bahia. From the inter-relationship between history, memory and forgetting, these works can be considered a place of memory, which favored a narrative anchored in tradition, notions of belonging and identity. They also become document-monuments that influenced the production of a speech was on the press and should be problematized by researchers as sources subject to interpretation in search of traces of the action of the first communicators and their products-newspapers.

Keywords: History; Memory; Forgetting; History of Communication.

---

<sup>1</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Jornalista, Mestre em História Social pela Universidade Federal da Bahia e professora do curso de Jornalismo em Multimeios da Universidade do Estado da Bahia. E-mail: andcsantos@uneb.br.

Resumen:

En este artículo se analiza la obra de João Fernandes da Cunha y Walter Castro de Oro y comprender cómo construir una memoria en la prensa de la ciudad de Juazeiro, en el norte de Bahía. De la interrelación entre la historia, la memoria y el olvido, estas obras se pueden considerar un lugar de la memoria, lo que favoreció un relato anclado en la tradición, las nociones de pertenencia e identidad. También se convierten en documentos-monumentos que influyeron en la producción de un discurso estaba en la prensa y debe ser problematizada por los investigadores como fuentes sujetas a la interpretación en busca de las huellas de la acción de la primera comunicadores y sus productos-periódicos.

Palabras claves: Historia; Memoria; Olvido; Historia de la Communication.

## INTRODUÇÃO

23 de Novembro de 1947. O morador da cidade baiana de Juazeiro recebia mais uma edição de O Sertão, editado pelo tipógrafo José Diamantino de Assis. Na contracapa do jornal, o colunista Walter de Castro Dourado alertava o leitor para as dificuldades que os futuros historiadores teriam para reconstruir o passado da urbe, em decorrência das transformações sociais no ambiente urbano.

Walter de Castro Dourado lamentava o desaparecimento de alguns monumentos históricos. Ele não encontrava os vestígios do primeiro templo religioso em devoção a Nossa Senhora das Grotas e que deu origem à cidade. A sede da igreja matriz, construída em 1854, havia passado por várias reformas na sua estrutura, o que prejudicava a reconstituição do formato original; o antigo estádio do Prado, onde se praticavam os primeiros jogos de turfe, fora destruído; o Cinema Smart e o Teatro Sant'Anna também tiveram a sede demolida.

Ao presenciar a ausência desses marcos arquitetônicos, Walter de Castro Dourado temia que não houvesse mais vestígios nem documentos para os futuros pesquisadores da história local. Ao final da coluna, vaticinava o destino da urbe: tudo se transformou, evoluiu, civilizou-se.

Essa percepção da aceleração do tempo e das mudanças o levava a nutrir o desejo de deixar um registro sobre o passado. Ele passou a

recolher os documentos que ainda existiam e a coletar experiências dos homens e das mulheres para construir uma história sobre a cidade e seus personagens, ou vultos do passado como denominava.

### **Walter de Castro Dourado não era o único a pensar sobre isso**

Dois anos depois, em 1949, o Instituto Geográfico e Histórico da Bahia, por ocasião das festividades do quarto centenário da cidade de Salvador, capital do estado, incentivou intelectuais e professores a contar parte da história dos municípios baianos. O professor e jornalista João Fernandes de Cunha iniciou um estudo que se propôs a narrar aspectos históricos do município, desde a ocupação das terras sertanejas ao desenvolvimento da imprensa.

Era preciso narrar acontecimentos históricos para que os futuros moradores soubessem da origem da cidade e para que o véu do esquecimento não recaísse sobre ela e sobre os habitantes. O estudo foi apresentado no Primeiro Congresso de História da Bahia e foi o único realizado por um município do interior.

Nos anos posteriores, a preocupação em construir uma narrativa histórica foi recorrente. No centenário da cidade em 1978, foram publicados dois livros que construíram um discurso sobre a história da cidade: *Memória Histórica de Juazeiro*, por João Fernandes da Cunha (1978), recuperando parte do estudo realizado no ano de 1949; e a coletânea *Juazeiro ano 100: lances de sua história*, por uma série de escritores locais, entre eles Jorge de Souza Duarte e Walter de Castro Dourado (1978). Na década de 1980, foram realizadas outras publicações<sup>2</sup>, com a intenção de registrar a evolução histórica, política, econômica e cultural do município.

Estas duas obras são relevantes porque elas se instituem como importantes fontes disponíveis aos pesquisadores na ausência de documentos primários localizados em acervos públicos e privados. Além disso, ambos autores podem ser considerados como guardiães da memória, pois coletaram documentos, recolheram informações e fizeram um registro de natureza histórica. Mesmo que os textos não discriminem as fontes

---

<sup>2</sup> Entre as publicações: o livro *Juazeiro da Bahia à luz de sua história*, de Walter de Castro Dourado (1985); *Juazeiro, na esteira do tempo*, do médico e ex-prefeito Edson Ribeiro (2005); e *Juazeiro nos caminhos da História* (1986), de Jorge de Souza Duarte, entre outros.

históricas, eles exercitaram um ofício de narrar o passado e as narrativas constroem tessituras entre relatos de fatos históricos e memórias.

Neste artigo, propomos-nos analisar essas obras como um lugar de memória, conforme a concepção de Pierre Nora (1993), criadas a partir da compreensão de que as memórias não são espontâneas, sendo necessário registrar eventos, criar arquivos, organizar celebrações, ancorar o passado ao presente. Esses lugares, construídos simbolicamente, proporcionam ainda uma “identificação de um discurso individual com outro coletivo” (1993, p. 25).

Ao longo dos anos, pesquisadores e pessoas interessadas em conhecer a história da cidade utilizam essas obras, procurando seguir os rastros e os vestígios do passado. Esses rastros serão compreendidos, neste artigo, em um quadro conceitual de uma escrita da história, uma operação historiográfica, como recomenda Michel de Certeau (2008). Para o historiador, o conhecimento histórico é um fazer-se, que organiza procedimentos próprios ao objeto analisado e seus métodos de pertinência. Esta operação historiográfica deve ser compreendida em relação a três aspectos: um lugar, no qual se instauram os métodos, os interesses e a organização dos documentos; os procedimentos de análise, determinado pela interpretação; e a construção de um texto em uma escritura, uma narratividade. Neste processo, a escrita é uma prática social que estabelece um diálogo intermitente com o leitor.

Seguindo estes procedimentos metodológicos, este artigo se propõe a analisar a obra de João Fernandes da Cunha e o artigo de Walter de Castro Dourado em busca dos vestígios e fragmentos sobre a imprensa juazeirense na primeira metade do século XX (1901-1950). A nossa intenção é refletir como essas obras podem contribuir para se construir uma história dos processos comunicativos em Juazeiro.

### **Conhecendo o passado, esse território desconhecido**

O centenário da cidade, no ano de 1978, foi um momento especial para que a população juazeirense tivesse acesso às lembranças sobre o passado e marcos culturais de uma época. Esse chamado ao passado serviu para construir uma identidade e uma noção de pertencimento com o lugar, as pessoas, o espírito cidadão.



Na imprensa local<sup>3</sup>, jornalistas e professores procuravam reconstituir quadros de referência sobre a cidade, os seus habitantes para que acontecimentos, situações e relatos sobre os primeiros moradores, pudessem ser lembrados e os seus rastros não fossem apagados. Como afirma Maurice Halbwachs, para “melhor me recordar eu me volto para eles, adoto momentaneamente seu ponto de vista, entro em seu grupo, do qual continuo a fazer parte, pois sofro ainda seu impulso e encontro em mim muito das ideais e modos de pensar a que não teria chegado sozinho” (2004, p. 31).

Para ter acesso a esse passado, precisamos das lembranças de outras pessoas tanto para confirmar as nossas próprias quanto para lhes dar continuidade. No processo de intercambiar as próprias recordações e costurá-las em uma narrativa, podemos rever os componentes pessoais para adequar o passado coletivamente relembrado às necessidades do presente, como nos fala David Lowenthal (1998).

Neste processo de ir ao encontro das lembranças que são reconstituídas na relação tempo, espaço e nas comunidades de afeto, inicia-se um processo de construção de uma memória coletiva, apoiada nos enquadramentos sociais produzidos por pessoas encarregadas de construir essas narrativas.

David Lowenthal (1998) considera ainda que, para termos acesso ao passado, podemos recorrer à história, à memória e aos fragmentos. A história é um processo verificável com base em documentos; a memória depende dos processos de seleção e de esquecimento; e os fragmentos são resíduos, artefatos que podem permitir o acesso ao passado.

Ao publicarem os relatos sobre o passado da cidade, João Fernandes da Cunha e Walter de Castro Dourado demonstravam que tinham a intenção de perpetuar para as futuras gerações informações históricas sobre a cidade e seus personagens. Foi sob a perspectiva da história e da memória que os autores reconstruíram parte do passado. E, no presente, essas obras podem ser compreendidas como artefatos, fragmentos sujeitos à interpretação.

Podemos considerar os autores como senhores da memória

---

<sup>3</sup> O jornal Rivale publicou edições especiais a cada mês de aniversário da cidade, no período de 1972 até 1978, abordando costumes, tradições, história da navegação pelo rio São Francisco e a imprensa.

responsáveis por construir tessituras entre o que foi vivido, o que ainda se fazia lembrança e o que ficaria registrado para a posterioridade. Para o historiador Jaques Le Goff, constituir uma memória, tal como ocorreu na transição das sociedades orais para a escrita, é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos indivíduos que dominaram e dominam as sociedades históricas (1994, p.426).

Ao escreverem as obras, os autores devolveram esses escritos à população como documentos, no sentido de que a escrita tem a função de comunicar através do tempo, do espaço e fornece ao homem um processo de marcação, memorização e registro, como esclarece Le Goff (1994).

Ao mergulhar na leitura das obras de João Fernandes da Cunha e Walter de Castro Dourado, fica-nos a impressão de que os autores pareciam estar receosos de serem acometidos por uma amnésia coletiva, já que o ambiente urbano se modificava com a destruição de marcos arquitetônicos simbólicos. Na década de 1950, a população presenciou a demolição da estação ferroviária, após a construção da ponte Presidente Dutra. Também havia transformações nos hábitos culturais com a chegada da eletricidade, a implantação de alto-falante e do sistema de radiodifusão - Rádio Juazeiro -, em 1953 (DIAS, 1982).

Diante do receio da perda de referência social, os autores construíram uma narrativa que privilegiou um apelo à tradição e uma reverência a um passado glorioso, próspero.

Assim, as narrativas podem ser compreendidas como obras monumentos. Os monumentos, segundo a concepção de Le Goff, têm como características o ligar-se ao poder da perpetuação, voluntária ou involuntária, das sociedades históricas, conformadas por relações de forças de quem detinha o poder (1994).

Também devemos problematizar que é a ação dos homens no tempo e no espaço que transforma estes documentos em monumentos. O pesquisador que tem acesso a esses escritos deve seguir a recomendação metodológica que recomenda verificar as possibilidades da escrita da história, perceber as lacunas, os rastros, vestígios e as condições de produção destes documentos (LE GOFF, 1994).

Como pesquisadores de uma história da imprensa, compreendemos ainda que estes documentos-monumentos são artefatos, fragmentos, resíduos de um passado e não devemos desprezá-los. São fontes disponíveis

para a construção de uma narrativa sobre os processos comunicacionais, principalmente em cidades em que os arquivos públicos não conservaram a maior parte dos documentos primários<sup>4</sup>.

Desta forma, essas obras podem trazer os vestígios da produção jornalística em uma relação com o presente, pois, como afirma David Lowenthal, as lembranças também se alteram quando revistas, aquilo que parece haver acontecido passa por contínua mudança.

Sendo assim, é necessário reinterpretar estes relatos e encontrar elementos para construir uma história da imprensa local, que, junto com outros documentos, evidenciem aspectos dos processos comunicativos.

João Fernandes da Cunha, a cidade, a imprensa

O autor de Memória Histórica de Juazeiro João Fernandes da Cunha nasceu na cidade juazeirense em 21 de maio de 1921. Os seus parentes exerceram cargos políticos na região: o tio-avô Joaquim Jerônimo Fernandes da Cunha foi promotor, juiz de comarca, deputado pela Assembleia Provincial, no século XIX, e senador. João Fernandes da Cunha teve a formação educacional em Juazeiro e, somente aos 19 anos, pode deslocar-se para estudar em Salvador. Também foi professor e fundador do Arauto.

Nos anos de 1940, fez concurso para o Banco do Brasil e, em 1945, se graduou em Ciências Contábeis e em Ciências Econômicas, pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Em 1952, integrou a primeira turma de formandos em Jornalismo e Comunicação da Bahia. Também foi professor do curso de Ciências Econômicas, da universidade baiana, a partir do ano de 1955.

No prefácio ao seu livro, o autor diz que sua obra é a contribuição de um filho a sua terra, em uma demonstração do amor à cidade, onde foi “despertado para a vida e onde recebeu o amparo de Nossa Senhora das Grotas, padroeira do município”.

Como um filho da terra, ele utilizou de memórias familiares para oferecer um testemunho e compartilhar pontos de vista de um ou mais grupos sociais. Ao narrar a história da cidade, João Fernandes da Cunha entrelaça aspectos da trajetória política, econômica, social e cultural do

<sup>4</sup> Para ter acesso aos jornais, existem acervos como os da Fundação Regional Museu do São Francisco e o trabalho de pesquisa da professora Odomaria Bandeira Macedo com o Arquivo Maria Franca Pires, que reúne impressos publicados no século XX, localizado na Universidade do Estado da Bahia, campus Juazeiro-BA.

município.

O jornalista ressaltou as condições geográficas que permitiram o desenvolvimento de uma cidade próspera, às margens do São Francisco. A expansão dos sertanistas que desbravaram o território longe dos centros e das capitais permitiu a construção de núcleos de povoamento. Partia-se das terras litorâneas para o interior, e tudo isso produzia deslocamento de pessoas, mercadorias e percepções de mundo.

A entrada dos sertões marcou também a possibilidade de acesso às terras do norte do país e do centro-oeste. Pela estrada da Passagem do Juazeiro, podia-se atravessar o rio e permitir o acesso aos estados do Ceará, Goiás, Piauí. Assim, a estrada permitiu a comunicação, compreendida como fluxo, de uma região a outra. Toda essa condição geográfica levaria a cidade a ostentar o título de “grande empório do sertão”, denominada pelo engenheiro e geógrafo Teodoro Sampaio, em expedição à região, no final do século XIX.

Na sua construção narrativa, João Fernandes Cunha narrou a trajetória do município a partir dos grandes acontecimentos – o desbravamento do sertão – e dos homens que foram responsáveis pelo desenvolvimento da cidade. Sabemos, como assinala Le Goff (1994), sobre o risco de se construir uma narrativa histórica centrada nas limitações do singular ou das narrativas de grandes personagens.

Contudo, esta obra não pode ser desprezada, pois é um documento, uma construção simbólica sobre um tempo. Podemos, como afirma Le Goff, “questionar a documentação histórica sobre as lacunas, interrogar-nos sobre o esquecimento; os hiatos, os espaços brancos da história”, pois cabe ao historiador “fazer a história a partir dos documentos e das ausências de documentos” (1994, p. 109).

Assim, consideramos a obra como um testemunho sobre um tempo e um espaço que ele acreditava que tendia a desaparecer, inclusive a imprensa, como assinalou, temeroso de que ela sucumbisse.

Mas como ele reconstrói esse tempo passado e o que ele nos conta sobre a imprensa? Como membro de um grupo social, João Fernandes da Cunha mobiliza lembranças coletivas para sustentar identidades duradouras. Os grupos sociais são representados a partir de recordações familiares. Nessa narrativa histórica, o tio-avô do autor, Joaquim Jerônimo Fernandes da Cunha, ocupou um lugar central, principalmente quando é

relatada a construção da Estrada de Ferro da Bahia ao São Francisco, que teve a construção autorizada em 21 de junho de 1852. Foi a segunda estrada de ferro do país, e a primeira interligava o Rio de Janeiro a Minas Gerais. O fenômeno da construção da estrada significava a abertura de novas vias de comunicação e o maior fluxo de pessoas pelo sertão brasileiro.

Com a estrada de ferro, a cidade apresentava “invejável grau de crescimento e de progresso”, comparada às outras cidades, às margens do rio São Francisco, o que permitiu o surgimento de outros bens culturais como a imprensa, o teatro, sociedades filarmônicas para atender aos processos de mediação social. Estava assim consolidada uma operação historiográfica que procurava associar a expansão da malha ferroviária ao progresso e ao desenvolvimento da imprensa.

*“No ritmo de civilização que tomou Juazeiro, decorrente do crescimento de sua população, não poderiam deixar os seus habitantes de voltar suas atenções para a existência de um jornal, que possibilitasse a todos o conhecimento de suas necessidades, o direito de reclamá-las, a manifestação pública de suas opiniões e o ensejo de aplaudir as boas obras que se fossem realizando (CUNHA, 1978, p 136).*

Para o autor, a imprensa se constituía em uma instituição para atender as demandas do público e permitindo a construção de redes de sociabilidade. Os jornalistas eram literatos, professores e intelectuais que participavam da construção da esfera pública, “elevavam o espírito da população e promoviam cultura e educação”, como ressaltou João Fernandes da Cunha.

Essa imprensa surgiu no final do século XIX. Em 1885, o comerciante Raimundo de Azevedo adquiriu uma prensa tipográfica para imprimir boletos, notas e um jornal sob a responsabilidade do tipógrafo Clóvis de Oliveira Mudo. Dez anos depois, em 1895, Clóvis lançou O Sertanejo, com redação do professor Atanázio Aquino Nazareno. A publicação do impresso não foi aceita por Azevedo, que, ao saber da publicação, mandou queimar os exemplares e demitiu o operário. Para o professor João Fernandes da Cunha, “Clóvis perdeu o emprego, mas foi projetado como pioneiro da imprensa de jornal na região” (1978, p.137).

Este episódio é questionado pelo professor Walter de Castro Dourado no texto que publicou sobre a história da imprensa (1978). Para

ele, o primeiro impresso foi A Cidade de Juazeiro, bissemanário editado em 1º de maio de 1896, por Raimundo Azevedo na tipografia Azevedo & Companhia. Para Dourado, o jornal teve maior periodicidade, circulou durante um ano e tinham sido encontrados exemplares na biblioteca do Clube Comercial de Juazeiro. Já O Sertanejoteria sido distribuído para um círculo restrito de pessoas com acesso à tipografia onde trabalhava Clóvis Oliveira Mudo.

Esse acontecimento nos permite pensar sobre as relações de poder relacionadas ao surgimento da imprensa. Clóvis de Oliveira Mudo não tinha posses econômicas e era um assalariado da empresa de Raimundo Azevedo. O jornal que publicou não passou de uma edição, que fora destruída assim que o dono da tipografia obteve conhecimento.

### **Posteriormente, outros tipógrafos e jornalistas surgiram na esfera pública**

Um dos jornalistas que tem o perfil retratado por João Fernandes da Cunha foi Joaquim Luiz de Queiroz, promotor da Comarca e colaborador do Correio do São Francisco, que circulou de 1901 a 1911. Para o autor, Joaquim Luiz de Queiroz era um “jornalista primoroso, pelo estilo, pela profundidade dos conceitos filosóficos, pela elevação moral e sabedoria”. José Inácio da Silva, médico e depois deputado, também é retratado como um profissional da imprensa.

É importante ressaltar que, ao selecionar estes dois personagens como homens da imprensa, Fernandes Cunha associou a prática jornalística à habilidade literária. Eram também homens públicos, responsável por acolher, recomendar e dar aceitação social aos que chegavam para residir na cidade e ousar ser jornalista.

Foi o que aconteceu com o jovem Eugênio Lima, alagoano que fora morar na cidade e fundou o Folha do São Francisco, em 1912. José Inácio encaminhou-lhe uma carta, parabenizando por ser um “um moço de tão fino quilate”, homem virtuoso com a nobre missão de produzir um jornal e educar a população, livrando-a de vícios associados à falta de uma cultura letrada.

Na sua narrativa, Fernandes Cunha se referiu a outros jornalistas como o professor João Leal pelo estilo “combativo, ardoroso e veemente

nas lutas que combateu”; Joaquim Quinaud, de A Luta, por ser um veículo de reivindicações populares; e Aprígio Araújo, responsável pela publicação de O Echo, “com os seus magníficos editoriais, ora apoiando e aplaudindo as iniciativas do poder público, ora combatendo, com veemência e segurança os desacertos da administração”. A imprensa exercia a mediação na esfera pública.

João Fernandes da Cunha também narra a participação como jornalista e fundador de O Arauto, junto com o companheiro AntonioCursino. Ele se considerava um jovem idealista que se dispôs a publicar um jornal “que pudesse servir de veículo às expansões intelectuais da mocidade juazeirense e de todos aqueles que se interessassem pela literatura” (1978, p. 143).

O autor também vai denominar Olegário Assis como um dos jornalistas que se propôs a editar O Diário de Juazeiro. Porém, o autor não discrimina as origens desse jornalista, qual a sua profissão e o ano em que publicou. Sabemos que a memória é resultante de seleção, mas nos parece sintomático que não haja informações com maior profundidade sobre este tipógrafo e jornalista, que fundou dois jornais na cidade, o Diário de Juazeiro, O Juazeiro e trabalhou em O Echo. Olegário de Assis é irmão de José Diamantino de Assis, que não é mencionado no livro como jornalista, embora tenha publicado impressos, dos anos de 1929 a 1969, sendo que, hoje, ainda podemos encontrar exemplares dos jornais.

Percebemos que a dimensão do esquecimento esteve presente nessa narrativa pelo apagamento de rastros sobre a trajetória de alguns jornalistas. Como diz Paul Ricoeur (2007, p. 455), como uma narração exaustiva é perfeitamente impossível, opera-se uma seleção. Pode-se narrar suprimindo, deslocando ênfases, refigurando os personagens da ação como os seus contornos, entre outras estratégias, algumas de natureza ideológica outras da própria trama narrativa.

Ao ler a obra de João Fernando da Cunha verificamos lacunas sobre a caracterização da linguagem jornalística e do conteúdo, entre outros aspectos que são importantes hoje para se construir uma história da imprensa. Mas os fragmentos desse passado trazidos pelo autor nos indicam que os jornais participaram da construção de redes de sociabilidade.

Ao verificar a redução da impressão de jornais, na década de 1950, o autor procurava explicações para o desaparecimento de alguns periódicos.



“Lastimávamos, então, que desfrutando a sede do nosso município de grande desenvolvimento, alcançando situação impar em todo o sertão e zona de São Francisco, houvesse regredido no particular da imprensa, de modo tão notório, uma vez que aí já haviam existido e prosperado, simultaneamente, três bons jornais (CUNHA, 1978, p 143)”.

Por meio de suas lembranças pessoais, procuramos encontrar indícios também das dificuldades de outros comunicadores, pois, embora a memória tenha uma dimensão individual, os seus quadros de referência são sociais e são eles que permitem que “tenhamos também uma memória intersubjetiva, uma memória compartilhada, uma memória coletiva”, como afirma Maurice Halbwachs (2004, p. 53).

A partir desses indícios, conseguimos perceber que a sustentabilidade dessa imprensa era precária, alguns jornais enfrentavam dificuldades econômicas. Ao se referir ao desaparecimento do Arauto, publicado em 1939, João Fernandes da Cunha narrou: “exclusivamente literário não encontrou o respaldo financeiro que lhe permitisse vida longa. Ressurgiu, mais tarde, como semanário noticioso, em cuja fase mereceu, ainda, a nossa colaboração, mas voltou, também por dificuldades de ordem econômica, ao sono dos justos” (1978, p.143).

No conjunto dessas lembranças compartilhadas, verificamos silenciamento sobre a trajetória de alguns jornais, pois o autor silencia, apaga do seu relato a existência de jornal na década de 1950 e 1960. Chega a relatar que atravessamos um longo período sem imprensa na cidade. Contudo, em pesquisa no acervo da Fundação Museu Regional do São Francisco, constam as edições de Tribuna do Povo, editado por José Diamantino de Assis e Jorge Gomes, vereador pelo Partido Social Democrata (PSD) na década de 1950 e 1960, sendo preso no golpe de 1964, acusado de subversão, embora sem provas, como posteriormente, o Exército Brasileiro tornou público, em 1965.

Ainda não sabemos as origens do silêncio a respeito de alguns personagens da imprensa. Sabemos que a narrativa sobre o passado não abarcaria todos os acontecimentos, pois as lembranças são moventes, complexas, dependem dos vários quadros de referência e das comunidades afetivas que o autor compartilhou.

Para perceber possíveis lacunas, é importante verificar como outros autores, a exemplo de Walter de Castro Dourado (1978), constroem uma



representação dessa imprensa e o que ele acrescenta a essa construção histórica.

### **Walter de Castro Dourado e a síntese histórica sobre o jornalismo juazeirense**

Walter de Castro Dourado atuou como jornalista, colunista literário e redator de programas radiofônicos na Rádio Juazeiro. Foi membro fundador da Associação da Imprensa Juazeirense, trabalhou no Ginásio Rui Barbosa e foi proprietário da Escola Remigton em Juazeiro, autorizada pela Secretaria de Educação e Cultura do Estado a emitir diploma de técnicas datilográficas.

Na década de 1980, ele publicou os livros Juazeiro da Bahia à luz da História nos quais narra o povoamento da cidade, a trajetória política, econômica; e foi autor de perfis biográficos de personalidades locais. Nascido em 1909 na cidade baiana de Casa Nova, ele fez o curso ginásial em Alagoinhas e participou, nos anos de 1940, da criação de Cooperativa Mista de Consumo e Crédito no município, junto com ex-prefeito e professor Edson Ribeiro.

Um dos primeiros textos de Walter de Castro Dourado sobre a imprensa foi publicado em 1972 no jornal Rivale, com o título Síntese Histórica do Jornalismo Juazeirense. Essas informações foram incorporadas no artigo A imprensa e vultos importantes do passado em Juazeiro, publicado na coletânea Juazeiro ano 100, Lances de sua história (1978).

Na coletânea, Walter de Castro Dourado faz uma caracterização dos pequenos jornais que proliferaram na cidade. Ele os considerava pequenos folhetins, semelhantes aos pasquins que circularam no século XIX e foram instrumentos de luta política. Os títulos dos jornais, inclusive, demonstravam a verve satírica como O furação, ATrombeta, Esbodega, entre outros.

Walter de Castro Dourado destaca a participação de uma imprensa política, como O Joazeiro, vinculado ao Partido Republicano Democrata, em 1920, para atender as demandas dos projetos políticos locais. O autor também traz informações sobre a imprensa operária - O Trabalho - editada nos anos de 1930 pela Associação Beneficente dos Artífices

Juazeirenses, em defesa dos interesses dos trabalhadores de ofícios (alfaiates, marceneiros), do transporte fluvial e ferroviário. Em 1932, sob a direção do professor Agostinho José Muniz e do marceneiro Saul Rosas, que foi filiado ao Partido Comunista do Brasil (PCB), o jornal colocou-se em oposição ao governador Juracy Magalhães e foi empastelado, acusado de promover a organização dos trabalhadores.

Walter de Castro Dourado também traz pequenas descrições de jornais e jornalistas como Aprígio Araújo, de O Echo, jornal que circulou de 1920 até a década de 1940; e o tipógrafo José Diamantino Assis, que fundou vários jornais e considerado um homem com “tenacidade, inteligência” e “interessado em dotar a cidade de órgãos noticiosos” produzidos a partir de sua pequena tipografia.

O autor registrou também a presença da imprensa estudantil como O Cacto, feito por jovens estudantes da Faculdade do Médio São Francisco (Famesf) entre 1964 e 1965. No artigo publicado, Walter de Castro Dourado se referiu as dificuldades de publicar impressos, inclusive os riscos da profissão, como acidentes de trabalho. Em 1959, Alberto Bezerra Mariano sofreu um acidente na prensa automática ao trabalhar na edição do O Democrata. Devido ao acidente, o tipógrafo interrompeu as atividades de impressão.

Ao longo dos anos de 1970 e 1980, outros jornais como Tribuna do São Francisco, Jornal de Juazeiro, Últimas Notícias Vip, Gazzeta do Vale são publicados na região com mudanças no padrão gráfico de impressão, alguns com policromia, e com uma linguagem informativa. Contudo, essa trajetória não é explorada nas obras de Walter Castro Dourado e João Fernandes da Cunha que centralizaram a narrativa do final do século XIX até os anos de 1950.

Apesar de possíveis lacunas na narrativa, as obras dos jornalistas João Fernandes da Cunha e Walter de Castro Dourado construíram uma memória sobre a imprensa local, cujos fragmentos podem colaborar para desvelar o passado e a trajetória de comunicadores ao serem interpretados no cruzamento de fontes diversas.

## CONSIDERAÇÕES

A possibilidade de termos acesso ao passado está relacionada com

a forma como podemos acionar as nossas memórias, os artefatos e os documentos. Uma sociedade que despreza o passado pode perder os laços de referência com os grupos sociais e não consegue relacionar o presente às experiências passadas nem futuras. Se assim for, os nossos horizontes de expectativa se fundam no eterno presente, que impede de nos conectar com as experiências vividas e de nos situarmos em uma relação temporal. O culto ao passado (ou o excesso de sedução por uma cultura da memória) também pode nos imobilizar, pois pode fazer com que não valorizemos as experiências do tempo presente. Contudo, a memória é vital para entender o passado. Daí a importância do ato de relembrar. Para David Lowenthal, lembranças são reconstruções ecléticas, seletivas baseadas em ações e percepções, através das quais delineamos, simbolizamos e classificamos o mundo.

Por isso, a importância de investigar como no passado os homens compreenderam a imprensa, como eles refletiram sobre o próprio fazer e quais narrativas eles legaram ao presente. As obras, de natureza histórica, são em grande parte testemunho de uma época que os autores julgavam que documentos, o patrimônio arquitetônico e as pessoas estavam em vias de desaparecimento.

Por isso, João Fernandes da Cunha e Walter de Castro Dourado assumiram o papel privilegiado de narradores, como senhores da memória para as futuras gerações. As obras são, em sua maioria, artefatos que procuram descrever o passado, já que a maior parte dos primeiros jornais da primeira metade do século XX ainda não foi conservada.

Essas obras são um ponto de partida para problematizar questões sobre a imprensa. Produtos de uma época, os relatos narram uma parte do que aconteceu a partir dos processos de seleção no conjunto dos grupos sociais e comunidades afetivas com os quais os autores compartilharam visões de mundo e experiências. Cabe-nos, como pesquisadores, interpretá-los e submetê-los a uma crítica sobre a própria natureza do documento, verificando os vestígios de um tempo passado que ficou como um legado ao presente.

## REFERÊNCIAS

CERTEAU, Michel. A Escrita da história. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Forense

ANDREA CRISTIANA SANTOS

Universitária, 2008.

CUNHA, João Fernandes. Memória Histórica de Juazeiro. Juazeiro-Ba. Ed. Autor. Juazeiro-Ba. 1978.

DUARTE, Jorge de Souza. Juazeiro: nos caminhos da história. Juazeiro-Ba. Edição do autor. 1985.

DOURADO, Walter. A imprensa e os vultos do passado de Juazeiro, ano 100. In: DUARTE, Jorge; DOURADO, Walter et alii. Juazeiro ano 100: lances de sua história. Salvador: Empresa Gráfica da Bahia, 1978.

DOURADO Walter de Castro. Juazeiro da Bahia à Luz da História. Vol I. Imprensa Rocha. Studio Domingues, Juazeiro - Bahia, 1985.

DOURADO Walter de Castro. Juazeiro da Bahia à Luz da História. Vol II. Gráfica Beira Rio. Juazeiro - Bahia, 1994.

DIAS, Wilson. História da Imprensa em Juazeiro. Juazeiro: Gráfica Santa Inês, 1982.

HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. São Paulo: Centauro, 2004.

LE GOFF, Jacques. História e memória. Campinas, Editora da Unicamp, 1994.

LOWENTHAL, David. Como conhecemos o passado. São Paulo: Projeto História, vol 17.. nov 1998.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. In: Projeto História. São Paulo: vol 10, dez 1993.

RICOUER, Paul. A memória, a história, o esquecimento. Campinas. Editora da Unicamp, 2007.

## 6.COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO: UMA EXPERIÊNCIA CRÍTICA NOS MOMENTOS DE TURBULÊNCIA

Aníbal Orué Pozzo<sup>1</sup>

Em memória de Juan Díaz Bordenave,  
amigo, caminhante da esperança.

### Resumo:

Este artigo tem por intenção percorrer os últimos quatro anos de uma experiência em Comunicação para o Desenvolvimento no Paraguai. A partir da ascensão de um novo governo em agosto de 2008, encabeçado por Fernando Lugo, foram criados cursos de graduação e pós-graduação nesta área. O trabalho busca recuperar criticamente alguns momentos deste processo, e acenar estratégias para o futuro.

Palavras-chave: Paraguai; Comunicação para o Desenvolvimento; democracia e participação.

### Abstract:

This article has for intention scroll through the last four years of an experience in Communication for Development in Paraguay. From the rise of a new government in August 2008, headed by Fernando Lugo, were created undergraduate and graduate in this area. The work seeks to recover critically few moments of this process, and indicate strategies for the future.

Keywords: Paraguay; Communication for Development; democracy and participation.

---

<sup>1</sup> Mestre e doutor em Comunicação, coordenador do Mestrado em Comunicação para o Desenvolvimento da Escola de Pós-graduação, Centro de Estudos das Relações Paraguai-Brasil, da Universidade Nacional del Este (UNE), Paraguai.  
E-mail: aorue@sce.cnc.pv

Resumen:

El artículo tiene por intención recorrer los últimos cuatro años de una experiencia en Comunicación para el Desarrollo en Paraguay. Partiendo de la asunción de un nuevo gobierno en agosto de 2008 encabezado por Fernando Lugo, con la creación de cursos de grado y pos grado en esta área, se busca recuperar críticamente algunos momentos en este proceso, y señalar estrategias para el futuro.

Palabras claves: Paraguay, Comunicación para el Desarrollo, democracia y participación.

Os últimos cinco anos foram muito agitados e turbulentos para a comunicação paraguaia, principalmente a partir de agosto de 2008, quando assumiu um novo governo, liderado por Fernando Lugo. Este fato de grande significado político e social rompia a hegemonia de mais de 60 anos de um único partido político, a Associação Nacional Republicana, mais conhecido como o Partido Colorado. Este setor dominou e controlou o Estado paraguaio desde os anos '40 do século passado, se tornando o partido político que apoiou decisivamente a ditadura de Stroessner (1954-1989) – com suas perseguições, assassinatos e exílios-, até converter-se em um dos principais lastros do controle hegemônico da transição, depois da queda do regime militar.

A mudança de governo em 2008 significou, entre outras coisas, a criação da Secretaria de Informação e Comunicação para o Desenvolvimento (SICOM), em agosto do mesmo ano. Esta Secretaria de Estado, de maneira rápida e decidida, impulsionou uma série de medidas e ações, entre elas a criação de cursos de graduação em Comunicação para o Desenvolvimento (CpD) em quatro universidades nacionais, e um mestrado, também em uma universidade nacional.

Obviamente não é possível pensar que este processo emergiu ou se constituiu no vazio; ele é resultado de anos de dedicação e práticas sistemáticas de recuperação e de intercâmbio de experiências entre Paraguai e outros países da América Latina, que conformam este contexto. As pessoas que animaram este grande projeto utópico construíram uma longa prática profissional – alguns estiveram na resistência contra a ditadura -,

discutido uma série de documentos clássicos na área – outros atuaram em rádios comerciais, comunitárias e também em rádios associadas à Igreja paraguaia -, e contavam com a presença e apoio que os motivava de um dos principais “teóricos-metodólogos” e praticante do campo: Juan Díaz Bordenave<sup>2</sup>.

A experiência paraguaia em CpD, e a emergência do campo na área universitária nos últimos cinco anos, não seria possível sem a combinação justa e adequada dos três elementos citados acima: a existência de um grupo de profissionais formados na prática da comunicação para o desenvolvimento, participando de várias experiências na América Latina; a criação da Secretaria de Informação e Comunicação para o Desenvolvimento em agosto de 2008, e, finalmente, a ativa participação do mestre Juan Díaz Bordenave, desde o início, e em todo este processo.

O que segue é uma tentativa de reconstruir, histórica e criticamente, esta nova experiência da comunicação paraguaia. A comunicação para o desenvolvimento passou de uma frágil presença em nível de estudos e práticas profissionais na sociedade paraguaia, para em menos de dois anos contar com uma Secretaria com nível de Ministério e, ao mesmo tempo criar em curto período, cursos de graduação e pós-graduação.

### **Comunicação para o Desenvolvimento com status de Ministério**

No final de agosto de 2008, e como parte do que se anunciava como uma nova relação do Estado com a comunicação, foi constituída a Secretaria de Informação e Comunicação para o Desenvolvimento (SICOM). O decreto de criação desta Secretaria de Estado<sup>3</sup> destacava que ela “devia ser geradora de um amplo processo de inclusão social a partir da comunicação da gestão governamental”. O documento também apontava que a SICOM deveria articular esforços destinados a satisfazer um serviço público oportuno, com estratégias comunicacionais que vinculassem o Estado e as comunidades na construção de uma comunicação mais eficaz.

Uma das missões contidas no mesmo decreto indicava que a mesma tinha como dever o desenvolvimento de estratégias comunicacionais que

---

<sup>2</sup> Juan Díaz Bordenave sempre destacava que ele não era um teórico, simplesmente era um praticante da comunicação a partir da perspectiva das pessoas, do povo.

<sup>3</sup> Ver Decreto No. 171 de 26 de agosto de 2008.

vinculassem o Estado e a Sociedade na construção de uma comunicação que promovesse o diálogo social e o desenvolvimento, e incentivasse uma gestão comunicacional participativa e transparente. Ao mesmo tempo, entre as funções e atribuições da mesma, o decreto mencionava o papel de promover a comunicação educativa para o desenvolvimento em todas as suas formas, e também o de promover espaços acadêmicos, oficinas e cursos a distancia para a reflexão e capacitação de comunicadores, técnicos e produtores em geral. Finalmente, o documento também criou, como uma das direções da Secretaria, a Direção Geral de Educação e Comunicação para o Desenvolvimento. É importante reconhecer que a criação e redação deste decreto contou com a participação de Juan Díaz Bordenave, que foi fundamental, assessorando e contribuindo em distintos aspectos específicos ao campo da Comunicação para o Desenvolvimento.

Com a criação desta Secretaria de Estado, a comunicação para o desenvolvimento assumiu, pela primeira vez na América Latina, uma ênfase e um reconhecimento “ministerial”, presente até mesmo no nome do órgão. Ao mesmo tempo, a Direção Geral de Educação e Comunicação para o Desenvolvimento da SICOM começou a gerar espaços de participação e estímulo ao amplo campo das rádios comunitárias que nos últimos anos foram aparecendo no país.

O golpe parlamentar de junho de 2012, que destituiu Lugo do poder, trouxe um grande retrocesso a todos estes projetos; vários deles foram freados, outros abandonados. No entanto, apesar do esforço das forças conservadoras do país em descontinuar o processo, é importante reconhecer que o próprio projeto Comunicação para o Desenvolvimento implantado pela SICOM já continha elementos de desaceleração, e em alguns casos, poucos esforços por retomar os momentos iniciais de “glória”, desde as próprias esferas do poder político. Uma cortina de fumaça envolvia as ações da Secretaria em vários momentos, e várias ações foram paralisadas como parte da reação de sectores conservadores do próprio governo, que aparentemente, esta instancia não podia administrar.

### **E a Comunicação para o Desenvolvimento se fez presente...**

Desde o início a SICOM buscou desenvolver operações para criar o campo da Comunicação para o Desenvolvimento, como a instalação de



Fóruns de Comunicação em distintas regiões do país, por exemplo. No ano de 2009 foram firmados convênios com cinco universidades públicas paraguaias para que estas promovessem e instalassem em seus respectivos espaços acadêmicos cursos de graduação e pós-graduação na área. Esta experiência, única na educação superior paraguaia, promovida diretamente a partir do Estado, teve seus méritos, mas também grandes debilidades. Num país no qual o próprio campo dos estudos da Comunicação está ainda em vias de consolidação, com uma universidade que não se recuperou completamente da barbárie da ditadura Stronista, a erupção “espontânea” e rápida de quatro cursos de graduação em universidades públicas do interior, situadas fora do eixo de Assunção, tradicional espaço social de formação superior, teria consequências.

Imediatamente, as universidades nacionais de Pilar, Concepción, Itapúa e Villarrica<sup>4</sup> aderiram à experiência de implantar estes cursos, cujo modelo não foi discutido em profundidade, e cuja fragilidade acadêmica terminou debilitando a formação anos mais tarde. Estes cursos foram pensados a partir de uma perspectiva inovadora, baseada não na transferência de conteúdos, mas desde a ideia de desenvolver competências. Para o desenho dos programas de graduação foram consideradas doze competências que deviam ser destacadas ao longo de quatro anos de carreira universitária nos cursos de Comunicação para o Desenvolvimento<sup>5</sup>.

Pouco tempo antes do falecimento do mestre Juan Díaz Bordenave – quando já havia dois anos de implantação dos cursos –, numa discussão com ele, chegamos à conclusão que a formação deveria ser totalmente reformulada para evitar perder toda a experiência acumulada. Um dos grandes problemas residia no plano docente. Preparados e capacitados na universidade com a perspectiva tradicional de transferência de conteúdos, os professores tinham dificuldade em implantar uma proposta junto aos novos cursos que implicava um giro paradigmático de toda sua estrutura pedagógica.

Grande parte dos docentes, apesar de seu grande compromisso

---

<sup>4</sup> Todas elas com criações recentes e situadas em extremos opostos geograficamente do Paraguai.

<sup>5</sup> O desenvolvimento da grade curricular dos cursos de graduação teve a participação de Juan Díaz Bordenave que foi decisiva, atuando como grande referente em todo momento, apesar de que isto também continha um risco.

com o novo modelo, não conseguiam acompanhar a proposta. Isto nos levou a uma avaliação crítica, que nos propôs reconsiderar e reestruturar todos os cursos de graduação. Mas a morte de Bordenave nos chocou e não avançamos nesta intenção<sup>6</sup>.

É importante destacar que os primeiros cursos de Comunicação do país surgiram em meados dos anos '60 do século XX. Com a queda da ditadura em 1989, e a promulgação de uma nova lei para as universidades no começo dos anos '90, várias instituições privadas de formação superior foram autorizadas no país, sendo que algumas incorporaram a carreira de Comunicação; outras mais especificamente as de Jornalismo, Comunicação Audiovisual e Publicidade em sua oferta educativa. Neste contexto de emergência de novas ofertas na área, surgiram também os cursos de CpD mencionados, alguns desde 2010 e outras a partir de 2011.

Finalmente, é importante destacar que a partir do Estado, principalmente da SICOM, não foi possível acompanhar a totalidade deste processo. No início foi dada a criação dos novos cursos um grande impulso, mas este não se consolidou de maneira permanente, nem com a rigorosidade que tamanha empreita exigia, apesar do grande compromisso institucional com o projeto.

Com um Parlamento adverso às políticas do Governo, não foi possível romper o bloqueio dos setores conservadores, e seguir apoiando e sustentando financeiramente com o Orçamento Geral às universidades nacionais que haviam aderido à proposta estratégica do Poder Executivo. Apesar das grandes turbulências internas, de uma desaceleração e certa paralisia da SICOM no apoio aos cursos de CpD, apesar dos espaços cada vez mais limitados e das críticas cada vez mais virulentas promovidas pelos meios de comunicação e dos setores contrários ao Governo, o grande mérito desta instituição foi ter possibilitado e estimulado a emergência e “manufatura” do campo da Comunicação para o Desenvolvimento, já inserido nos interstícios do movimento de comunicadores populares no país. Ao institucionalizar a área, lhe foi dado o reconhecimento oficial a um campo ignorado e muitas vezes observado com desdém pelos setores conservadores, e também pouco conhecido no campo da comunicação

<sup>6</sup> Juan Díaz Bordenave foi internado com urgência em Assunção no final de outubro de 2012. Mudou-se com a sua família para o Rio de Janeiro no dia 10 de novembro, faleceu no dia 22 de novembro deste mesmo ano. Residiu os últimos dez anos no Paraguai, país ao qual retornou logo após alguns anos de ausência.

paraguaia.

### **Um novo campo de criação de conhecimentos e saberes? A experiência do Mestrado em Comunicação para o Desenvolvimento**

Em janeiro de 2010, o Conselho Superior Universitário da Universidade Nacional del Este (UNE) aprovou o curso de Mestrado em Comunicação para o Desenvolvimento<sup>7</sup>. A formação só começou dois anos depois, em fevereiro de 2012<sup>8</sup>. É importante destacar que este curso de pós-graduação foi o segundo a se implantar no país no campo da comunicação. O primeiro foi o Mestrado em Comunicação criado pela Faculdade de Filosofia da Universidade Nacional de Assunção, em 2007 e que iniciou suas atividades em 2008<sup>9</sup>.

Ainda que o mestrado criado na UNE também faça parte do contexto das ações empreendidas pela SICOM do governo de Lugo, o fato de ter-se instalado em uma instituição com sólida estrutura e seriedade na gestão acadêmica – ainda que com apenas 19 anos de existência –, deu ao projeto uma perspectiva diferenciada à realidade dos cursos de graduação implantados. Além disso, a sua localização conferiu à UNE uma possibilidade de trabalhar com temas sensíveis social e culturalmente, como o da multiculturalidade e o plurilinguismo, por estar localizada em Cidade del Este, fronteira com Brasil e Argentina, e ser um dos centros comerciais mais importantes do Paraguai, num cruzamento de várias nacionalidades e territórios em diáspora.

O mestrado tem hoje sua primeira turma em curso, e espera abrir uma segunda convocatória no início de 2014. Mas, o que confere singularidade ou proporciona uma especificidade ao projeto acadêmico do mestrado em Comunicação para o Desenvolvimento da UNE?

Uma das grandes discussões travadas no desenho da proposta curricular era em relação ao próprio conceito de Comunicação para o Desenvolvimento. No começo, este campo foi denominado assim em consideração ao modelo de desenvolvimento econômico, impulsionando a

---

<sup>7</sup> O projeto foi elaborado por Aníbal OruéPozzo, e contou com a assessoria de Juan Díaz Bordenave.

<sup>8</sup> Para mais informações: [http://www.posgraduone.edu.py/x/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=44&Itemid=90](http://www.posgraduone.edu.py/x/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=44&Itemid=90)

<sup>9</sup> O projeto e desenho deste mestrado também foi elaborado por Aníbal OruéPozzo.

comunicação como uma área de conhecimento e apoio a este processo. As críticas e questionamentos, cada vez mais intensos, a esta forma de pensar a comunicação foram pouco a pouco diluindo o campo, que terminou sendo duramente associado às propostas dos países hegemônicos, especificamente, aqueles interessados em exportar determinados modelos e processos de desenvolvimento através das agências multilaterais (PEREIRA G. & CADAVID B., 2011).

Emerge, agora, pouco a pouco, um novo conceito, o de Comunicação para a Transformação Social, fortemente promovido não por países, mas por agências que promovem o desenvolvimento em países da América Latina, África e Ásia. O mesmo aponta ao conceito da comunicação como processo que promove a transformação da sociedade. Um interessante trabalho que apresenta e discute estas questões e propõe alternativas é o de Gumucio-Dagron&Tuftte (2008).

Não pretendo aqui apresentar um guia pormenorizado desta discussão no campo. Existe uma boa literatura sobre isso. Simplesmente, limito-me a apontar que, conscientes desta tensão, foi decidido conservar a “tradicional” denominação de Comunicação para o Desenvolvimento, mas colocando ênfases na re-semantização do conceito de desenvolvimento. Abriu-se, desta maneira, a possibilidade de construção de um pensamento autônomo, com fortes críticas aos modelos hegemônicos de desenvolvimento, e fizemos a opção por processos centrados em mecanismos participativos, comunitários e locais de desenvolvimento, conforme o explicitado anteriormente<sup>10</sup>.

Entre as características mais destacadas do desenho deste mestrado, cito dois:

Competências:

O programa foi desenhado para ser implementado a partir da definição de doze competências que os distintos módulos devem

<sup>10</sup> Em debate com Juan Díaz Bordenave, chegamos a um consenso: denominar o mestrado como “Comunicação para o Desenvolvimento e Transformação Social”, sendo finalmente aprovado pelo Conselho Superior Universitário da UNE o nome de “Comunicação para o Desenvolvimento”.

contemplar, sendo em todos os casos determinadas competências transversais aos módulos. Se de alguma forma este fato confere uma singularidade ao projeto, também se constitui como um grande desafio. Inicialmente, uma das saídas profissionais deste mestrado era de formar docentes habilitados na teoria e prática da Comunicação para o Desenvolvimento, com uma mirada diferenciada e adequada à realidade do país, de maneira que pudera se constituir em apoio pedagógico aos cursos de graduação implantados nas universidades nacionais. Ao ser multidisciplinar e incluir entre seus alunos uma ampla variedade de egressos universitários, poderia contribuir com processos de desenvolvimento local e comunitário com uma perspectiva mais inclusiva, que não elimine ou segregue a determinados agentes dos processos de participação necessários para as definições sobre saúde pública, educação, construção de estradas, administração e gestão participativa de recursos públicos, e em outras tantas ações que afetam o desenvolvimento local e comunitário. Desta maneira, a comunidade teria uma ativa participação na discussão e definição dos eixos a serem implantados, a partir de uma perspectiva ativa de participação cidadã. Esta proposta tende, eventualmente, a se tornar sumamente pragmática na sua execução, e sabemos que isto implica em todo um giro teórico e metodológico no entendimento destas decisões que afetam a todos, e os agentes devem ter uma ampla participação na sua discussão e implementação.

Multidisciplinar:

Este ponto é entendido num sentido mais amplo do que apenas do tratamento da comunicação a partir de uma perspectiva multidisciplinar; também os estudantes do mestrado são oriundos de distintos campos das ciências sociais e tecnológicas. O desenvolvimento local e comunitário é um espaço social a ser construído de forma inclusiva e com a participação de toda a comunidade, com seus diversos campos do conhecimento. O entendimento da Comunicação para o Desenvolvimento como um dos campos “por excelência” da convergência de diversas disciplinas é um dos aportes das experiências promovidas em diversas regiões do mundo, em especial na América Latina nos últimos 50 anos.

No entanto, esta opção implicou uma séria reflexão por parte da

equipe encarregada do desenho da grade curricular. Partindo do fato de que nas ciências sociais a multidisciplinaridade é um conceito desenvolvido a partir das possibilidades de um determinado campo do conhecimento científico já instalado na área, e promovido desde a especificidade do mesmo com seus respectivos paradigmas metodológicos (PORTES, 2002), o entendimento do campo da Comunicação para o Desenvolvimento como um campo multidisciplinar desde seus inícios como programa acadêmico de sistematização é um dos grandes desafios do projeto.

Finalmente, introduzo uma terceira característica que, dada pela localização do programa, a qual não deixa de ser menos importante. O mestrado está centrado na Universidade Nacional del Este (UNE), em Cidade del Este, segunda cidade em importância do Paraguai, que se caracterizou por ser uma espaço social multicultural no qual vários idiomas - castelhano, português, árabe, chinês e guarani - e culturas circulam de maneira livre. O fato de estar situado na tríplice fronteira, no cruzamento de várias culturas, e de três países (Paraguai, Brasil, Argentina), confere ao programa, sem nenhuma dúvida, o de um “laboratório natural” social com infinitas possibilidades de pensar, não apenas o desenvolvimento local e comunitário, como também o desenvolvimento transterritorial local, numa territorialidade permanentemente redefinida política e culturalmente (SASSEN, 2013).

O mestrado tem apenas um ano de implantação. Para fevereiro de 2014 está prevista a abertura de uma nova turma.

Ainda que considere que avançamos muito no campo da comunicação para o desenvolvimento nos últimos cinco anos, seja na prática profissional e na presença na formação de nível superior, não posso deixar de destacar alguns problemas que esta “repentina” efervescência introduziu.

Um dos grandes e graves problemas é aquele relacionado à escassez de professores formados na prática docente com a perspectiva do desenvolvimento de competências. Este ponto já havia sido mencionado inicialmente, e se apresentou desde que se construiu o desenho dos cursos de graduação em CpD. Até o momento o problema não foi superado. Ele se constitui como um dos grandes desafios pendentes no campo.

O segundo ponto que levanto está relacionado com a questão do campo de trabalho para os egressos e sua relação com a sociedade paraguaia

e com as instituições que, eventualmente, contratam profissionais egressos destes programas. Nas propostas discutidas durante o desenho da grade curricular estava claro que deveria ser estabelecido um diálogo permanente com as empresas públicas e privadas com intervenção em desenvolvimento local e comunitário. Esta continua sendo uma das tarefas pendentes. Os egressos dos cursos de graduação e da pós em CpD não apontam, nem como prioridade, nem como estratégico, o investimento de sua expertise nos meios de comunicação, apesar que isso também seria um avanço para os meios. Como consequência, o território de trabalho em constituição para esse grupo de comunicadores deve ser amplamente compartilhado e expandido para além da mídia convencional, não apenas em termos da universidade, mas principalmente nas instituições oficiais e privadas envolvidas no desenvolvimento local.

Os quatro cursos de graduação e o mestrado, criados e funcionando no campo da Comunicação para o Desenvolvimento no Paraguai, constitui, sem dúvida alguma, uma experiência única na região. Existem outras na América Latina, e essas são sumamente importantes, e cuja “tradição” devem ser aproveitadas e integradas ao conjunto dos cursos nacionais. Assim, o relativo “isolamento” do programa poderia se constituir uma fortaleza ou um obstáculo a ser superado através da promoção e compartilhamento de experiências na região e fora dela. A constituição de uma rede de cursos em Comunicação para o Desenvolvimento na América Latina parece ser uma via adequada para superar este isolamento e fortalecer as experiências e seus processos educativos na região.

De outro lado, redes estrangeiras à América Latina também se constituem como estratégicas para interação neste campo que, apesar de ter mais de 50 anos de vida nos espaços sociais de distintas regiões do mundo, ainda não estão firmemente estabelecidas nas universidades. Talvez este seja um dos grandes propósitos das redes de cursos de Comunicação da América Latina, e fora da região. Isto reforçaria não somente sua consolidação em nível de instância de formação superior, também reforçaria o grande e amplo campo de sua prática profissional.

## REFERÊNCIAS

GUMUCIO-DAGRÓN, A. & TUFTE, T. (2008) Antología de Comunicación para el Cambio Social, La Paz: Consorcio de Comunicación par el Cambio Social.

PEREIRA G., J. M. & CADAVID B., A. (2011) (Eds.) Comunicación, desarrollo y cambio social, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

PORTES, A. (2002) Sociology in the Hemisphere. Convergences and a New Conceptual Agenda, en *Lasa Forum*, 33, 1: 6-7.

SASSEN, S. (2013) When Territory Deborders Territoriality, en *Territory, Politics, Governance*, 1:1, 21-45.



## RESENHA DE LIVRO: TELEVISÃO PODER E CIDADANIA – A IMPLANTAÇÃO DA TV PÚBLICA NO BRASIL

Jota Menezes<sup>1</sup>

A televisão marcou a sociedade contemporânea a partir da segunda metade do século XX, transformando-se no principal veículo de comunicação no mundo. A influência da televisão pode ser medida pelo depoimento de personalidades como o dramaturgo Nelson Rodrigues que afirmara: “a televisão matou a janela”. Ele se referia aos hábitos culturais brasileiros tradicionais, como as relações de vizinhança. A janela seria a visão daquele universo comunitário que começava a mudar, ameaçado pela “babá eletrônica”, como se convencionou denominar a televisão, diante do sucesso na população brasileira, com o encantamento de suas novelas, programas de entretenimento e noticiário, mas também com o seu viés alienante e sedutor.

O livro *Televisão, Poder e Cidadania – A Implantação da TV pública no Brasil*, retrata essa transição no modo de entreter-se da sociedade brasileira com o advento da televisão, especialmente a partir dos anos 50, quando o jornalista e empresário Assis Chateaubriand foi aos Estados Unidos conhecer in loco a fábrica e a sede da NBC, uma das empresas de comunicação mais importantes do país, com a qual, o empresário paraibano, negociou a importação de tecnologia para implantação do primeiro canal brasileiro, a TV Tupi.

A televisão é um instrumento poderoso da indústria cultural, estratégia do capitalismo no estímulo ao consumo e na criação de produtos e modelos midiáticos, contudo, como resultado do gênio humano, significa também um instrumento de evolução tecnológica da comunicação do mundo contemporâneo e espaço de mediação social e cultural. Quando se convencionou dizer que a mídia é o quarto poder, certamente a televisão é um dos seus protagonistas mais evidentes. A obra trata do processo de implantação, como a TV interfere no dia a dia da sociedade, por meio

---

<sup>1</sup> Pós-graduado em Ensino da Comunicação (UNEB/URGN). Jornalista pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Licenciado em História pela Universidade de Pernambuco (UPE). Já atuou como professor universitário da UNEB (2009-2012), além de exercer diversos cargos nos meios de comunicação da Bahia e Pernambuco. E-mail: jotamenezes@ig.com.br

de suas novelas, telejornais, programas de entretenimento, programas esportivos, publicidade, como criou hábitos e modismos, como ocorre o processo de regulamentação da radiodifusão (concessão) no Brasil, as relações dos jornalistas com a televisão, o poder econômico e político e a televisão, a televisão e a cidadania, a implantação da TV pública no país em 2007 e suas repercussões, que cenários estão sendo formados a partir da criação da TV Brasil e a reação das grandes redes comerciais, e do público telespectador brasileiro, habituado ao estilo aberto e comercial de TV.

São abordados ainda, o regionalismo e a televisão, a política e estratégias das “cabeças de rede” no tocante às afiliadas, a influência das redes sociais e de canais internacionais a cabo como opções na realidade globalizada. Televisão, Poder e Cidadania – A Implantação da TV pública no Brasil instiga o diálogo e o debate entre os diversos atores sociais, culturais e midiáticos, debruçando-se sobre uma temática atual que suscita a reflexão sobre o papel dos cidadãos, que reivindica a democratização da comunicação, como um bem público e comum. O livro pode ser traduzido em um diálogo do “autor da obra” com os pesquisadores, não tenciona dar respostas ou sugerir receitas prontas, mas, suscitar o debate sobre o veículo televisão e os impactos gerados na sociedade brasileira na contemporaneidade.

