



A elaboração do projeto “Diário na Vila” e sua relação com o jornalismo comunitário¹

Josieli Araújo Rodrigues²

Gibran Luis Lachowski³

Faculdade Cenecista de Rondonópolis, MT

Resumo

Este artigo científico tem por objetivo analisar um projeto de um jornal local (“Diário na Vila”, do “Diário Regional”, Rondonópolis\MT) para saber se a iniciativa está fundamentada na conceituação de jornalismo comunitário. A análise das edições da citada iniciativa é feita a partir de quatro critérios (visão editorial, fontes de informação, temas e destinação de espaço). Como base teórica utiliza-se Peruzzo (comunicação comunitária), Traquina e Dornelles (jornalismo comunitário) e Pereira Junior (edição jornalística).

Palavras-chave

Jornalismo comunitário, comunicação popular, interatividade.

Introdução

O Jornalismo Comunitário configura-se como uma das “modalidades” da prática jornalística que, gradualmente, pode se solidificar na academia enquanto linha de pesquisa. Tal avaliação leva em conta o farto material produzido pelos veículos de comunicação em nível nacional, portanto, passível de análise científica. Além disso, o jornalismo comunitário não corresponde a uma novidade se tomarmos por base discussões relativas à comunicação comunitária, comunicação popular, aos jornais de bairro, à imprensa alternativa, entre outros, estudados há décadas, com destaque para as pesquisas sobre comunicação feitas na América Latina a partir dos anos 70 (Berger, 2007).

Evidência empírica do potencial do jornalismo comunitário como área de interesse científico pode ser encontrada na matriz curricular do curso de Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) da Faculdade Cenecista de Rondonópolis (FACER). No segundo semestre de 2010 a instituição trouxe a disciplina Jornalismo Laboratório (com ênfase em Jornalismo Comunitário) e foi ministrada para estudantes do 6º semestre. Em linhas gerais, a referida disciplina busca fazer uma discussão conceitual sobre tal “modalidade jornalística” e estimular a análise de produtos midiáticos auto-proclamados comunitários. O interesse despertado pelo assunto desencadeou o início de um aprofundamento quanto ao tema. Resolveu-se, então, dar

¹ Trabalho apresentado no Intercom Junior – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-oeste realizado de 8 a 10 de junho de 2010.

² Estudante do 7º semestre de Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) da FACER, e-mail josielaraujo@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) da FACER, e-mail pro.gibranluis@gmail.com



uma definição mais apurada sobre o conceito de jornalismo comunitário, o que ocorreu ainda no segundo semestre de 2010. Em seguida definiu-se verificar no ambiente local se algum jornal diário (impresso) o praticava.

No percurso da pesquisa observou-se, ainda em 2010, que a cidade possui dois jornais diários (“A Tribuna” e “Diário Regional”) e que nenhum tinha declaradamente conteúdo noticioso de cunho comunitário. Em contato com a diretora do “Diário Regional”, Karoline Garcia, descobriu-se a perspectiva de que o veículo implantaria um projeto fundamentado na produção jornalística comunitária no primeiro semestre de 2011. Isso se concretizou no início de fevereiro com o lançamento do “Diário na Vila”, a ser detalhado à frente, neste artigo.

Levantamento bibliográfico

O objetivo desta etapa não foi o de alcançar exatidão conceitual quanto ao jornalismo comunitário, visto que esta precisão é, no mínimo, questionável quando o campo de estudo corresponde à comunicação. A intenção foi aproximar-se das discussões acerca do termo já mencionado, suas correlações com a profissão de jornalista e a postura diante do ambiente social. Diante disso, resolveu-se fazer um recorte do material bibliográfico pesquisado.

Peruzzo: comunicação comunitária – Entre os conceitos que antecedem a discussão sobre jornalismo comunitário está o de comunicação popular, como assinala a doutora em Ciências da Comunicação e ex-presidente da Intercom (1999-2002), Cicilia Maria Krohling Peruzzo. Para a autora (1998, p.115), a comunicação popular “é resultado de um processo, realizando-se na própria dinâmica dos movimentos populares, de acordo com suas necessidades. Nessa perspectiva, uma de suas características essenciais é a questão participativa voltada para a mudança social”. A pesquisadora explica que esse processo teve início no campo a partir de discussões entre camponeses e trabalhadores rurais acerca de suas realidades sociais. E segue expondo que o popular está relacionado à fragilidade socioeconômica, a grupos marginalizados por diversas razões (entre elas étnicas, religiosas, raciais, de gênero e por orientação sexual) e a aglomerados organizados que buscam mudanças sociais para questionar estruturas de poder.

Prosseguindo no debate, mas em outra esfera, a autora aponta que os veículos de comunicação massiva, principalmente o rádio e a televisão, não são perversos com relação aos interesses populares. Desse modo, ela contesta voz corrente de segmentos da academia que entendem que a mídia convencional prejudica intenções de transformação



quanto a estruturas de poder estabelecidas. Trabalhando em outra linha, a estudiosa da comunicação ressalta que a produção popular pode usar veículos massivos, divulgando mensagens de interesse dos setores subalternos na programação convencional.

Para exemplificar seu argumento, a pesquisadora cita o rádio que, para ela, é o meio de comunicação que permite as mais diversas formas de uso. A autora acrescenta que o setor de radiofonia tem mostrado sua potencialidade quanto a um trabalho educativo na perspectiva emancipadora, conseguindo espaço para iniciativas próprias, obtendo a concessão de emissoras ou constituindo canais livres (também comunitários, mas sem licença do governo federal para funcionamento). Nessas emissoras, explica-se, as programações são feitas por pessoas das comunidades (geralmente de baixa renda ou de classe média baixa) e dão importância a assuntos pautados por moradores destes mesmos bairros. Ela relata que a comunicação popular deve ter cautela com extremas rejeições quanto aos modelos massivos para não gerar produtos menos atraentes,

(...) que atribui um espaço e um valor muito reduzido ao entretenimento, ao lazer, às amenidades, ao humor e ao lúdico – às coisas do sonho, da fantasia, do divertimento e do afetivo, enfim, que integram o dia-a-dia e os anseios humanos e das massas. Se os meios comunitários quiserem alcançar sucesso e se mostrar democráticos, terão que repensar esta prática e trabalhar com os valores culturais onde se inserem. (PERUZZO, 1998, p.132)

Traquina (jornalismo cívico) – O pesquisador português e professor catedrático do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Nova de Lisboa, Nelson Traquina, destaca o chamado “novo jornalismo”, que tem como proposta estimular maior participação da comunidade junto às mídias. Segundo o autor (2001, p. 171), “O ‘novo jornalismo’ é conhecido por diferentes nomes: jornalismo comunitário, jornalismo de serviço público, jornalismo público, e jornalismo cívico”. Traquina (2001) opta por trabalhar com a nomenclatura “jornalismo cívico” pela centralidade do termo “cidadão”. Por conta disso, o autor narra algumas experiências desse tipo de prática jornalística em alguns jornais dos Estados Unidos. O momento culminante para a adoção da nova roupagem do jornalismo (a de caráter comunitário), conforme o professor, foi a cobertura da campanha eleitoral do citado país ocorrida no ano de 1998.

O autor expõe que muitos pesquisadores acreditaram que os mídias passaram por essa transformação pelas táticas de campanha negativa, baseadas nas coberturas tipo “corrida de cavalos” (em que se valorizam pesquisas eleitorais) e que deixavam de lado as questões julgadas importantes pelos eleitores. O pesquisador (2001, p. 173 - 176)



aponta algumas práticas de jornalismo cívico adotadas por grandes jornais que deram certo. Uma delas foi a de entrevistar pessoas influentes da comunidade para identificar as questões principais que preocupavam os cidadãos e em seguida confeccionar artigos aprofundados sobre os temas. As empresas jornalísticas também promoveram intercâmbios com a população nos quais cidadãos interessados podiam estabelecer contatos e conhecer representantes de diversos grupos sociais da localidade. Outra faceta de jornais foi, por meio de uma sondagem, identificar problemáticas sociais e depois inseri-las numa agenda, a dos eleitores e não a dos candidatos. Ainda quanto a esse tipo de experiência, os cidadãos fizeram um painel com perguntas da população. As perguntas eram feitas pelos jornalistas aos postulantes e as respostas, publicadas.

Para se buscar reduzir os índices de criminalidade dos bairros de uma cidade, o jornal contratou uma pessoa para coordenar as relações com as comunidades e organizou encontros com os presidentes das associações de moradores. Publicava igualmente páginas de ajuda para cada bairro, solicitava contribuições financeiras e oportunidades de emprego. Compreende-se, dentro da perspectiva citada por Traquina, que o jornalismo cívico se trata realmente de um modelo de comunicação que dá voz à comunidade. Essa relação torna a mídia próxima dos cidadãos, fazendo com que os veículos desempenhem papel facilitadores do contato entre poder público e sociedade.

Numa sociedade de indivíduos dispersos e abarrotados com informação descontextualizada, usar vida pública efetiva precisa de ter informação relevante que é partilhada por todos, e um lugar para discutir as suas implicações. Somente jornalistas livres e independentes podem – mas habitualmente não conseguem – providenciar estas coisas. Do mesmo modo, a vida pública efetiva requer a atenção e o envolvimento de cidadãos conscienciosos, que só eles podem providenciar. (MERRITT *apud* TRAQUINA, 2001, p. 177)

Análise de uma experiência – Ainda se falando em jornalismo comunitário, mas agora exatamente sob este termo, a jornalista, professora e doutora em Jornalismo pela USP, Beatriz Dornelles, aborda o tema em ambiente interiorano do estado do Rio Grande do Sul. A estudiosa (2004, p. 131) explica que a filosofia editorial de um veículo impresso de cunho comunitário deve se pautar por matérias que atendam aos anseios e reivindicações da comunidade e, dentro do possível, determinar as notícias a serem divulgadas pelo meio de comunicação, desde que não se rendam a interesses pessoais ou partidários. Acrescenta que o jornal comunitário tem que ser o porta-voz da



comunidade, deve falar a linguagem do seu público, interpretar o seu sentir e traduzir suas aspirações. Para colaborar conceitualmente com a discussão, explica-se que

(...) comunidade é um grupo humano, independente do número de pessoas, que vive em uma determinada área geográfica, caracterizada por um conjunto de relações e contatos íntimos, possuindo a mesma tradição, os mesmos costumes e os mesmos interesses mais a consciência da participação em idéias e valores comuns. (FERREIRA *apud* DORNELLES, 2004, p. 131)

Dornelles retrata em sua pesquisa que os jornalistas que atuam no interior do Rio Grande do Sul, para se sentirem integrados à comunidade, buscam levantar as condições peculiares e a evolução de suas regiões, a partir de aspectos tais como: população, religião, hábitos, costumes, renda familiar, escolaridade, serviços, saúde, vestuário, impostos e produção. Para o registro de todos esses itens, os jornalistas do interior do Rio Grande do Sul não apenas observam os acontecimentos, mas participam e tomam decisões em praticamente todas as áreas que movimentam uma comunidade. A pesquisadora afirma que esse tipo de jornalismo feito no interior é muito mais comportamental do que estrutural. Baseia-se na política de vizinhança, solidariedade, coletivismo, porém segue normas e definições básicas da teoria que estabelece a prática do jornalismo informativo, como o que consta do Código de Ética da profissão.

Um relato empírico (“Diário da Manhã”) – Outra forma de se mostrar o jornalismo comunitário é acompanhar experiências na referida modalidade, contudo, a partir de relatos empíricos, por quem coordenou o processo noticioso. Uma dessas vivências ocorreu entre meados de 1982 e fim de 1983, no jornal “Diário da Manhã”, de Goiás, sob o comando do jornalista Washington Novaes, então editor-chefe da publicação, segundo exposição dos jornalistas e membros do Coletivo Intervezes, Aloisio Milani e Rodrigo Savazoni. A proposta inicial do jornal, com o mencionado profissional à frente, era a construção de um veículo radicalmente democrático, fundamentado no espírito público e baseado em amplo diálogo com a sociedade.

Essa intenção se traduziu, por exemplo, na composição de um conselho editorial formado por todos os jornalistas da redação, com direito a voz e voto. Essa instância se reunia todos os dias às 13h para discutir tudo o que havia saído no jornal o que seria publicado no dia seguinte. Milani e Savazoni (2006, p. 155) dão detalhes do caráter realmente democrático da iniciativa: “O dono do jornal integrava o Conselho, mas tinha apenas um voto, como os outros membros. Novaes lembra que não foram poucas as



vezes em que ele foi vencido pelo interesse da maioria”. Os autores informam que o jornal promoveu debates nos bairros, levando autoridades e especialistas das áreas que iam ser abordadas. Criou-se, também – e isto é necessário registrar com destaque – um conselho de leitores, que fazia uma espécie de controle social sobre a informação produzida. Essa instância era composta de representantes de movimentos sociais, presidentes de partidos políticos, associações, empresários e outros. As questões sociais que cercam as comunidades foram levantadas e algumas resolvidas pelo poder público, entre elas, a construção de um residencial para pessoas que não tinham onde morar. A experiência de criar uma instância dentro do jornal que desse vez e voz de modo efetivo aos leitores representa avanço democrático nas relações midiáticas e pode ser tomado como exemplo até nos dias de hoje, como se verifica a seguir:

Os debates nesse conselho deram uma ideia muito clara de que a sociedade pensa sobre os meios de comunicação de modo bastante diferente daquilo que os profissionais da comunicação pensam, em geral. O que as pessoas acham que deve ser publicado, quais são os assuntos importantes, a sua visão desses assuntos são bastante diferentes da dos jornalistas. (NOVAES apud MILANI e SAVAZONI, 2006, p. 157)

Metodologia para coleta e análise de dados do produto midiático

Definido o veículo a ser analisado e pelos motivos já expostos na “Introdução”, mais especificamente o projeto “Diário na Vila”, iniciou-se a segunda etapa da pesquisa. Decidiu-se estudar o referido material a partir de seu formato acabado, o que, tecnicamente em jornalismo, compreende-se como conjunto de informações editado. Tomou-se por base de análise dois meses de publicação do “Diário na Vila”, o que levou em consideração as edições de fevereiro (de números 1.342 – 06 e 07 –, 1.347 – 13 e 14 – 1.357 – 27 e 28), março (1.363 – 06 a 09 –, 1.367 – 13 e 14 –, 1.376 – 27 e 28) e uma de abril (1.382 – 03 e 04), todas de 2011. É preciso registrar, a título de esclarecimento, que o “Diário Regional” não tem edição específica de segunda-feira.

A lançada no domingo estende-se até o dia seguinte. Por isso, cada veiculação do “Diário na Vila” tem por referência sempre duas datas. Também é necessário expor que, no período investigado, houve uma edição, a de número 1.363, que correspondeu de domingo até quarta-feira, em vista do feriado de Carnaval. Precisa-se, ainda, efetuar outro esclarecimento. No período estudado, o jornal deixou de circular duas vezes (20 e 21 de fevereiro e 20 e 21 de março). Conforme sucintas explicações obtidas junto à



direção da empresa, a primeira ocorreu por motivo não especificado e a seguinte porque a chefia do impresso teve uma reunião para resolver assuntos internos com funcionários.

Observa-se, também, que as demais edições de abril não entraram no processo de pesquisa, posto que neste período desenvolveu-se a concatenação dos dados coletados e a construção do artigo científico em tela. Desse modo, o material analisado correspondeu a sete veiculações ao todo. Estipulada a quantia de edições a serem estudadas, passou-se à definição da metodologia de avaliação do material. E chegou-se ao entendimento de que uma justificável maneira de realizar tal procedimento seria elencar critérios capazes de apontar a conexão do “Diário na Vila” com o que se havia levantado bibliograficamente na primeira etapa da pesquisa. A seleção desses quesitos teve por alicerce conceituações a respeito do jornalismo comunitário e do processo de edição jornalística. Essa escolha resultou em quatro tópicos: fontes de informação, temas, visão editorial e destinação de espaço. Os critérios selecionados têm a ver com aspectos capazes de serem verificados nos textos, internamente (os dois primeiros), e também no contexto geral do “Diário na Vila” e do jornal (os dois últimos).

Detalhando, a seleção do primeiro quesito teve por objetivo descobrir que “vozes” apareciam nos textos noticiosos e quais se destacavam (pelo volume de menções). A voz a ser destacada nesse tipo de trabalho noticioso é a da população marginalizada socialmente, pela fragilidade econômica ou pela opressão (entre elas étnica, racial, de gênero e em razão da orientação sexual). Mas também pode ser a da comunidade, expressa por grupos organizados ou membros de um bairro ou localidade que se manifestam diante de alguma situação adversa (com reivindicações, realização de ações coletivas, geralmente voluntárias, entre outras). O segundo foi escolhido para saber que questões figuravam no material e quais delas despontavam. O terceiro quesito objetivou identificar se o jornal se manifestava de modo direto, explícito, quanto às suas intenções com o lançamento do “Diário na Vila”. O quarto critério buscou saber se o jornal garantia espaço (físico e com destaque) às notícias sobre o referido projeto.

Nesse sentido é que Peruzzo (1998, p. 141), fazendo uma análise contextual, expõe que “A participação tem sido efetivada em vários casos concretos de comunicação popular na América Latina. Parece mesmo ser uma meta já colocada desde a opção inicial ‘por dar voz aos que não a têm’”. Nessa mesma linha de raciocínio e falando do futuro do jornalismo cívico é que Traquina aponta a importância dos tipos de temas a serem tratados por veículos ou iniciativas pautadas por este modelo de produção noticiosa:



Certamente o movimento (em defesa do jornalismo cívico)⁴ reafirma as responsabilidades sociais do jornalismo numa era mercantilista (...). Nesse sentido, o jornalismo cívico representa uma importante brecha na busca frenética de notícias, na postura cínica para com a vida política, na dependência excessiva das fontes oficiais e na desatenção flagrante para com os cidadãos enquanto participantes ativos na vida pública. (TRAQUINA, 2005, p. 183)

Agora, no que diz respeito aos outros quesitos escolhidos para análise do material jornalístico (visão editorial e destinação de espaço), registrou-se embasamento teórico apontado por Pereira Junior. O autor é um estudioso da edição da notícia e qualifica este procedimento como planejamento da informação. Tal etapa do processo jornalístico é fundamental para entender o que seja linha editorial\visão editorial. O autor se refere, de maneira geral, ao formato, periodicidade, cobertura geográfica e circulação das notícias de um veículo de comunicação. Também, às pesquisas de mercado feitas para saber da audiência e do perfil do público. Ainda, às incumbências orçamentárias e à verificação do comportamento dos concorrentes. Tudo isso, de certo modo, corresponde ao universo da edição jornalística, que se trata de uma esfera gerencial e não tecnicamente específica. E quanto à visão editorial, Pereira Junior a chama pelo termo “projeto editorial”, definindo-a assim:

O veículo, dotado de ‘personalidade’, de ‘caráter’, terá um jeito próprio de abordar as questões em que se detém, uma escolha específica de temas prediletos, e esse olhar vai definir a forma que o objeto tomará para o público. O ser encontra seu verbo. E nós o ouvimos. (PEREIRA JUNIOR, 2006, p. 97)

Já em relação à destinação de espaço, recorre-se novamente a Pereira Junior. O pesquisador tece comentários acerca do planejamento gráfico, sobretudo, de veículo impresso, revelando que a disposição do material nas páginas caracteriza volume físico e simbólico.

Diagramar é tomar posição. Todo *design* gráfico, cada planejamento visual da página impressa, emite informação sobre o material diagramado e a identidade de quem distribuiu os elementos no espaço daquela maneira, não de outra. A disposição dos elementos nunca é aleatória. (PEREIRA JUNIOR, 2006, p. 98)

Coleta de dados do produto midiático

⁴ Observação entre parênteses é da autora do artigo científico e objetiva tornar o texto mais compreensível.



Apesar da avaliação do “Diário na Vila” ter partido de critérios jornalísticos internos (relativos aos textos, ou seja, fontes de informação e temas), a exposição da coleta de dados será feita a partir dos dois últimos quesitos (visão editorial e destinação de espaço). Acredita-se que assim a explanação será melhor compreendida.

Visão editorial – Notou-se explícita menção ao “Diário na Vila” na edição de seu lançamento (número 1.342, de 06 e 07 de fevereiro). O jornal “Diário Regional” destacou a iniciativa como manchete, exposta na parte superior da capa, com a utilização de chapéu, linha fina, resumo, fotografia e legenda. Internamente, na página 5, editoria “Cotidiano”, o impresso trouxe três matérias e uma enquete (ilustradas por seis fotos). O texto inicial funcionou como uma espécie de editorial, inclusive assinado pela diretora geral do “Diário Regional”, jornalista Karoline Garcia, que também escreveu os demais.

Na matéria mencionada, a profissional, assim como no resumo da capa, ressaltou os números da Vila Operária, entre eles a população (70 mil habitantes) e o total de bairros (50), seu potencial econômico e político e a importância de valorizar as atividades de seus moradores nos diversos aspectos de suas vidas. É preciso mencionar que internamente o “Diário na Vila” correspondeu sempre à primeira do caderno “Cotidiano”, de número 5, no que diz respeito às edições estudadas. Nesse quesito compreendeu-se não ser possível expor os dados coletados em tabela, vez que se restringiu explicitamente a uma edição. Mais informações acerca do critério “visão editorial” poderão ser verificadas na “Análise de dados” e nas “Considerações”.

Destinação de espaço – As tabelas abaixo retratam a ocupação de espaço nas capas e nas páginas internas do “Diário na Vila”. Os cálculos que resultaram nas porcentagens foram obtidos a partir de medição com régua comum, que levaram em conta primeiramente as centimétragens.

6 E 7 DE FEVEREIRO

CAPA	PÁGINA INTERNA
50%	80%
Manchete, texto de chamada e 01 foto	3 matérias, 1 enquete, 06 foto

13 E 14 DE FEVEREIRO

CAPA	PÁGINA INTERNA
40%	100%
02 títulos, 02 textos de chamada, 02 fotos	04 matérias e 03 fotos



27 E 28 DE FEVEREIRO

CAPA	PÁGINA INTERNA
60%	100%
Manchete, texto de chamada, 01 foto	04 matérias e 03 fotos

06 A 09 DE MARÇO

CAPA	PÁGINA INTERNA
50%	100%
Manchete, dois textos de chamada, 01 foto	03 matérias, 01 enquete e 05 fotos

13 A 14 DE MARÇO

CAPA	PÁGINA INTERNA
50%	100%
03 títulos, 03 textos de chamada, 01 foto	04 matérias, 01 enquete e 04 fotos

27 A 28 DE MARÇO

CAPA	PÁGINA INTERNA
40%	100%
03 títulos, 03 textos de chamada, 01 foto	04 matérias 02 fotos

03 A 04 DE ABRIL

CAPA	PÁGINA INTERNA
40%	100%
03 títulos, 03 textos de chamada, 01 foto	04 matérias, 01 enquete e 04 fotos

Temas – As tabelas abaixo trazem um resumo do que foi tratado nas edições pesquisadas. Como se verá logo a seguir algumas delas trouxeram somente matérias e outras, textos noticiosos e enquetes.

6 E 7 DE FEVEREIRO

MATÉRIAS	ENQUETE
Principal: Lançamento do projeto “Diário na Vila”	Opiniões sobre projeto
Feira da Vila Operária (relação com a vida da comunidade e instalação de rádio-serviço)	

13 E 14 DE FEVEREIRO

MATÉRIAS
Principal: projeto distribui casas populares e destaque a padre Lothar Bauchrowitz
Desdobramento sobre projeto das casas: beneficiária fala
Projeto creches populares
Desdobramento sobre projeto creches populares: trabalho voluntário

27 E 28 DE FEVEREIRO



MATÉRIAS
Principal: levantamento de crimes na região e falta de infraestrutura
Líderes comunitários pedem mais policiamento
Moradores cobram ações na área social
Delegado informa aumento de contingente policial

6 A 9 DE MARÇO

MATÉRIAS	ENQUETE
Principal: Vila Operária desperta interesse de empresários	Opiniões sobre quadro econômico da região
Espera pela construção de distrito industrial na região	
Desdobramento sobre distrito industrial: fomento econômico	

13 A 14 DE MARÇO

MATÉRIAS	ENQUETE
Principal: projetos sociais para jovens (educação e cultura)	Opiniões sobre projetos sociais oferecidos na região
Projeto de combate ao uso e tráfico de drogas	
Projetos desenvolvidos pela Associação Koblenz e histórico da instituição	
Projeto de cursinho gratuito pré-vestibular	

27 E 28 DE MARÇO

MATÉRIAS
Principal: região recebe empreendimentos habitacionais
Desdobramento: investimentos em infraestrutura e urbanização pela prefeitura na região
PM leva palestras sobre segurança e cidadania a escolas da Vila Operária
Turno extra em escolas públicas da região

03 E 04 DE ABRIL

MATÉRIAS	ENQUETE
Principal: moradores cobram melhorias em bairros da Vila Operária	Opiniões sobre situação dos bairros e organização popular
Prefeitura responde sobre reclamações na área de saúde	
Moradores reclamam de falha na coleta de lixo	
Entidade que representa associações de moradores se posiciona	



Fontes de informação – As tabelas abaixo retratam as fontes de informação encontradas nas edições do “Diário na Vila” pesquisadas. Fez-se genericamente uma diferenciação quanto ao tipo de empresário, se pequeno, médio ou grande, a partir do ramo de atuação. Também se procurou indicar o número total de fontes mencionadas em cada edição do projeto a partir das menções explícitas nos textos (paráfrases ou trechos entre aspas). Não se mencionou os nomes das fontes por entender-se que o principal neste tópico são as funções ocupadas na dinâmica comunitária.

07 E 07 DE FEVEREIRO

FONTES
06 ao todo
Um grande empresário (do ramo construção e dirigente patronal)
Dois vereadores que moram na região
Presidente da Associação dos Feirantes de Rondonópolis
Proprietário de rádio da feira da Vila Operária (micro-empresário)
Um religioso que atua com projetos sociais

13 E 14 DE FEVEREIRO

FONTES
06 ao todo
Um religioso que atua com projetos sociais (o mesmo da edição anterior; padre Lothar)
Duas professoras que atuam em creches de projetos sociais
Duas moradoras da região, sendo uma beneficiária de projeto social
Um morador que participa de uma iniciativa social na localidade

27 E 28 DE FEVEREIRO

FONTES
06 ao todo
Três presidentes de associações de moradores de bairros
Dois delegados, sendo um pertencente à região
Dois pequenos empresários (comerciante e dono de farmácia) da localidade
Uma voluntária de projeto social desenvolvido na Vila Operária



06 A 09 DE MARÇO

FONTES
04 ao todo
Dois empresários da região, sendo um médio (loja de móveis) e um grande (construção e dirigente patronal, já mencionado em edição anterior)
O secretário municipal de Desenvolvimento Econômico
Um representante do Conselho Diretor de Política de Desenvolvimento Industrial de Rondonópolis

13 A 14 DE MARÇO

FONTES
06 ao todo
Cinco promotores de projetos sociais, sendo uma presidenta de associação (Koblenz), dois professores, uma psicóloga e uma sargento da PM
Uma beneficiária de projeto social

27 A 28 DE MARÇO

FONTES
06 ao todo
O chefe Departamento de Políticas Públicas de Habitação da prefeitura de Rondonópolis
A gerente de uma imobiliária (grande empresa)
Uma professora de escola pública, que coordena um projeto esportivo
Dois diretores de escola pública, sendo um homem e uma mulher
Um tenente da PM, idealizador de um projeto social

03 A 04 DE ABRIL

FONTES
10 ao todo
Seis moradores de bairros, sendo um comerciante
O presidente da União Rondonopolitana das Associações de Moradores de Bairros
A coordenadora do Departamento de Atenção à Saúde da prefeitura
Secretário de Infraestrutura e Urbanismo do município
Tenente da PM (já mencionado em edição anterior)



Análise de dados do produto midiático

A visão editorial tentou equilibrar a preocupação em dar vez e voz às camadas populares e o potencial econômico da região, com destaque ao segundo aspecto (conforme texto inicial do projeto). Essa inclinação foi percebida em outras edições (em especial a de 06 a 09 de março, sobre o distrito industrial). Afinal, linha editorial não se demarca apenas pelo texto de abertura de um projeto, mas pela abordagem que se segue, segundo aponta Pereira Junior (2006). Mas essa tendência editorial foi “contestada”, pois o enfoque econômico (sob a visão de médios e grandes empresários) teve concorrência direta com outras temáticas, com destaque para os projetos sociais. A situação demonstra que linha editorial deve ser disputada pauta a pauta (Kotscho, 2000).

Quanto ao quesito destinação de espaço percebeu-se que o projeto apareceu em todas as capas pesquisadas (sete), sendo que em três (42%) conseguiu manchete. Ainda na capa, as chamadas vieram com fotografias, amplificando visibilidade. Internamente, o jornal cumpriu com a proposta inicial de dar espaço ao “Diário na Vila” em uma página inteira com fotos por edição semanal. Em relação aos temas, todos foram condizentes com a proposta editorial, que seria retratar a economia e aspectos do âmbito social da região. As veiculações trouxeram aos leitores assuntos que foram trabalhados além do caráter financeiro (como investimento no setor habitacional e instalação do distrito industrial), dando visibilidade às condições cotidianas da população (falta de infraestrutura e projetos nas áreas de educação, cultura e segurança).

As fontes de informação adotadas para os temas desenvolvidos transitaram em várias categorias, conferindo à composição um aspecto que dialoga com uma proposta democrática. O jornal ouviu empresários, representantes de órgãos públicos e não deixou de escutar a comunidade, com ênfase para os moradores e lideranças de bairros. Além das pessoas que moram na Vila Operária, o projeto procurou ouvir representantes de ONGs, movimentos sociais e instituições religiosas. Essa constatação tem conexão com o que expõe Peruzzo (1998), quanto ao fato de que a comunicação popular caracteriza-se pelo destaque a quem mais precisa de voz e vez.

Considerações

Considera-se que o projeto “Diário na Vila” é um produto de comunicação comunitária, conforme a conceituação de alguns autores citados neste artigo científico, entre eles Peruzzo. E isso porque a citada iniciativa jornalística visita bairros da periferia, ouve moradores a respeito dos problemas que envolvem o dia-a-dia da



comunidade e busca respostas das autoridades para as reivindicações coletadas. Mas o “Diário na Vila” pode ser aperfeiçoado enquanto produto de jornalismo comunitário, dando mais espaço de participação à comunidade na escolha das pautas. Tomando como exemplo a experiência do jornal “Diário da Manhã”, ainda é preciso dialogar mais com a comunidade para assim conseguir maior nível de interatividade.

A produção deste artigo científico é apenas um passo no sentido de aprofundar a pesquisa sobre jornalismo comunitário em Rondonópolis. O artigo é o início de um estudo que se tornará um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

Referências bibliográficas

BERGER, Christa. A pesquisa em comunicação na América Latina. In HOHLFELDT, Antônio, MARTINO, Luiz C., VEIGA FRANÇA, Vera. Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

DORNELLES, Beatriz. Jornalismo “Comunitário” em cidades do interior: Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.

HOHLFELDT, Antônio, MARTINO, Luiz C., VEIGA FRANÇA, Vera. Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

INTREVOZES – Coletivo Brasil de Comunicação Social. Histórias da comunicação na redemocratização do Brasil. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

KOTSCHO, Ricardo. A prática da reportagem. São Paulo: Ática, 2000.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. Guia para a edição jornalística. Petrópolis: Vozes, 2006.

TRAQUINA, Nelson. O estudo do jornalismo no século XX. Lisboa: Unisinos, 2001.