

# *De Gutenberg ao Terceiro Milénio*

Congresso Internacional de Comunicação

**6, 7 e 8 de Abril 2000**

## ACTAS

Coordenador

**JOSÉ AUGUSTO DOS SANTOS ALVES**

**UAL**  
UNIVERSIDADE  
AUTÓNOMA  
DE LISBOA

LISBOA • 2001

# *A Comunicação Social regional e local perante os desafios do século XXI*

---

JOSÉ D'ENCARNAÇÃO \*

Constituirá, sem dúvida, lugar-comum afirmar – para mais num fórum de especialistas – que um dos maiores desafios que, neste momento, se nos afigura passível de influenciar a Comunicação Social local e regional no século XXI é a chamada globalização, ou seja, o quotidiano inteiramente pautado numa dimensão do Globo. Algo que se passa nos antípodas entra-nos, no mesmo instante, porta adentro – pela televisão, pela rádio, pela *Internet*... E essa informação global determinará uniformidades, indistinções, todos no mesmo momento em todo o sítio a terem idêntica atitude...

Querer-se-á, então, como já hoje acontece, buscar o que distingue, o que individualiza, as «raízes» – para usar duma palavra batida mas assaz significativa.

Nesse contexto, as alianças económicas ganharão força gigantesca e tenderão a querer impor-se cada vez mais.

E será nestes dois domínios – o cultural e o económico – que a Comunicação Social local e regional irá ter papel primordial, de oposição a este estado de coisas e de aposição aos anseios deste povo, desta aldeia, daquele município, desta região...

E será preferentemente nessa Comunicação Social, mais livre e mais isenta (porque mais próxima da realidade quotidiana e, por isso mesmo, menos susceptível de ornar com falsas lantejoulas os factos e as ideias), que os homens se irão rever, por ela se baterão. Contra tudo e contra todos.

Acabo de ler, minhas senhoras e meus senhores, a quase totalidade do texto de apresentação do que gostaria de trazer, hoje, à consideração. E quase me sentiria tentado a quedar-me por aqui, abrindo largo espaço a um debate e troca de impressões, que se me afigurava mais interessante que a repetição daquilo que, certamente, toda a gente já sabe e, se calhar, até já está farta de ouvir e de ler.

Não os maçarei, portanto, e limitar-me-ei, se tal me é permitido, a sublinhar dois aspectos colhidos do quotidiano.

---

\* Universidade de Coimbra.

## 1. A vertente cultural

Na verdade, é na imprensa local e regional, escrita e falada, que maior realce se dá às iniciativas culturais locais. Há, é certo, e cada vez mais, as «agendas culturais» editadas pelas câmaras (também poderemos falar disso). Mas o anúncio, a notícia, a reportagem, as imagens, os nomes dos intervenientes... – é na imprensa local que aparecem.

A peça de teatro levada à cena numa colectividade de interior – quem dela se vai fazer eco? Tartufos de Molière, «Felizmente Há Luar», de Stau Monteiro – quantas vezes não ‘saíram’ já um pouco por todo o lado, até com encenações deveras originais, com interpretações inovadoras?... Nada têm de especial, portanto, para serem... «notícia»! É o «Portugal sentado», digno de singelas três linhas no longo rol da agenda cultural do jornal nacional, quando as tem ou quando há coragem ou experiente saber para lhas enviarem exorcizando o risco certo de um cesto de papéis ou o «recycle bin» do computador, sem serem abertas sequer, «mailbox» rapidamente pronta a fazer... «empty trash»!

Nessa peça, cuja montagem até nem fora cara, os reduzidos meios da colectividade – com mais uma ajuda daqui, outra de acolá – foram bastantes, regista-se o contributo ímpar de jovens ou de idosos, houve noites de aturado ensaio... E, na estreia, a sala encheu, para ver o filho, o neto, o enteado, «que bem que ele estava, não viu?» «E aquela cena teve tanta graça!» «E – zás! – as verdades são para ser ditas!»...

Mesmo que, inteligentemente, se tenha logrado obter o patrocínio de um jornal nacional, o que esse repórter escrever (e geralmente manda-se um estagiário, para testar...) nunca será lido, porém, com a mesma paixão e o mesmo interesse do que a opinião do redactor que a gente conhece, com quem se toma um café e se desabafa na rua...

Dir-se-á: «Pois, mas assim, quem é dele a isenção, a independência jornalística?»...

Concordo que é mais difícil dizer mal daqueles que se conhecem. Todavia, não é nessas circunstâncias que se põe à prova o saber ser jornalista, no meio termo entre a bajulação e os dentes sempre afiados?...

Só o jornalista local, num caso desses, saberá realçar o valor das tais noites perdidas em ensaios, do tal «bichinho» que significa pisar o palco perante amigos e familiares, na intenção grada de divertir. Sacrifícios enormes, de sentida ausência em casa, «por amor à arte»...

E, por todo o lado, exposições de pintura, de cerâmica, de azulejos, de artesanato urbano... Parece praga. Se fôssemos a noticiar tudo!... Pois é. Mas essa exposição – do jovem que está a começar, dos utentes daquele Centro de Dia... – representa o culminar de todo um trabalho de equipa, de insuspeitadas solidariedades... que fazem o «sal» da vida e a que importa dar realce. Para o bem-estar geral. Para que a comunidade seja cada vez mais... «comunidade».

Longe vai o tempo do «baile de benefício», quando ‘solidariedade’ não se falava, não carecia de Ministério, vivia-se... Hoje e cada vez mais, no limiar do

século XXI, será a Comunicação Social local e regional – escrita e falada – que colmatará (ou poderá colmatar) brechas inopinadamente rasgadas...

Recordo o dia em que o presidente da Câmara de Évora me levou a almoçar numa tasca.

– Sabe? O primeiro proprietário começou por alvejar bem alto. Média burguesia. Comeres requintados, «à la carte». Empregados trajados a rigor... Deu com os burrinhos na água. Agora é o que vê: bancos de pau, corridos, a ementa escrita a marcador (e com erros!) naquela toalha de papel ali pendurada, panito cá do nosso, queijo do nosso também, pezesinhos de coentrada, sopa de poejos, um ensopado divinal, azeitonitas caseiras... Que lhe parece?

Concordo. Hoje há colunas de gastronomia já nos jornais de circulação nacional, mercê de dois ou três ‘carolas’ (uma saudação particular a Reis Torgal, por exemplo), que cedo compreenderam que, para além do mais, gastronomia também é cultura. Como sentença Boaventura de Sousa Santos, «Quanto mais se difundir a Pizza Hut e o MacDonald’s, maior importância daremos ao nosso gaspacho!»...

E o presidente da Câmara de Évora manifestou-se-me apostado em fazer reviver as tabernas como centros de convívio, aonde, ao fim da tarde, se vai beber um copo, se entoam cantares, se sabem as notícias, se promove... comunidade.

E, ao balcão ou na mesa do canto, lá estará o jornal local, que todos podem ler e comentar.

Nunca será de mais repetir que a grande diferença que reside entre os jornais diários e a imprensa local e regional é que dos primeiros se lêem as «gordas», enquanto se vai no comboio ou dez minutinhos depois (ou antes) do jantar, enquanto não vem o telejornal ou se deita o olho ao galã ou à garota gira da telenovela – e no dia seguinte há outro; e os segundos, os jornais locais, são lidos pela família toda, estranha-se a semana em que não chega no dia aprazado e todo ele se lê com redobrada atenção, porque ali se tratam coisas que lhes são familiares: critica-se a Câmara; a estrada nunca mais fica pronta; aquela ponte continua a vir de nenhum sítio e a ir para sítio nenhum?...

## 2. A vertente económica

Critica-se.

E aqui entramos no segundo ponto que gostava de trazer à colação. Sobejamente conhecido ele é, mas...

Cientes do interesse cultural, nacional e ‘nacionalizador’ que a imprensa local e regional detém, os sucessivos governos ainda não ousaram, apesar das ameaças que nesse sentido de vez em quando aparecem, suprimir o «porte pago» (incentivo do Estado que hoje se rege pelo estipulado no Decreto-Lei n.º 37-A/97, de 31 de Janeiro), pois são unanimemente reconhecidas as dificuldades econó-

micar por que passam todos os jornais locais e regionais. Vivem das assinaturas; vendas em banca são insignificantes; a publicidade e as agências de publicidade ainda honestamente os não privilegiam.

O direito à crítica e a recepção de publicidade constituem – ainda! – neste limiar de novo milénio termos perfeitamente antagónicos.

Os agentes económicos do burgo recorrem ao jornal para que se faça eco das suas reivindicações, do estacionamento que falta, da insegurança que persiste, da concorrência «desleal» das grandes superfícies... Se, porém, o angariador de publicidade lhes bate à porta, por mais expedito e eloquente que seja, difícil será que lhes arranque um anúncio pequeno e – muito menos! – uma série deles. «Sabe, é preferível num jornal de Lisboa, que toda a gente lê... Custa um pouco mais, mas é mais eficaz». «E acha que são os de Lisboa que virão aqui comprar?», riposta-se de pronto. O comerciante arranja logo uma desculpa, há sempre um telefone que milagrosamente toca naquele preciso momento e... «venha noutra ocasião, está bem?»...

E o que se passa a nível do comércio ou da pequena indústria local – vá que não vá, cada qual é livre de fazer, ou não, publicidade onde quiser – mais grave se torna quanto às autarquias locais – câmaras e juntas de freguesia. O direito à crítica está oficialmente consignado, disso não há dúvidas. Mas... e a cor política?

Em vários concelhos deste País se publicam dois quinzenários: um afecto ao PS, outro ao PSD. E, claro, o correspondente tratamento no que à publicidade (mesmo a institucional) diz respeito não deixa margem para dúvidas. E quando o senhor presidente da Câmara é simultaneamente o director do jornal local, da rádio local, o presidente dos bombeiros e o provedor da Misericórdia?...

Por lei (diz-se), as autarquias devem publicitar os seus actos. Há quem, por isso, pague a publicação nos jornais locais dos extractos de actas das sessões camarárias, sem que se belisque a total liberdade de expressão dos jornalistas. Mas também existem casos em que, por haver crítica, não há publicidade.

E os boletins municipais? Sim ou não? E se eles acabam por ser autênticos jornais locais, com entrevistas, reportagens... gratuitamente distribuídos por toda a população? Se veiculam informação concreta, apartidária – ou melhor, suprapartidária – apresentando a Câmara como um órgão ao serviço da população, independentemente dos partidos políticos que compõem o Executivo, aceita-se. Se, porém, nada mais são – ou nada mais parecem ser – que a apologia de um presidente omnipresente?...

Merece reflexão (e tem estado a ser feita) esse dever das autarquias. Da forma de o conceber resultam importantes consequências a nível dos órgãos de Comunicação Social local e regional, porque, queiramos ou não, os problemas que debatem, as questões que abordam se prendem primordialmente com a actividade autárquica. E este binómio não é fácil de gerir.

Num trabalho recentemente efectuado para a cadeira de Comunicação Social do Curso de Especialização em Assuntos Culturais no Âmbito das Autar-

quias – que leccionamos, há vários anos, na Faculdade de Letras de Coimbra e no Centro de Estudos e Formação Autárquica – uma das formandas explicitava que «para definir objectivos norteadores, para conceber e propor soluções aceitáveis que contribuam para a desejada qualidade de vida e para o bem-estar das populações, para concretizarem tais soluções, é imprescindível a *informação*. Para trocar informação, incentivar a participação na comunidade na definição de objectivos e na procura de soluções, mobilizar os recursos para a concretização das acções conjugadas, é essencial a *comunicação*. Comunicar serve, no caso de uma autarquia, funções muito mais vastas que as de informar [...]»:

- Persuadir, motivar, interpretar;
- Educar, transmitir heranças sociais;
- Socializar, criar reciprocidades, facilitar a participação do cidadão na tomada de decisões, na vida da comunidade.

Assim, as estratégias de informação e comunicação autárquicas são imprescindíveis para o estabelecimento de uma política de desenvolvimento integrado».

Para tal, acrescentaríamos nós, uma relação otimizada com os órgãos de Comunicação Social locais e regionais, na sua totalidade, independentemente de cores político-partidárias assume importância primordial. Até porque, registe-se de novo o que é de todos bem conhecido, não oferece quaisquer dúvidas o papel relevante desempenhado por estes órgãos de comunicação junto das comunidades portuguesas espalhadas pelo Mundo. Ouvem-se os canais internacionais das nossas rádios; vêem-se as emissões televisivas; mas a chegada do jornal «da terra» é sempre aguardada, bem no sabemos.

Por uma estratégia concertada entre o dever de informar (das autarquias e dos jornais) e a necessidade que estes últimos sentem de apoios financeiros para lograrem sobreviver e cumprir os seus objectivos (é raro que, neste tipo de imprensa, se almejem primordialmente fins lucrativos, para além do natural desejo de cobrir despesas e algo sobrar para investimento) – há, pois, que terçar armas. E este será, sem dúvida, um dos grandes desafios do milénio.

Uma palavra, a finalizar, sobre as rádios locais.

Se é certo que a uma rígida política de licenciamento se seguiu um afrouxamento legal e hoje haverá – parece haver... – rádios a mais no espectro radiofónico local; se, por outro lado, quase numa linha de evolução «darwinista», pouco a pouco poderá vir a ocorrer uma selecção – resta saber se estaremos perante uma selecção «natural», de sobrevivência dos mais «capazes», ou, ao invés, de sobrevivência dos mais «ricos», dos que mais fortes apoios financeiros tiverem. Esse, o grande risco!

Contudo, à rádio local vai caber – continuará a caber – papel imprescindível na criação e desenvolvimento dum espírito comunitário, em que, mais do que nas rádios nacionais, ouvintes e apresentadores podem gerar uma corrente fortemente positiva. Às autarquias e aos agentes económicos, dentro das regras, o saberem-na eficazmente aproveitar.

Por isso – e termino com a pergunta que deixei exarada na síntese da minha intervenção – se há quem diga que a Comunicação Social local e regional tem os seus dias contados, mormente porque cedo os governos deixarão de a subsidiar, eu preferiria perguntar: quem há aí que impunemente o queira ousar?