

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ
CAMPUS POETA TORQUATO NETO
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E ARTES
CURSO DE BACHARELADO EM JORNALISMO

LÍVIA ALVES FERREIRA

**CONECTANDO A COMUNIDADE RURAL: Jornal Fala Povo no *you tube* como experiência de comunicação comunitária no povoado
Bela Vista em Teresina - PI**

TERESINA, PIAUÍ

JUNHO, 2025

LÍVIA ALVES FERREIRA

**CONECTANDO A COMUNIDADE RURAL: Jornal Fala Povo no *you tube* como experiência de comunicação comunitária no povoado
Bela Vista em Teresina - PI**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Produto Digital Inovador, apresentado como instrumento de avaliação para a disciplina TCC II, do Curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí, sob orientação da Prof. Dra. Maria de Jesus Daiane Rufino Leal.

TERESINA, PIAUÍ

JUNHO, 2025

F383c Ferreira, Livia Alves.

Conectando a comunidade rural: Jornal Fala Povo no youtube como experiência de comunicação comunitária no povoado Bela Vista em Teresina - PI / Livia Alves Ferreira. - 2025.

40f.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Estadual do Piauí - UESPI, Curso de Bacharelado em Jornalismo, Campus Poeta Torquato Neto, Teresina - PI, 2025.

"Orientador: Professora Dr.^a Maria de Jesus Daiane Rufino Leal".

1. Comunicação Comunitária. 2. Jornalismo Digital. 3. YouTube. 4. Povoado Bela Vista - Teresina (PI). I. Leal, Maria de Jesus Daiane Rufino . II. Título.

CDD 070

LÍVIA ALVES FERREIRA

**CONECTANDO A COMUNIDADE RURAL: Jornal Fala Povo no *you tube* como experiência de comunicação comunitária no povoado
Bela Vista em Teresina - PI**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Produto Digital Inovador, apresentado como instrumento de avaliação para a disciplina TCC II, do Curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí, sob orientação da Prof. Dra. Maria de Jesus Daiane Rufino Leal.

BANCA EXAMINADORA

Profa. dra. Maria de Jesus Daiane Rufino Leal - ORIENTADORA

Prof. Dr. Daniel Vasconcelos Solon

Profa. Me. Cintia Lucas Freitas de Lima

Teresina (PI), Junho, 2025

*À minha mãe, Maria de Jesus, que me
inspira e motiva todos os dias!*

RESUMO

Este trabalho apresenta e fundamenta os processos de construção do jornal digital comunitário “Fala Povo – Bela Vista”, uma iniciativa desenvolvida junto ao povoado Bela Vista, localizado na zona rural de Teresina (PI). O projeto surgiu da necessidade de fortalecer a comunicação local, dar visibilidade às pautas do território e estimular o protagonismo dos moradores como agentes ativos na produção de informação sobre sua própria realidade. Por meio da criação de um canal no *YouTube*, os moradores foram convidados a assumir o papel de comunicadores, registrando, narrando e compartilhando conteúdos sobre cultura, cotidiano, infraestrutura, segurança e projetos sociais que fazem parte da vida da comunidade. Esta pesquisa mergulha na experiência coletiva de construção de um jornalismo comunitário digital, que combina saberes populares e ferramentas tecnológicas, valorizando a oralidade, os modos de vida locais e as linguagens próprias do povoado. A proposta reflete sobre os desafios de fazer comunicação em territórios rurais — como a resistência inicial da comunidade, as dificuldades com tecnologia e o enfrentamento à desinformação —, ao mesmo tempo que evidencia as potências da comunicação popular como instrumento de cidadania, mobilização e fortalecimento social.

Palavras-chave: Comunicação Comunitária; Jornalismo Digital; *YouTube*; Povoado Bela Vista.

ABSTRACT

This paper presents and explains the process of developing the digital community journalism project “Fala Povo – Bela Vista”, an initiative carried out with the Bela Vista community, located in the rural area of Teresina, Piauí, Brazil. The project was born from the need to strengthen local communication, give visibility to the community's issues, and encourage the residents' protagonism as active agents in producing information about their own reality. Through the creation of a YouTube channel, residents were invited to take on the role of communicators, recording, narrating, and sharing content about culture, daily life, infrastructure, security, and social projects within the community. This research dives into the collective experience of building a digital community journalism project that combines popular knowledge with technological tools, valuing oral tradition, local lifestyles, and the unique languages of the territory. The proposal reflects on the challenges of producing communication in rural areas — such as the initial resistance of the community, technological barriers, and the fight against misinformation — while highlighting the power of popular communication as a tool for citizenship, mobilization, and social empowerment.

Keywords: Community Communication. Digital Journalism. YouTube. Bela Vista Community.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1. COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA: CONCEITOS E PERCURSO HISTÓRICO	11
1.1 Comunicação comunitária a partir dos anos 2020: contexto das áreas rurais	14
1.2 - Estruturas narrativas do jornalismo na comunicação comunitária	15
1.3 - Contexto da comunicação no Povoado Bela Vista: práticas de informação na comunidade	17
2. JORNALISMO NO YOUTUBE: LINGUAGENS, DESAFIOS E POTENCIALIDADES NO JORNALISMO DIGITAL COMUNITÁRIO	19
2.1 – Desafios da comunicação: Fakenews e Deepfakes	24
2.2 – Pluralidade e amplitude na produção de conteúdos	25
3. METODOLOGIA	26
3.1 Fase de planejamento: fortalecimento dos vínculos locais e a construção coletiva	29
3.2 Pré-produção: mobilização dos moradores	29
3.3 Produção: o envolvimento da comunidade	30
3.4 Pós-produção: recepção e repercussão na comunidade	31
CONSIDERAÇÕES FINAIS	32

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Segundo encontro com a comunidade durante a cobertura de um evento beneficente no dia 06/04/2025.....	14
Figura 02: Canal Fala Povo - Bela Vista acessado em 08/06/2025.....	23
Figura 03: Terceiro encontro com a comunidade no dia 04/05/2025.....	30
Figura 04: Primeira reunião com a comunidade no dia 23/04/2025.....	32
Figura 05: Grupo de mensagens criado em 2022 para uma outra intervenção com a comunidade.....	33

INTRODUÇÃO

A comunicação é um elemento fundamental para a inclusão social e o desenvolvimento das comunidades. Nas áreas rurais, porém, a comunicação ainda é um desafio, dada a sua dispersão geográfica e a falta de infraestrutura tecnológica.

Segundo o pesquisador Nilson Lage, "as áreas rurais são, em geral, carentes de serviços de comunicação e, quando há algum, é de qualidade inferior aos das áreas urbanas, onde há maiores concentrações populacionais e maior mercado para as empresas de comunicação" (LAGE, 2011, p. 97).

É importante reconhecer também que, nas últimas décadas, houve avanços significativos na incorporação das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) no meio rural brasileiro. Porém, esse avanço não ocorreu de forma uniforme, nem foi suficiente para superar por completo as desigualdades digitais históricas que ainda marcam esses territórios.

A comunicação nas comunidades rurais, atualmente, encontra-se em um cenário de dualidade: ao mesmo tempo em que há avanços significativos na expansão das TICs, permanecem desafios históricos relacionados à infraestrutura, à acessibilidade e à apropriação crítica dessas tecnologias. No caso brasileiro, essa realidade reflete não apenas uma questão tecnológica, mas social, econômica e política, uma vez que o acesso à informação e aos meios de comunicação ainda não é um direito plenamente garantido no campo.

Como destacam Drebes e Vargas (2025), o avanço das TICs no meio rural não altera as estruturas desiguais, mas oferece novos meios para que as populações se articulem, reivindiquem direitos e fortaleçam suas redes de sociabilidade e de resistência cultural.

[...] não há democracia, proporcionalidade ou mesmo equanimidade em relação à disponibilidade, ao acesso, uso e domínio das TICs, pois elas estão submetidas às mesmas estruturas que historicamente criaram e mantêm desigualdades sociais, seja entre pessoas, entre classes ou entre países. (DREBES e VARGAS, 2025, p. 9).

Assim, a apropriação de plataformas como o YouTube, redes sociais e aplicativos de mensagens permitiu que muitas comunidades desenvolvessem seus

próprios meios de comunicação, valorizando as narrativas locais, suas identidades culturais e suas demandas sociais.

Este fenômeno revela que, além de consumidores de informação, os sujeitos rurais estão se tornando também produtores de conteúdo, contribuindo para a descentralização das mídias e para a democratização da informação.

Nesse contexto, surge a necessidade de pensar em projetos de comunicação que possam conectar as comunidades rurais e promover o seu desenvolvimento. O presente trabalho é resultado da proposta de criação, desenvolvimento e análise de um projeto de jornal digital comunitário voltado para o Povoado Bela Vista, uma comunidade rural localizada na zona rural norte de Teresina, capital do Piauí.

Segundo dados da Fundação Municipal de Saúde (FMS), obtidos por meio dos agentes comunitários de saúde que atuam na localidade, o povoado possui atualmente uma população estimada em 511 pessoas, distribuídas em aproximadamente 159 famílias¹.

Em termos territoriais, de acordo com informações de um morador da comunidade, que é agrônomo e atua na Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf)², o povoado ocupa uma área de 0,85 km². A base econômica local é formada, majoritariamente, pela agricultura familiar, com destaque para o cultivo de feijão, milho, quiabo, maxixe e abóbora, que são as principais lavouras presentes no território. Além da produção agrícola, nota-se a existência de pequenos comércios, como mercadinhos e bares, que também compõem parte da dinâmica econômica local.

Em termos de serviços públicos, o povoado conta com uma Unidade Básica de Saúde (UBS), que atende às demandas de saúde da população, e uma escola de ensino fundamental I, que oferece educação até o 5º ano. A comunidade, apesar de estar inserida dentro dos limites territoriais da capital, mantém características típicas

¹ Dados coletados pela autora, por meio de observação e entrevista informal com as agentes comunitárias de saúde Raimunda Célia e Beatriz Magalhães, funcionárias da Fundação Municipal de Saúde (FMS), durante levantamento realizado no mês de abril de 2025.

² Informação obtida pela autora, por meio de observação e entrevista informal com o morador do Povoado Bela Vista, João Rodrigues, engenheiro agrônomo e funcionário da Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf), realizada em abril de 2025.

de uma localidade rural, tanto em sua organização socioeconômica quanto nos seus modos de vida, tradições culturais e formas de comunicação.

A proposta do trabalho está inserida no campo do jornalismo comunitário e da comunicação popular, com o objetivo de fortalecer a circulação de informações locais, ampliar as vozes da comunidade e estimular o protagonismo dos próprios moradores na produção de conteúdo informativo e cultural.

O objetivo geral da pesquisa foi propor um projeto de jornal digital que pudesse contribuir para a inclusão social e o desenvolvimento da comunidade rural Bela Vista. Como objetivos específicos, busca-se identificar as principais demandas e desafios de comunicação da comunidade, planejar e implementar um projeto de jornalismo digital que atenda a essas demandas e avaliar os resultados obtidos.

Para isso, foram utilizadas técnicas de pesquisa bibliográfica e de campo, além de entrevistas com moradores e lideranças locais. O estudo foi estruturado em dois capítulos principais.

O primeiro capítulo, intitulado “Comunicação Comunitária: Conceitos e Percurso Histórico”, trata da apresentação dos fundamentos teóricos que sustentam este trabalho. Nele, são discutidos os conceitos de comunidade, comunicação comunitária e comunicação popular. Desenvolvido a partir de uma perspectiva que considera o papel da comunicação como instrumento de fortalecimento social, identidade e cidadania. Este capítulo também oferece uma breve retomada histórica, destacando como os processos de comunicação comunitária se consolidaram no Brasil, especialmente no contexto dos movimentos sociais, das rádios comunitárias e das práticas informais de circulação de informações em territórios rurais.

O segundo capítulo, denominado “Jornalismo no YouTube: Linguagens, Desafios e Potencialidades no Jornalismo Digital Comunitário”, aborda a inserção do jornalismo nas plataformas digitais, com ênfase no YouTube, analisando como este ambiente tem sido apropriado tanto por veículos tradicionais quanto por iniciativas comunitárias e independentes.

São discutidas as linguagens adotadas, a adaptação dos formatos tradicionais para o ambiente digital, os desafios relacionados à desinformação e às fake news,

bem como as potencialidades que o YouTube oferece para a democratização da comunicação e para a construção de narrativas hiperlocais, como no caso do projeto Fala Povo.

Apesar de estar geograficamente situada dentro dos limites da capital, a comunidade permanece social e simbolicamente distante das políticas públicas, das pautas da mídia convencional e do acesso pleno à comunicação digital.

O projeto teve como motivação a própria relação pessoal da autora com a comunidade: o Povoado Bela Vista é o lugar onde cresceu e onde sua família ainda reside. A proposta do jornal digital, portanto, nasce não apenas de uma inquietação acadêmica, mas do desejo de retribuir à comunidade, por meio do jornalismo, parte do conhecimento adquirido durante a formação universitária.

Buscou-se compreender de que forma o jornalismo digital comunitário pode contribuir para a visibilidade e valorização das demandas sociais do povoado, a partir da atuação direta dos moradores na produção e difusão de conteúdos jornalísticos.

O trabalho se materializou por meio do canal no YouTube Fala Povo – Bela Vista, onde foram publicadas matérias em vídeo elaboradas com a participação ativa da comunidade, utilizando recursos simples e acessíveis.

Assim, esse estudo é pela necessidade de ampliar os debates sobre comunicação comunitária em contextos rurais e pela urgência de pensar modelos de jornalismo mais democráticos, horizontais e conectados com as realidades locais.

Ao reconhecer a potência comunicativa existente nas margens — geográficas, sociais e midiáticas — essa pesquisa se propõe a valorizar a escuta, a participação e a identidade como fundamentos para uma comunicação mais inclusiva e transformadora.

1. COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA: CONCEITOS E PERCURSO HISTÓRICO

Compreender a comunicação comunitária é saber, inicialmente, o conceito de comunidade. De modo geral, comunidade é um agrupamento humano que compartilha elementos em comum, como valores, tradições, espaço geográfico, condições econômicas e relações afetivas (Peruzzo, 2006). A comunidade não é apenas uma delimitação territorial, mas também simbólica e cultural, em que os indivíduos se reconhecem mutuamente e compartilham experiências cotidianas. Trata-se de um grupo social unido por laços de convivência, reconhecimento e identidade, segundo Peruzzo.

A autora Cecília Peruzzo (2006) lembra ainda que o conceito de comunidade está em constante transformação. Contudo, amplamente, envolve uma vida em comum baseada em coesão social, participação ativa, sentimento de pertencimento e identidade compartilhada. Esses são um dos elementos fundamentais para compreender os processos comunicacionais desenvolvidos dentro de comunidades.

Já a comunicação comunitária é um processo realizado por e para a própria comunidade, com objetivos que vão além da informação: promovem a educação, a participação cidadã e a expressão cultural dos grupos sociais que muitas vezes são excluídos dos meios hegemônicos de comunicação.

A comunicação comunitária se caracteriza por processos baseados em princípios públicos, como a participação ativa da população, propriedade coletiva dos meios e difusão de conteúdos voltados à cidadania. [...] Trata-se não apenas do direito do cidadão à informação, enquanto receptor – tão presente quando se fala em grande mídia –, mas do direito ao acesso aos meios de comunicação na condição de emissor e difusor de conteúdos. E a participação ativa do cidadão, como protagonista da gestão e da emissão de conteúdos, propicia a constituição de processos educacionais, contribuindo, dessa forma, para o desenvolvimento do exercício da cidadania. (PERUZZO, 2006, p. 10)

Historicamente, a comunicação popular ou comunitária no Brasil ganhou força a partir dos movimentos sociais das décadas de 1970 e 1980. Como movimentos de oposição aos regimes militares, movimentos populares como os de base cristãos, movimentos sindicais e trabalhistas, e a ascensão de movimentos sociais urbanos, como forma de expressão das classes populares e instrumento de luta por direitos sociais.

A autora ressalta ainda que a comunicação comunitária implica, além de tudo, reconhecer o papel educativo da comunicação, tanto no conteúdo quanto no processo. Ou seja, está associada ao direito, compreendido não apenas como direito à informação, mas como o direito de produzir e difundir conteúdo, de ter acesso aos meios e de ser protagonista da comunicação.

Com o avanço das tecnologias digitais, surgem novos espaços e ferramentas para o envolvimento dos moradores na criação e divulgação de seus conteúdos. Nesse contexto, a plataforma digital YouTube, por exemplo, oferece meios acessíveis e didáticos, com vídeos, para que comunidades possam se expressar e circular suas narrativas.

Suzana Barbosa (2007), ao discutir o jornalismo digital de terceira geração, afirma que estamos diante de um modelo comunicacional caracterizado pela participação ativa do usuário. Segundo a autora, "a internet possibilita a existência de projetos de comunicação alternativos e colaborativos, com baixa dependência de recursos financeiros, o que favorece as iniciativas comunitárias" (BARBOSA, 2007).

Essas transformações indicam que a comunicação comunitária está se adaptando à lógica digital, ampliando suas formas de atuação sem perder o compromisso com a regionalidade para participação local e a transformação social. Isso também se reflete no jornalismo hiperlocal, que, segundo Rocha (2015), tem como foco a cobertura de eventos e temas de interesse específico de comunidades, muitas vezes ignoradas pelos grandes meios de comunicação.

"Investir no hiperlocalismo é ter a responsabilidade de orientar melhor a comunidade, gerar notícias originais (e/ou inéditas), ampliar a participação do público, promover a aproximação entre veículo-audiência e ajudar no alargamento da pluralidade da informação." (ROCHA, 2015, p. 57)

O jornal digital se torna uma ferramenta poderosa para conectar a comunidade rural, fornecendo notícias locais, informações relevantes e promovendo a participação dos moradores. Novamente Suzana Barbosa ressalta as vantagens do webjornalismo, principalmente, aliado à comunicação em áreas rurais de forma participativa e colaborativa.

A interactividade e a possibilidade feedback por parte do público permitem um apuramento da informação, e no conjunto os profissionais dispõem de um meio mais plástico e adequado a novas formas de expressão criativa. A linkagem, mas também a inexauribilidade do espaço disponível possibilitam a oferta de material informativo com a profundidade que se desejar, porque alheia a constrangimentos de espaço físico. Além disso, o espaço de penetração de uma notícia alarga-se consideravelmente, pois a web – onde não o impedem razões económicas (info-exclusão nos países em desenvolvimento) ou políticas (caso da China) – é um meio de acesso universal.” (BARBOSA, 2007, p. 88)

Dessa forma, compreende-se que a comunicação comunitária é uma prática em constante transformação, articulada à história dos movimentos populares, mas aberta às novas possibilidades tecnológicas. Seu sentido profundo permanece: comunicar para incluir, dar voz e construir cidadania a partir do cotidiano das comunidades.

Figura 01: Segundo encontro com a comunidade durante a cobertura de um evento beneficente no dia 06/04/2025



1.1 Comunicação comunitária a partir dos anos 2020: contexto das áreas rurais

As profundas transformações ocorridas no mundo rural nos últimos 30 anos exigiram dos produtores uma adaptação a uma nova realidade em que a produção de subsistência cedeu lugar a complexos sistemas agroindustriais e as fronteiras entre o rural e o urbano se diluíram, cada vez mais frágeis e fragmentados. O conhecimento deixou de ser um privilégio e passou a ser um fator de desenvolvimento agrícola.

A década de 1990 marcou o advento da chamada sociedade da informação e do conhecimento, que propiciou a massiva disseminação de novas informações e distâncias de comunicação, tornando o mundo uma verdadeira “aldeia global”, como previu McLuhan (1964); por outro lado, o risco de exclusão nunca antes compreendido (CASTELLS, 1999). No mesmo período, a agricultura assumiu um caráter comercial e a gestão do comércio agrícola passou a exigir cada vez mais, informações sistemáticas para o sucesso e a manutenção da atividade.

Na era analógica, a comunicação em comunidades rurais era amplamente baseada em meios tradicionais, como jornais impressos, rádio e televisão. Jornais locais desempenham um papel crucial na disseminação de informações relevantes para a comunidade rural. Além disso, a rádio também foi uma forma de comunicação amplamente utilizada nessas comunidades.

Vários autores destacam que a inovação proporcionada pela internet é ainda maior do que o impacto provocado pela televisão analógica nesse contexto.

Se compararmos com a revolução trazida pela televisão, veremos que o poder da internet é muito maior: enquanto a TV possibilita uma comunicação de via única, a internet oferece duas vias, o que permite a interação e a integração em rede das comunidades que dela participam. Isto traz uma possibilidade enorme de desenvolvimento. De aumento de cidadania. De evolução social. (VECCHIATTI, 2006, p. 45)

A partir do ano de 2020, a comunicação comunitária no Brasil passou a incorporar de forma mais intensa as tecnologias digitais, com destaque para o uso crescente das redes sociais, aplicativos de mensagens e plataformas de vídeo sob demanda. O contexto de pandemia da COVID-19, a partir de 2020, acelerou a digitalização de várias práticas sociais e contribuiu para uma maior inserção das comunidades em ambientes virtuais, ainda que de forma desigual.

Para Peruzzo (2006), o uso das tecnologias de informação e comunicação (TICs) pelas comunidades populares deve ser pensado como uma estratégia de resistência e fortalecimento da cidadania. Segundo Vieiro e Silveira (2011), a apropriação das TICs no meio rural brasileiro ocorre de forma gradual e desigual, mas tende a fortalecer a autonomia dos sujeitos e a valorizar os saberes locais.

Os dados analisados permitem sustentar que o crescimento da telefonia celular é um forte indicador de apropriação das TICs, tanto para uso doméstico quanto para as atividades produtivas. Junto a ela, surge a possibilidade de acesso à rede mundial de computadores, ainda que em escala modesta no momento atual. (VIEIRO; SILVEIRA, 2011, p. 262)

Esses avanços tecnológicos permitem uma reconfiguração das práticas comunicacionais nas comunidades, com maior protagonismo local, interação com outros territórios e fortalecimento da identidade coletiva. Mesmo em contextos de baixo acesso à internet, como é o caso de muitas regiões rurais, o uso de smartphones e a produção de conteúdo audiovisual têm se tornado formas eficazes de comunicação e organização comunitária.

Ao adotar o jornalismo digital como uma ferramenta de inclusão social em áreas rurais, é possível superar algumas das barreiras existentes, como a falta de acesso à informação e a distância geográfica. Conforme apontado por Canavilhas (2009), o jornalismo digital pode ser um meio para ultrapassar as limitações do meio rural, ajudando a dinamizar a vida dessas comunidades.

1.2 - Estruturas narrativas do jornalismo na comunicação comunitária

A comunicação comunitária, ao se apropriar dos meios digitais, também incorpora estruturas narrativas inspiradas no jornalismo tradicional, especialmente os formatos do telejornalismo e do radiojornalismo. Tais elementos estruturais têm por objetivo conferir credibilidade e inteligibilidade ao conteúdo produzido, aproximando a comunicação comunitária das práticas reconhecidas pelo público, sem, no entanto, perder sua identidade própria.

Como destaca Nilson Lage (2011), a estrutura da notícia segue uma lógica que prioriza a clareza, a relevância e a organização coerente das informações, o que também pode ser aplicado à produção jornalística de base comunitária.

Além disso, observa-se a influência do radiojornalismo na formação das narrativas comunitárias, sobretudo no ritmo das falas, na dicção clara e no uso de expressões regionais. A oralidade, traço marcante da comunicação em contextos rurais, é intensificada e valorizada, conferindo autenticidade aos relatos e fortalecendo os vínculos com o público local.

Assim, a hibridização entre as estruturas narrativas do jornalismo convencional e as práticas comunicacionais populares resulta em produtos audiovisuais que combinam informação, identidade e pertencimento, caracterizando uma comunicação comunitária contemporânea, criativa e conectada com seu tempo.

Além da adaptação das estruturas narrativas do jornalismo tradicional, é importante compreender que as transformações nas práticas comunicacionais comunitárias estão profundamente associadas à apropriação das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) no meio rural.

Segundo Viero e Silveira (2011), a inserção das TICs nas comunidades rurais não ocorre de maneira linear ou homogênea, mas sim como um processo que reflete as condições socioeconômicas, culturais e educacionais de cada território.

Os autores destacam que, embora o acesso à internet e às ferramentas digitais no meio rural tenha crescido, persistem desafios relacionados à infraestrutura, à capacitação digital e à produção de conteúdos que realmente atendam às necessidades e interesses das populações locais. Essa realidade impacta diretamente nas formas de produção e circulação de narrativas comunitárias, que, muitas vezes, precisam mesclar a oralidade tradicional, característica das comunidades rurais, com os modelos estruturados do telejornalismo e do rádio.

Viero e Silveira (2011) também apontam que a apropriação das TICs no meio rural não se limita ao uso técnico dos dispositivos, mas envolve um processo de ressignificação cultural, no qual as comunidades passam a inserir suas próprias práticas comunicacionais nas lógicas das plataformas digitais.

Este conceito trata de estabelecer uma relação explícita e permanente entre a realidade em que vive o produtor e a da utilização da tecnologia e da técnica. É essencial que o produtor tenha consciência dos recursos de que dispõe e saiba conciliar o uso da internet com outras tecnologias mais tradicionais, tendo em mente com que recursos, em que momento, a cargo de quem, para quem e para que pode ou deve fazer uso de determinada tecnologia. (VIEIRO;SILVEIRA, 2011, p. 274)

Esse fenômeno é claramente observado no projeto Fala Povo, no qual os moradores não apenas reproduzem as linguagens do jornalismo tradicional, mas também incorporam elementos da cultura local, como expressões regionais, modos de falar e referências simbólicas próprias do povoado.

Desse modo, a comunicação comunitária contemporânea, especialmente em ambientes rurais, se constroi a partir de uma combinação entre estruturas narrativas convencionais e práticas comunicativas locais, possibilitada pela apropriação crítica das tecnologias digitais.

Exemplos de projetos de jornalismo digital em áreas rurais incluem o "Observatório do Nordeste", criado pela Universidade Federal da Paraíba em parceria com a Universidade do Texas em Austin. O projeto tem como objetivo produzir reportagens e análises sobre temas relevantes para a região Nordeste, como a seca e a violência rural. Outro exemplo é o "Fala Roça", projeto que busca dar voz aos agricultores familiares do Vale do Ribeira, em São Paulo, por meio de reportagens em formato de áudio.

Esses projetos evidenciam o potencial do jornalismo digital como ferramenta de inclusão social em áreas rurais. Além disso, esse cenário reforça que, mais do que replicar modelos, as comunidades constroem linguagens próprias, que dialogam com as plataformas digitais sem perder sua identidade.

1.3 - Contexto da comunicação no Povoado Bela Vista: práticas de informação na comunidade

No caso do Povoado Bela Vista, até o ano de 2020 apenas algumas poucas famílias possuíam acesso à internet fixa em casa, por meio de redes banda larga e Wi-Fi. Após os períodos de isolamento social impostos pela pandemia, houve um aumento significativo na busca por conectividade. Atualmente, cerca de 70%³ das residências da comunidade contam com algum tipo de acesso à internet doméstica, o que representa um avanço importante no processo de inclusão digital local.

Nesse período, observa-se o fortalecimento de iniciativas locais que se apropriam das ferramentas digitais para produzir e compartilhar informações de interesse da comunidade. No caso do projeto "Fala Povo – Bela Vista", a utilização do YouTube como plataforma de divulgação se mostrou eficaz para aproximar a

³ Informação obtida pela autora, a partir de observação direta e conversas informais com moradores do Povoado Bela Vista, durante o desenvolvimento do projeto de jornalismo comunitário, no período de março a maio de 2025.

população rural dos recursos do jornalismo digital, ao mesmo tempo em que respeita as especificidades da comunicação oral e tradicional presente na comunidade.

Na comunidade objeto de pesquisa da autora, a comunicação se baseia na oralidade e consumo da mídia hegemônica. Os anúncios de reuniões da Associação de Moradores do local são feitos através de um representante que bate de porta em porta das famílias avisando o maior número de pessoas com a informação. O noticiário local transmitido em grande parte do Piauí transmite diariamente matérias sobre a capital onde a comunidade está localizada.

No Povoado Bela Vista, objeto desta pesquisa, a comunicação cotidiana ainda é fortemente marcada pela oralidade e pelo consumo de conteúdos da mídia hegemônica. As práticas comunicacionais locais revelam um sistema de circulação de informações baseado na oralidade, característica comum em contextos rurais onde os meios digitais ainda não são amplamente acessíveis ou apropriados pela população.

Um exemplo dessa dinâmica ocorre nos comunicados da Associação de Moradores, cujas convocações para reuniões e eventos são realizadas por meio de um representante que percorre as residências do povoado, repassando, de forma presencial, as informações a cada família. Trata-se de um modelo tradicional de comunicação comunitária, que evidencia também a carência de meios alternativos de divulgação local.

Por outro lado, a maior parte da população consome diariamente os noticiários veiculados pelos grandes meios de comunicação do estado do Piauí, especialmente os telejornais que cobrem os acontecimentos da capital, Teresina. Ainda que a comunidade esteja geograficamente situada dentro da capital, sua realidade rural, cultural e social permanece à margem da cobertura midiática.

2. JORNALISMO NO YOUTUBE: LINGUAGENS, DESAFIOS E POTENCIALIDADES NO JORNALISMO DIGITAL COMUNITÁRIO

A rede social YouTube, lançada em 2005, se consolidou como uma das maiores plataformas de compartilhamento de vídeos no mundo, funcionando tanto como repositório de mídia quanto como uma poderosa ferramenta de comunicação e informação. No campo jornalístico, a plataforma passou a ser utilizada por veículos tradicionais, jornalistas independentes e projetos comunitários, que encontraram no ambiente digital uma oportunidade de democratizar a produção e circulação de notícias.

Segundo Burgess e Green (2009), o YouTube surgiu como um espaço voltado para vídeos amadores, mas rapidamente se tornou um ambiente híbrido, onde convivem tanto produtores independentes quanto grandes empresas de mídia. Para os autores, a plataforma “representa uma ruptura com os modelos de negócio da mídia tradicional” e “emerge como um novo ambiente de poder midiático” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 35).

O jornalismo no YouTube combina elementos dos formatos tradicionais — como o telejornalismo e o radiojornalismo — com linguagens digitais mais dinâmicas, interativas e participativas. Ana Cristina Oliveira Lobo (2020) observa que:

Portais e sites jornalísticos buscam novos formatos. Entretanto, esses vídeos não podem ter as mesmas características das reportagens jornalísticas exibidas em telejornais, o digital é um ambiente diferente e os números da audiência consumindo vídeos em telas pequenas de tablets ou celulares aumenta exponencialmente. (LOBO, 2020, p. 14)

Esse modelo de produção jornalística valoriza aspectos como a personalização do conteúdo, a presença constante do apresentador na tela e a construção de uma relação mais próxima e horizontal com a audiência. Para Silvia Salek, diretora da BBC News Brasil, “as pessoas não confiam necessariamente em instituições, elas confiam em pessoas. Por trás daquele trabalho, quem está? Então, a cara do apresentador ganhou um valor diferente” (SALEK apud LOBO, 2020, p. 112).

O uso do YouTube no jornalismo também está fortemente ligado às dinâmicas das redes sociais. Esses canais transformaram o jornalismo, promovendo um ambiente mais colaborativo e participativo. O impacto do YouTube no jornalismo se

dá justamente pela possibilidade de produção e compartilhamento de informações de forma instantânea e interativa.

Segundo uma pesquisa de Gian Fachini, Phillipp Gripp e Marco Bonito (2011), o YouTube é a maior rede social de vídeos do mundo.

A imagem construída colaborativamente é o que fizemos quando gravamos vídeos de eventos, acidentes, fatos interessantes e logo após disponibilizamos eles no Youtube, esse material estará acessível – desde que você ao colocar ele no Youtube selecione a opção de torná-lo público – para que tanto pessoas comuns como jornalistas possam assistir, os últimos também podem utilizá-los como auxílio para a produção jornalística. Há também a possibilidade de qualquer um publicar um ponto de vista sobre uma tragédia, desde o material profissional da televisão até uma filmagem amadora, e esses pontos de vista podem dividir o mesmo espaço, abre-se, assim, um leque muito grande de caminhos para o próprio interlocutor construir a sua própria experiência sobre determinado tema a partir do caminho que ele mesmo escolher seguir. Isso constroi o jornalismo colaborativo. (Fachin; Gripp e Bonito, 2011, p. 11)

Burgess e Green (2009) ainda destacam que o sucesso da plataforma está diretamente ligado à possibilidade de apropriação dos conteúdos pelos usuários, que podem compartilhar, comentar, mixar e distribuir vídeos em diversos ambientes digitais, como blogs, sites e outras redes sociais. Isso cria uma dinâmica em que o público não é apenas receptor, mas também agente ativo na circulação das informações.

No contexto da comunicação comunitária, como no projeto Fala Povo – Bela Vista, o YouTube se apresenta como uma ferramenta fundamental para dar visibilidade às pautas locais e fortalecer o protagonismo dos moradores.

Analisando pela lógica da convergência, como defendem Jenkins, Green e Ford (2014), se observa que os conteúdos circulam em múltiplas plataformas, reforçando a interação entre produtores e audiência. Beatriz Becker (2012) em seu trabalho “Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais” afirma que a centralidade da comunicação digital é caracterizada pela expressiva participação das audiências, pela transmidialidade e pela hibridização das linguagens.

Portanto, o jornalismo no YouTube representa uma síntese entre os modelos narrativos tradicionais e as possibilidades oferecidas pela cultura digital.

Quando dizemos que nossa cultura está em processo de se tornar mais participativa, falamos em termos relativos, ou seja, participativa em relação aos sistemas mais antigos de comunicação de massa, e não em termos absolutos. Não vivemos, e talvez nunca vivamos, em uma sociedade em que cada membro seja capaz de participar plenamente, em que a mais baixa das classes tenha a mesma capacidade comunicativa que as elites mais poderosas. Na medida em que a participação dentro dos públicos ligados em rede se torna uma fonte de poder discursivo e persuasivo, e na medida em que as capacidades de participar significativamente on-line estão vinculadas às oportunidades econômicas e educacionais, a luta pelo direito à participação está vinculada às questões fundamentais de igualdade e justiça social. (JENKINS, 2015, p. 333)

No âmbito comunitário, essa prática se configura não apenas como uma forma de informação, mas também como uma estratégia de fortalecimento da cidadania, da cultura local e da autonomia comunicacional das comunidades.

A popularização do YouTube como plataforma de informação também está diretamente ligada à mudança nos hábitos de consumo de notícias. Fachini, Gripp e Bonito (2011) afirmam que, na sociedade contemporânea, a busca por agilidade, praticidade e interatividade levou o público a priorizar meios digitais.

Deste modo, nas plataformas digitais o conteúdo audiovisual ganha destaque pela facilidade de acesso e compartilhamento. Eles reforçam que o vídeo online tornou-se uma poderosa ferramenta de construção da informação e de mobilização social.

No site são disponibilizados espaços para postar comentários, os visitantes podem discutir e complementar o vídeo e os comentários feitos pelos outros usuários, formando assim um conhecimento coletivo cada internauta tem a liberdade de assistir e absorver apenas as informações que satisfazem seu interesse, de acordo com seus próprios critérios e vontades. (FACHINI; GRIPP; BONITO, 2011, p. 11)

Essa dinâmica dialoga diretamente com as práticas do jornalismo comunitário, especialmente em territórios como o Povoado Bela Vista. Na ausência de cobertura jornalística constante por parte da mídia tradicional, o canal Fala Povo – Bela Vista surge como alternativa para preencher esse vazio informacional. Ao se apropriar das ferramentas digitais e da lógica narrativa do YouTube, o projeto possibilita que os próprios moradores produzam conteúdos sobre sua realidade, seus eventos, suas conquistas e também suas demandas.

Figura 02: Canal Fala Povo - Bela Vista acessado em 08/06/2025



Conforme os autores Burgess e Green (2009), em seu estudo “YouTube e a Revolução Digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa”, os usuários do YouTube estão profundamente envolvidos na criação de significados e na circulação cultural, o que o diferencia dos meios de comunicação tradicionais, baseados em modelos unidirecionais.

No jornalismo praticado no YouTube, observa-se uma mescla entre a linguagem audiovisual do telejornalismo — com suas reportagens, entrevistas e narrações — e a linguagem informal das redes sociais, que prioriza a espontaneidade, o olhar subjetivo e a conexão direta com o público.

No início, o YouTube era percebido como uma plataforma de distribuição de vídeos produzidos por usuários, a maior parte deles leigos, mas logo começaram a surgir os profissionais, entre eles jornalistas, buscando um novo espaço de expressão, mais livre por ser um canal direto com o público. Hoje, os usuários do YouTube são formados por um grupo diverso que inclui amadores, instituições e pequenas empresas que usam a plataforma como meio mais barato de divulgação, e também grandes conglomerados de mídia como a BBC. (LOBO, 2020 p. 27)

Outro aspecto relevante está na lógica algorítmica da plataforma, que influencia diretamente na distribuição dos conteúdos. De acordo com Burgess e Green (2009), os algoritmos do YouTube priorizam vídeos que geram maior engajamento — curtidas, comentários, tempo de visualização —, o que impacta diretamente na visibilidade dos conteúdos jornalísticos, sejam eles produzidos por grandes veículos ou por iniciativas comunitárias.

Esse cenário apresenta tanto oportunidades quanto desafios. Por um lado, permite que comunidades como o Povoado Bela Vista possam se inserir no ecossistema digital e se fazer ouvir. Por outro, exige que os produtores locais aprendam a lidar com as regras invisíveis da plataforma — títulos atrativos, mini capas chamativas e estratégias de engajamento — para garantir que seus vídeos alcancem mais pessoas.

Nesse sentido, o jornalismo no YouTube também se caracteriza por sua flexibilidade narrativa. Na pesquisa de Becker (2012), ela destaca que os conteúdos audiovisuais digitais incorporam características da transmidialidade, da interação e da personalização; fundamentais para dialogar com as audiências contemporâneas.

Essa abordagem permite que projetos como o Fala Povo – Bela Vista não apenas informem, mas também construam identidades, reforcem laços comunitários e estimulem a participação social.

Portanto, compreender o jornalismo no YouTube exige olhar não apenas para os aspectos técnicos e narrativos, mas também para as dinâmicas culturais, sociais e econômicas que atravessam a produção e circulação da informação na plataforma. No caso específico da comunicação comunitária, o uso do YouTube se torna uma estratégia poderosa de resistência e de afirmação das vozes locais, contribuindo para a construção de uma mídia mais democrática, diversa e plural.

2.1 – Desafios da comunicação: Fakenews e Deepfakes

Com o advento da ampliação de possibilidades de produção e circulação de informações pelo YouTube, a rede social também se tornou um ambiente propício para a disseminação de desinformação.

Assim como as outras, essa rede permite que qualquer usuário publique conteúdo sem passar por processos rigorosos de verificação, o que abriu espaço para a propagação de fake news, teorias conspiratórias e, mais recentemente, deepfakes — vídeos manipulados por inteligência artificial que podem distorcer falas, imagens e informações, criando conteúdos falsos com aparência de veracidade.

Burgess e Green (2009) já alertavam que o caráter aberto e participativo da plataforma, embora positivo sob muitos aspectos, também carrega o risco da circulação de conteúdos enganosos, justamente pela ausência de filtros institucionais que, na mídia tradicional, operam como barreiras mínimas de checagem e credibilidade.

A motivação comercial por trás do site e a febre pelo YouTube criaram a possibilidade de participação na cultura do vídeo on-line para uma parcela muito maior de participantes do que era possível antes. Essa noção permite que nos preocupemos menos com a falsa oposição entre cultura comercial e não comercial, para nos concentrar nas tensões que surgem quando as lógicas corporativas têm de enfrentar as características rebeldes que surgem a partir da cultura participativa, e as limitações do modelo de negócio do YouTube em relação à diversidade cultural e à comunicação global. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 106)

Esse cenário é agravado pela lógica dos algoritmos, que tendem a priorizar conteúdos que geram maior engajamento — nem sempre os mais verdadeiros, mas os mais polêmicos ou sensacionalistas.

Além disso, essa realidade impõe desafios especialmente sérios para o jornalismo praticado no YouTube e para os projetos de comunicação comunitária. A credibilidade do conteúdo torna-se um elemento central, exigindo dos produtores locais — como no caso do Fala Povo — o compromisso com a checagem das informações, a transparência das fontes e o enfrentamento direto das narrativas falsas que, muitas vezes, também circulam nas próprias comunidades.

Portanto, embora o YouTube seja uma ferramenta potente de democratização da comunicação, ele também exige uma postura crítica e ética dos seus produtores e usuários, que precisam estar atentos aos riscos e impactos da desinformação no ambiente digital.

2.2 – Pluralidade e amplitude na produção de conteúdos

Em contrapartida, um dos maiores avanços proporcionados pelo YouTube e pelas plataformas digitais é o fortalecimento da democratização da comunicação. Ao permitir que qualquer pessoa com acesso à internet possa criar um canal, produzir e distribuir conteúdo.

O YouTube rompe com a lógica centralizada dos meios de comunicação tradicionais, como rádio e televisão, nos quais a produção de informação estava restrita a grandes empresas e grupos econômicos.

Esse fenômeno representa uma profunda descentralização da audiência, que não está mais concentrada apenas nas emissoras de TV ou nos grandes jornais, mas agora se distribui em milhares de canais independentes, comunitários, educativos, culturais e informativos, que atendem a nichos, territórios e comunidades específicas.

Tudo isso sugere que formas mais propagáveis de mídia cívica podem não apenas atingir adeptos imprevistos, mas também plantar sementes que podem se transformar em compromissos mais profundos ao longo do tempo. Apesar dos benefícios de tais estratégias, a facilidade com que tal conteúdo se espalha e é reformatado levanta sérias preocupações. (JENKINS, 2015, p. 468)

Como explicam Fachini, Gripp e Bonito (2011), as redes sociais potencializaram um modelo de comunicação horizontal, no qual os usuários deixam de ser apenas receptores para se tornarem produtores ativos de conteúdo.

Essa lógica favorece diretamente iniciativas como o canal Fala Povo – Bela Vista, que nasce da própria comunidade para falar das suas pautas, da sua cultura, dos seus problemas e das suas conquistas. A pluralidade na produção de conteúdos significa que mais vozes podem ser ouvidas, mais olhares podem ser compartilhados, e as narrativas locais ganham espaço no ambiente digital.

Além disso, a possibilidade de questionar, opinar e denunciar torna-se mais acessível e poderosa. A comunidade passa a ter, não apenas um espaço de fala, mas um instrumento de mobilização social, fortalecimento da identidade local e construção coletiva de saberes.

A tecnicidade midiática acrescentou à formação das identidades culturais as migrações, as redes, os fluxos, a instantaneidade e a fluidez, criando novos campos de mudança, que devem ser compreendidos para que se vislumbre como se processam e que efeitos provocam em alguns pontos da sociedade atual, e, principalmente, na reorganização dos saberes desde os fluxos e redes, pelos quais se mobilizam não só a informação, mas a produção do conhecimento. (BACCIN, 2012, p.23)

Portanto, embora o ambiente digital traga desafios, também oferece um terreno fértil para a construção de uma comunicação mais democrática, inclusiva e plural, na

qual as comunidades podem se reconhecer, se fortalecer e se projetar para além dos seus limites territoriais.

3. METODOLOGIA

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa de campo do tipo participativa, fundamentada nos princípios da comunicação comunitária e da pesquisa social aplicada. A pesquisa participativa, segundo Brandão (1981), é um processo que integra os sujeitos envolvidos no fenômeno pesquisado, não apenas como objetos de estudo, mas como atores ativos na construção do conhecimento e na transformação da realidade.

A ideia de que a ciência nunca é neutra e nem objetiva, sobretudo quando pretende erigir-se como uma prática objetiva e neutra. A consequência deste ponto de partida da pesquisa participante é o de que a confiabilidade de uma ciência não está tanto no rigor positivo de seu pensamento, mas na contribuição de sua prática na procura coletiva de conhecimentos que tornem o ser humano não apenas mais instruído e mais sábio, mas igualmente mais justo, livre, crítico, criativo, participativo, co-responsável e solidário. Toda a ciência social de um modo ou de outro deveria servir a política emancipatória e deveria participar da criação de éticas fundadoras de princípios de justiça social e de fraternidade humana. (BRANDÃO, 1981, p.4)

Nesse modelo, o pesquisador não se limita à observação, mas se insere no contexto, atuando conjuntamente com os participantes e intervindo diretamente nos processos sociais observados.

A escolha por esse método se justifica pela própria natureza do projeto, que envolve a implementação de um canal de jornalismo digital comunitário no Povoado Bela Vista, com a participação efetiva dos moradores na produção de conteúdos, definição de pautas e circulação das informações.

Portanto, a metodologia adotada busca tanto compreender as práticas comunicacionais da comunidade quanto propor estratégias que contribuam para fortalecer os processos locais de comunicação.

De acordo com Paulo Freire, na prática da comunicação dialógica, a construção do conhecimento ocorre de maneira coletiva e horizontal, diferente do modelo vertical, que ele critica no conceito de extensão. “O conhecimento exige uma presença curiosa do sujeito em face do mundo. Requer sua ação transformadora sobre a realidade. Demanda uma busca constante. Implica invenção e reinvenção” (FREIRE, 1983, p. 52).

Esse pensamento fundamenta a proposta metodológica deste trabalho, no qual a pesquisadora atua tanto na escuta ativa e na observação do contexto, quanto na intervenção, propondo e implantando processos de comunicação comunitária. A criação do canal Fala Povo – Bela Vista, no YouTube, surge como uma ferramenta de mediação, que busca romper com o modelo tradicional de comunicação de massa — muitas vezes verticalizado — e proporcionar um ambiente digital de expressão local, no qual os próprios moradores possam ser sujeitos da informação.

Ao longo da pesquisa, a autora atuou simultaneamente em dois papéis complementares: como pesquisadora-observadora, realizando a escuta ativa da comunidade, acompanhando suas dinâmicas comunicacionais e analisando os desafios e potencialidades do território; e como agente interventora, responsável pela proposição e execução do projeto de comunicação — criação do canal —, capacitação dos moradores, desenvolvimento das pautas e acompanhamento da produção e divulgação dos conteúdos.

A construção metodológica foi sustentada por encontros presenciais, reuniões quinzenais, acompanhamento remoto via WhatsApp, além da realização de atividades práticas como gravação de vídeos, edição de conteúdos e publicação no canal. A participação da comunidade foi essencial tanto na identificação das pautas prioritárias — como infraestrutura, segurança, cotidiano e projetos sociais — quanto na colaboração direta na produção dos materiais audiovisuais.

Por se tratar de uma pesquisa de campo participativa, a metodologia também esteve aberta a adaptações ao longo do processo, respeitando o tempo, as condições e os interesses dos moradores, bem como as especificidades da cultura local, da oralidade e das rotinas de trabalho no campo.

O referencial teórico de Paulo Freire sustenta esse modelo de atuação, especialmente quando defende que o processo de comunicação deve ser um ato dialógico, horizontal e libertador. Como afirma Freire (1983), ninguém educa ninguém, ninguém educa a si mesmo, os homens se educam entre si, mediatizados pelo mundo. Aplicado à comunicação comunitária, esse princípio reforça que o processo comunicacional deve ser construído em conjunto, considerando os saberes, as vivências e as demandas dos sujeitos envolvidos.

Por fim, a metodologia não se limitou a observar, mas buscou estimular a reflexão crítica e o protagonismo dos moradores, possibilitando que eles se reconhecessem como sujeitos ativos na construção e na circulação de informações de interesse coletivo. Ao final, mais do que um estudo acadêmico, o projeto resultou em um processo formativo, tanto para a pesquisadora quanto para a comunidade, demonstrando que a comunicação pode e deve ser uma ferramenta de fortalecimento social e cultural.

Figura 03: Terceiro encontro com a comunidade no dia 04/05/2025



3.1 Fase de planejamento: fortalecimento dos vínculos locais e a construção coletiva

O planejamento do projeto Fala Povo – Bela Vista foi estruturado com base em princípios da comunicação comunitária. Dessa forma, priorizando a participação dos moradores, o fortalecimento dos vínculos locais e a construção coletiva das pautas.

Considerando a realidade da comunidade — marcada por uma comunicação predominantemente oral e pela carência de veículos locais de informação —, o planejamento buscou construir estratégias que respeitassem a cultura local, ao mesmo tempo em que integrasse práticas do jornalismo digital.

A proposta central do projeto foi desenvolver um canal no YouTube, operado com a colaboração dos próprios moradores, visando à produção de conteúdos jornalísticos sobre temas de interesse da comunidade. Para isso, foi necessário organizar etapas bem definidas, incluindo pré-produção, produção e pós-produção, cada uma com objetivos específicos e metodologias próprias.

3.2 Pré-produção: mobilização dos moradores

A fase de pré-produção foi fundamental para compreender o contexto da comunidade e mobilizar os moradores para participarem ativamente do projeto. O primeiro passo consistiu na realização de reuniões com lideranças locais, familiares e membros da Associação de Moradores, a fim de apresentar a proposta e ouvir as expectativas da comunidade.

Foi identificada uma dificuldade inicial, visto que a Associação de Moradores estava inativa há cerca de um ano, o que refletia um certo distanciamento coletivo. A primeira reunião, realizada em 23 de março de 2025, contou com representantes de aproximadamente sete famílias, que, mesmo em número reduzido, contribuíram ativamente com sugestões de pautas e se comprometeram a colaborar com o envio de conteúdos.

Nesse período, também foi realizada a criação da identidade visual do projeto, inspirada em um grupo de WhatsApp criado pela autora, e outros integrantes de um grupo de trabalho do curso, em 2022, durante a disciplina de Jornalismo Comunitário, onde o Povoado Bela Vista já havia sido objeto de um trabalho acadêmico anterior.

Outro momento importante dessa etapa foi a organização das primeiras pautas, com definição dos temas prioritários, como infraestrutura, segurança, cotidiano e projetos sociais.

Também foram dadas orientações iniciais sobre como gravar vídeos, mesmo que grande parte dos moradores não tenha participado da reunião em que as técnicas foram apresentadas.

Figura 04: Primeira reunião com a comunidade no dia 23/04/2025



3.3 Produção: o envolvimento da comunidade

A fase de produção concentrou-se na execução prática do projeto dentro da comunidade. Esse momento incluiu:

- Coleta de Pautas: as sugestões surgiram tanto nas reuniões quanto espontaneamente por meio do grupo de WhatsApp e das conversas individuais com os moradores.

As principais demandas giraram em torno de melhorias na infraestrutura, questões de segurança, eventos comunitários e ações sociais.

- Gravação dos Vídeos: a gravação dos conteúdos foi realizada de maneira colaborativa. Alguns vídeos foram produzidos pela autora com o apoio de moradores presentes nos eventos.

Outros foram gravados diretamente pelos próprios moradores, que encaminharam os registros para a edição e publicação.

- Cobertura de Eventos: um dos momentos marcantes da produção foi a cobertura do jogo beneficente, realizado em 6 de abril.

Esse jogo mobilizou a comunidade em prol de arrecadar fundos para uma criança jogadora de futebol que iria disputar um amistoso na Bahia. Isso resultou em conteúdo para o canal.

- Acompanhamento Contínuo: as reuniões quinzenais permitiram ajustes no processo de produção, com entrada de novos participantes e reavaliação das pautas em desenvolvimento.

A característica mais marcante dessa fase foi a rotatividade dos colaboradores, já que, a cada reunião, surgiam moradores diferentes dispostos a colaborar, refletindo tanto o interesse quanto às limitações impostas pela rotina de trabalho no campo.

Figura 05: Grupo de mensagens criado em 2022 para uma outra intervenção com a comunidade



3.4 Pós-produção: recepção e repercussão na comunidade

Nesta fase, ocorreram as atividades relacionadas à finalização e à disponibilização dos conteúdos produzidos. Esse processo envolveu:

- Edição dos Vídeos: realizada pela autora, a edição inclui ajustes de áudio, cortes, inclusão de legendas, imagens de apoio e montagem das matérias no formato inspirado no telejornalismo, mas adaptado à linguagem da comunidade.
- Publicação no YouTube: os vídeos foram publicados no canal Fala Povo – Bela Vista, criado oficialmente no dia 1º de abril de 2025. A divulgação foi realizada majoritariamente pelo WhatsApp, meio mais acessível para os moradores, por meio do compartilhamento dos links.
- Repercussão na Comunidade: a resposta da comunidade foi bastante positiva. Embora tenha havido resistência inicial na participação ativa da produção, os moradores demonstraram interesse no consumo dos conteúdos. Muitos compartilharam os vídeos, divulgaram o canal e passaram a incentivar outros moradores a se envolverem no projeto.
- Feedback Coletivo: Na reunião de encerramento, realizada em 4 de maio, os participantes manifestaram satisfação com os resultados, destacando a importância do projeto tanto para informar quanto para fortalecer a mobilização local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do projeto Fala Povo – Bela Vista demonstrou que o uso do YouTube como ferramenta de comunicação comunitária é uma estratégia viável, eficiente e com grande potencial de fortalecimento da identidade local. Apesar dos desafios enfrentados, os resultados evidenciaram que a comunidade reconheceu a importância de possuir um meio próprio para informar, denunciar, valorizar sua cultura e compartilhar suas demandas.

O projeto contribuiu não apenas para a circulação de informações locais, mas também para a retomada das reuniões da Associação de Moradores, reforçando o senso de pertencimento e de coletividade. Além disso, permitiu que os moradores se percebessem como agentes ativos na construção da própria comunicação, entendendo que não precisam depender exclusivamente da mídia tradicional para tornar públicas suas pautas.

Os moradores passaram a compreender que são agentes ativos na construção da própria comunicação. O YouTube, nesse contexto, se afirma como um meio de comunicação acessível, democrático e descentralizado, no qual qualquer pessoa ou grupo, desde que tenha acesso básico à internet e a dispositivos de gravação, pode produzir conteúdo, narrar sua realidade e participar do ecossistema informacional contemporâneo.

Para comunidades como o Povoado Bela Vista, essa ferramenta se transforma em um canal não apenas de informação, mas de resistência, de visibilidade e de afirmação cultural.

A prática de produção de conteúdo revelou que a comunicação comunitária não é apenas sobre transmitir informações, mas sobre construir processos educativos, colaborativos e transformadores, nos quais a população deixa de ser mera espectadora para assumir o papel de protagonista de sua própria narrativa.

No desenvolvimento do projeto Fala Povo – Bela Vista, os moradores, além de se apropriarem das linguagens tradicionais do jornalismo, resignificaram esses formatos ao incorporar elementos característicos da cultura local. As expressões regionais, os modos de falar, as referências simbólicas e as práticas cotidianas do

povoado foram integrados à produção dos conteúdos, resultando em uma comunicação que reflete não apenas os princípios do jornalismo comunitário, mas também a identidade e o pertencimento dos sujeitos envolvidos.

Este trabalho também reafirma que o YouTube, quando utilizado com intencionalidade social, crítica e formativa, pode funcionar como um canal acessível e democrático para a comunicação comunitária. A descentralização da produção de conteúdo, antes concentrada nos grandes meios de comunicação, permite que territórios rurais como o Povoado Bela Vista possam ocupar espaços no ambiente digital, expressando sua cultura, suas demandas e suas realidades com autonomia e autenticidade.

Portanto, conclui-se que o jornalismo comunitário no ambiente digital, especialmente no YouTube, é uma prática possível, relevante e necessária para promover uma comunicação mais inclusiva, plural e alinhada aos interesses das populações que, frequentemente, permanecem fora das pautas da mídia convencional. Que esta experiência sirva de inspiração para outros territórios e que a comunicação continue sendo uma ponte entre o saber, o fazer e o transformar.

REFERÊNCIAS

BACCIN, Alciane Nolibos. **A construção do acontecimento jornalístico Geysa Arruda-Uniban**: do vídeo no YouTube à biografia. 2012.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital de terceira geração**. Covilhã: Labcom, 2007.

BORDENAVE, J. E. D. **O que é Comunicação Rural?**. São Paulo, Editora Brasiliense:1983.

BECKER, Beatriz. Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. **Matrizes**, v. 5, n. 2, p. 231-250, 2012.

BORDENAVE, J. E. D. **Comunicação Rural: discurso e prática**. In: XI Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, 1988.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **A pesquisa participante e a participação da pesquisa**: um olhar entre tempos e espaços a partir da América Latina. Pesquisa participante: a partilha do saber. Aparecida: Ideias e Letras, p. 21-54, 2006.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Fundamentos teóricos, orientações e procedimentos metodológicos para a construção de uma pedagogia de ATER**. Brasília: MDA/SAF, 2010.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: 7 características que diferenciam a Internet de outros meios. In: DUARTE, Jorge et al. (orgs.). **Jornalismo Online 2.0: Como sobreviver e prosperar**. Lisboa: LabCom, 2009. P. 49-64.

CASTELLS, M. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (Coleção A era da informação: economia sociedade e cultura, v. 1).

DREBES, Laila Mayara; DE VARGAS, Daiane Loreto. Nova roupagem e velhas agruras no uso das tecnologias de informação e comunicação na extensão rural contemporânea. **Emancipação**, v. 25, p. 1-19, 2025.

DUARTE, Ricardo; SOARES, Jeferson Boechat. Extensão rural e comunicação rural no Brasil: Notas históricas e desafios contemporâneos. **Revista de extensão e estudos rurais**, v. 1, n. 2, 2011.

FACHINI, Gian; GRIPP, Phillipp; BONITO, Marco. **O uso das redes sociais no jornalismo**. In: Comunicação apresentada no XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Londrina. 2011.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?**. Editora Paz e Terra, 2014.

GUSHIKEN, Yuji. Dialogismo: emergência do pensamento latino-americano em comunicação. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 3, n. 8, p. 73-91, 2006.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Aleph, 2015.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. São Paulo: Ática, 2011.

LOBO, Ana Cristina Oliveira. **Jornalismo em vídeo para jovens: o caso da BBC News Brasil no YouTube**. 2020.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

PERUZZO, Cicilia MK. **Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária**. In: Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação. 2006. p. 1-17.

ROCHA, Liana Vidigal. Mobilidade, convergência e hiperlocalismo no webjornalismo brasileiro. **Revista Interín**. Curitiba, v. 20, n. 2, p. 43-65, jul./dez. 2015. ISSN: 1980-5276.

ROCHA, Liana Vidigal. **Webjornalismo hiperlocal: proposta de linha do tempo dos veículos on-line do Tocantins**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2018.

SILVA, Nayra Grazielle; MEDEIROS, Liziany Müller. Comunicação rural: evolução x potencialidades. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental**, p. 121-128, 2015.

VIERO, Verônica Crestani; DA SILVEIRA, Ada Cristina Machado. Apropriação de tecnologias de informação e comunicação no meio rural brasileiro. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 28, n. 1, p. 257-277, 2011.

VECCHIATTI, C. J. M. **A revolução silenciosa**. In: COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil 2005. São Paulo, 2006. p. 45-48. Disponível em: <<http://www.cetic.br/tic/2005/indicadores-2005.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2023.