

Jornal de Chiador: comunicação comunitária, ação cultural e cidadania

Bruno Fuser – Departamento de Jornalismo – Facom – bruno.fuser@ufjf.edu.br

Justificativa/Caracterização do problema

Comunicação comunitária e cidadania

Este projeto¹ tem como objeto de pesquisa o **Jornal de Chiador** e sua relação com a população dessa pequena e pobre cidade da Zona da Mata mineira, na perspectiva da construção e consolidação de uma comunicação comunitária, cidadã e democrática, entendida esta comunicação em um contexto de ação cultural. Apresentemos, pois, os principais conceitos presentes em tal proposta.

Uma primeira indagação diz respeito a quais seriam as características da comunicação comunitária. Cicilia Peruzzo, da Universidade Metodista de São Paulo, uma das pesquisadoras mais dedicadas ao estudo do tema, assinala: “é uma comunicação que se compromete, acima de tudo, com os interesses das ‘comunidades’ onde se localiza e visa contribuir na ampliação dos direitos e deveres de cidadania” (PERUZZO, 2004:6).

As comunidades, no entanto, são conceitos, como Cicilia Peruzzo reconhece, que podem abranger desde um bairro até um continente, dependendo da contextualização em que se dá a análise. Se, de fato, houve idealização da expressão comunidades e comunitário, é fato também que os estudos recentes sobre o tema associam a essa denominação os meios que em alguma dimensão ou de alguma maneira se diferenciam (se não se contrapõem) aos meios hegemônicos de comunicação.

O sentido de comunicação comunitária está intensamente associado ao de democratização da comunicação, conforme se percebe pelas palavras de José Ignacio Lopez Vigil, coordenador da AMARC - Associação Mundial das Rádios Comunitárias: “(...) mas quando dizemos rádios comunitárias a que definição estamos nos referindo? (...) O que define uma rádio comunitária são os objetivos que persegue: democratizar a palavra que está concentradas em poucas bocas e em pouquíssimas mãos para que nossa sociedade seja mais democrática” (VIGIL, apud COGO, 1998:75).

Denise COGO justifica o uso do termo comunitário, no lugar de popular, em sua obra *No ar... uma rádio comunitária*, por ser aquele utilizado, comumente, na maioria dos países latino-americanos, além de sintetizar o movimento das rádios chamadas comunitárias no Brasil. (COGO, 1998:17)

Em outro momento, assinala PERUZZO: “Alguns autores têm chamado a comunicação popular de alternativa - além de muitos outros adjetivos que lhe são atribuídos, como comunitária, participativa, dialógica, horizontal, usados geralmente como sinônimos” (PERUZZO, 1998: 120).

Todas as perspectivas, no entanto, têm em comum associar a essas tendências ou movimentos a expressão da afirmação do direito à comunicação. Mais recentemente difunde-se o conceito “comunicação cidadã”. Portanto, comunitário passa a ser expressão que, na utilização que se dá cada vez mais intensamente nos estudos sobre comunicação, se refere tanto a valores de afirmação de direitos democráticos e de cidadania, voltada em especial para - e produzida em especial por - segmentos sociais que pouco ou nenhum espaço têm habitualmente nos meios de comunicação, ou cujo espaço nesses meios é forma apenas de obtenção de audiência ou de agregar novos valores a uma mercadoria cultural.

Luiz Roberto Alves, pesquisador e gestor de políticas comunicacionais e culturais populares, professor da Umesp e da USP, faz referência explicitamente à expressão comunicação cidadã: “(...) os projetos de regionalização da cultura e da comunicação das cidades - ou comunicação cidadã - e os esforços pela democratização das comunicações não se constituem forças efetivas de confronto e câmbio e sim sinais de projetos em movimento” (ALVES, 2002:3). Ele acrescenta:

Para que se realizem como praxis transformadora carecem de compôr, no interior do processo social, o que ousou chamar de *tecido cultural em movimento*, isto é, a ampliação da consciência das mediações sociais, mais o desenvolvimento dos sentidos do direito sobre os modos e

1 Elaborado com a colaboração de Rodrigo Galdino Ferreira e Gabriela Marques Gonçalves, integrantes do grupo de pesquisa Processos Comunicacionais, Educação e Recepção, da Facom-UFJF.

meios da produção simbólica e a intensificação da educatividade social pela informação, pelo gesto, pela postura, quer dos sujeitos diretos da ação, quer da rede social amplificadora do movimento. (2002:4)

PERUZZO, na discussão sobre os direitos do cidadão, aponta:

Ser cidadão é ter o direito de ver-se protegido legalmente, de locomover-se, de interferir na dinâmica política, de votar e ser votado, de expressar-se. É também ter o direito de morar numa casa digna, de comer bem, de poder estudar e trabalhar. É, por fim, ter o direito de participar, com igualdade, na produção, na gestão e na fruição dos bens econômicos e culturais (1998: 286-287).

A expressão comunicação cidadã, portanto, também se fortalece, ao lado de comunicação comunitária. Sobre cidadania, Carlos AZURDUY (2002), na sua "Proposta de um modelo de comunicação massiva para a construção da cidadania na América Latina", assinala a necessidade de uma maior equidade simbólica, com a implantação de uma "ordem mais equitativa no intercâmbio comunicativo, no consumo cultural, no manejo da informação e no acesso aos espaços públicos", além da "difusão do exercício igualitário de direitos e reciprocidade efetiva entre sujeitos de distintas identidades culturais" (2002:4, tradução nossa).

Ação cultural e cidadania

Aspecto importante do projeto é a sua inserção em um contexto de ação cultural na perspectiva de uma cultura democrática. O que remete, sem dúvida, à necessidade de tecermos algumas considerações sobre cultura. Para Marilena Chauí, cultura é "uma ordem simbólica que exprime o modo pelo qual homens determinados estabelecem relações determinadas com a natureza e entre si e o modo pelo qual interpretam e representam essas relações" (Chauí, em VALLE e QUEIROZ, 1979, p. 123). Vale ressaltar que Chauí e Mota destacam a relação que tal ordem simbólica ou ideologia estabelece com a maneira de os homens se organizarem, entre si e com a natureza, portanto, considerada uma formação econômico-social dada. Para analisar cultura temos de interpretá-la, portanto, num quadro de relacionamento do homem consigo e com a natureza, com essa formação econômico-social específica.

Em texto mais recente, Chauí destaca que, ao passar a significar o campo das formas simbólicas, "cultura passa a ser entendida como criação coletiva da linguagem, da religião, dos instrumentos de trabalho, das formas de habitação, vestuário e culinária, das manifestações do lazer, da música, da dança, da pintura e da escultura, dos valores e das regras de conduta, do sistema de relações sociais, particularmente os sistemas de parentesco e as relações de poder" (CHAUÍ, 2006, p. 131).

A sociedade de classes, pontua a filósofa, institui uma divisão cultural entre a cultura formal e a cultura popular. A proposta que Chauí faz de como se interpretar (operação conceitual que pode ser apropriada tanto por ações de extensão como por pesquisas no campo cultural) a cultura popular é afastarmo-nos das visões romântica, iluminista e populista² e partir da perspectiva da subalternidade.

(...) sabemos que o lugar da cultura dominante é bastante claro: é o lugar a partir do qual se legitima o exercício da exploração econômica, da dominação política e da exclusão social. Mas esse lugar também torna mais nítida a cultura popular como aquilo que é elaborado pelas classes populares (...) segundo o que se faz no pólo da dominação, ou seja, como repetição ou como contestação, dependendo das condições históricas e das formas de organização populares (id., p. 133-134).

Fica claro, portanto, que não se confere à cultura popular uma característica necessariamente contestatória ou "adaptada" – isso irá variar conforme as condições específicas dadas. Mas surge o desafio: e para aqueles que se alinham, ou que buscam, uma produção cultural democrática, portanto, constestatória, quando o contexto geral não o é, que alternativas

² Em síntese, para não nos alongarmos na recuperação do debate que Chauí faz, basta dizer que cultura popular, para o Romantismo, "é a cultura do povo bom, verdadeiro e justo"; para a Ilustração francesa do século XVIII, "o resíduo de tradição, misto de superstição e ignorância a ser corrigido pela educação do povo"; e os populismos do século XX misturam a visão romântica e a iluminista: "a cultura feita pelo povo só por isso é boa e verdadeira (...) por ser feita pelo povo, tende a ser tradicional e atrasada com relação a seu tempo, precisando, para se atualizar, de uma ação pedagógica, realizada pelo Estado ou por uma vanguarda política" (CHAUÍ, 2006, p. 133).

restariam? A alternativa, defende Marilena Chauí, é ver a cultura como um campo específico da criação que busque “ultrapassar criticamente o estabelecido”: criação da imaginação, da sensibilidade e da inteligência que se exprime em obras de arte e obras de pensamento (id., p. 135).

As pessoas comuns, que estão no pólo da subalternidade, normalmente não são identificadas (nem há razão para ser de outra forma) como “artistas” na acepção mais comum da palavra, mas “também são produtoras de cultura, no sentido antropológico da palavra: são, por exemplo, sujeitos, agentes, autores da sua própria memória”. E, indaga a filósofa:

Por que não oferecer condições para que possam criar formas de registro e preservação da sua memória, da qual são sujeitos? Por que não oferecer condições teóricas e técnicas para que, conhecendo as várias modalidades de suportes da memória (documentos, escritos, fotografias, filmes, objetos etc.) possam preservar sua própria criação como *memória social*? Não se trata, portanto, de excluir as pessoas da produção cultural e sim de, alargando o conceito de cultura para além do campo restrito das belas-artes, garantir a elas que, naquilo em que são sujeitos da sua obra, tenham direito de produzi-la da melhor forma possível (id., 137-138).

Teixeira Coelho (1997) define ação cultural como parte de uma política cultural, conjunto de intervenções realizadas pelo Estado, instituições públicas ou privadas, grupos comunitários ou ainda organizações não-governamentais com o objetivo de satisfazer “as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas” (TEIXEIRA COELHO, 1997, p. 293). Nesse sentido, uma política cultural deverá estabelecer uma série de iniciativas visando à promoção, produção, distribuição e uso, além da preservação e divulgação dos patrimônios materiais e imateriais de determinado segmento ou grupo social.

O que se propõe por objetivo na ação cultural não é a construção de projetos – individuais ou sociais – pré-estabelecidos, mas inseri-los, como afirma Teixeira Coelho (1986, p. 113), “contra um estado de coisas”, e dentro desta compreensão, a cultura – intermediada pela ação - deve buscar em última instância a construção de indivíduos. Só a partir dessa percepção é que se pode, ainda conforme Teixeira Coelho (1986, p. 112), “pensar na constituição do coletivo, que é ao mesmo tempo contrário da massa e do indivíduo (é o contraditório da massa, mas não o contraditório do indivíduo)”. Portanto, o que deve nortear as ações culturais é a luta contra a apatia e os modelos impostos e preestabelecidos, um “estado de coisas”. Não se trata de construir uma determinada sociedade segundo determinações exógenas, mas confrontar indivíduos com a realidade, provocando a tomada de consciência de si mesmas e de seu entorno, estabelecendo um diálogo propositivo entre esses elementos (TEIXEIRA COELHO, 1986).

O Jornal de Chiador

Chiador é uma cidade de 2,8 mil habitantes, situada na Zona da Mata mineira. O município foi emancipado em 12 de dezembro de 1953. Antes disso, a cidade fazia parte do município de Mar de Espanha, que fica a 18 quilômetros. A ligação com esta cidade, que possui aproximadamente 11 mil habitantes, é feita através de uma estrada sem asfalto, de acesso difícil em épocas de chuva, pois percorre uma pequena serra. Outro município que faz divisa com Chiador é Três Rios, cidade de aproximadamente 70 mil habitantes do interior do estado do Rio de Janeiro; 18 quilômetros de estrada, mas recentemente asfaltada, dividem a pequena Chiador de sua vizinha fluminense.

O município apresenta forte dependência econômica com relação às cidades vizinhas. Chiador não possui hospital, farmácia, papelaria, hipermercado, lan house. Dessa forma, seus moradores viajam frequentemente para Mar de Espanha e, principalmente, para Três Rios, a fim de fazerem uso desses serviços. Ou seja – os cidadãos chiadorenses, para terem acesso a exames de saúde, grandes e médias redes de supermercado (e preços mais baixos) e em certa medida até mesmo para fazer uso da rede mundial de computadores, precisam viajar cerca de uma hora.

A precariedade dos serviços diminuiu após a chegada de uma obra de grande porte - a construção do complexo hidrelétrico de Simplício, no rio Paraíba do Sul. A obra, financiada por Furnas Centrais Elétricas, tem sua maior área alagada em território chiadorenses, o que ampliou a arrecadação do município em mais de 50%, nos últimos cinco anos. Antes da chegada da obra, a principal forma de arrecadação da cidade era através de repasses do Fundo de Participação dos Municípios (FPM), que não chegava a R\$200 mil mensais. Por alguns anos Chiador recebeu,

além do FPM, mais de R\$100 mil reais mensais de Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN), em função do empreendimento.

Tal prosperidade pode ser verificada, também, na área educacional. Apesar de possuir apenas uma escola de Ensino Médio, muitos jovens do município viajam diariamente para cidades como Além Paraíba (MG) e Três Rios (RJ) para cursar faculdade. Levantamentos extra-oficiais dão conta de que pelo menos 50 chiadorenses se encontram nessa situação. Além disso, as obras de Furnas trouxeram novos empreendimentos para a cidade, como a abertura de restaurantes (antes, a cidade possuía apenas um; agora, já são três) e lojas de materiais de construção (antes havia apenas uma, atualmente são três lojas). Em 2013, esse repasse do ISSQN terminou, com o final das obras de Furnas, e o município voltou a viver a situação anterior, dependente do FPM, o que levou o prefeito empossado nesse ano a anunciar medidas de austeridade.

Na área da comunicação, a prosperidade não chegou a ser vivida. O município não possui emissora de rádio, jornal comercial nem emissora de TV. Uma das principais formas de comunicação da cidade é o alto-falante da igreja católica, a Matriz de Santo Antônio, que é utilizado para anunciar falecimentos, reuniões comunitárias e até mesmo festividades da igreja. Além disso, anúncios que são colados no comércio da cidade, e em postes e locais de grande circulação de público, servem para avisar a comunidade sobre os acontecimentos, festas, campanhas de vacinação etc.

É nesse contexto que surgiu o **Jornal de Chiador**, em maio de 2008. De acordo com o Projeto Editorial, disponível no site www.jornaldechiador.xpg.com.br, a iniciativa tinha como principal missão “contribuir para o desenvolvimento da cultura local, tornando-se um veículo feito pela e para a comunidade”. Além disso, o periódico apresentava a seguinte visão: “Ser um jornal 'comunitário de verdade', e abrir espaço para a expressão das mais diversificadas vertentes do pensamento crítico”. Na década de 1980 já existira na cidade outro jornal com o mesmo nome, mas foi interrompido anos antes da criação do novo periódico, com o qual não possuía nenhum vínculo.

Desde maio de 2008, o **Jornal de Chiador**, em sua perspectiva de praticar um jornalismo comunitário, publicou 33 edições, até abril de 2011. Com verba do prêmio obtido no edital Agente Jovem de Cultura, da Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural,³ com o projeto “Jornal de Chiador – comunitário de verdade”, a edição de número 34 foi publicada em março de 2013, após dois anos de interrupção. A linha editorial continua a mesma, valorizando uma prática comunicativa democrática e participativa. O prêmio pode financiar até seis edições em 2013, e nesse período pretende-se que o jornal volte a ser autossustentável.

Objetivos

Gerais: Verificar em que medida o **Jornal de Chiador**, tanto no seu processo de produção, como no resultado obtido, se constitui como exemplo de comunicação comunitária, cidadã e democrática.

Específicos: Estudar as práticas culturais dos moradores de Chiador. Verificar a relação entre as práticas culturais e o processo de produção do **Jornal de Chiador**. Estudar as relações de poder e suas formas de expressão mais presentes no município, assim como no **Jornal de Chiador**. Verificar as possíveis desigualdades entre os moradores de Chiador e a expressão das mesmas no **Jornal de Chiador**. Desenvolver metodologias para pesquisa de comunicação comunitária.

Estratégias/Metodologia

A perspectiva de trabalho que pretendemos desenvolver é multimetodológica: de um lado, pesquisa de recepção, através de entrevistas semi-estruturadas e questionários, para verificar as relações entre o **Jornal de Chiador** e os moradores da cidade; de outro, análise de conteúdo, para verificar a relação entre aquilo que se diz e mostra no jornal e sua relação com formas de poder e cultura presentes no entorno; e, ainda, a observação etnográfica, durante o processo de produção do veículo de comunicação, que permita apontar aspectos mais intensamente relacionados às subjetividades entre aquele fenômeno – a produção do jornal, em suas várias etapas - e quem dele participa mais diretamente.

³ Edital disponível em <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/edital-agente-jovem-de-cultura-iniciativas-premiadas/>; relação dos premiados disponível em <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/wp-content/uploads/2012/11/Portaria-n%C2%BA-28-de-novembro-de-2012.pdf>.

Recepção

A importância de se realizarem pesquisas sobre os processos de recepção por pesquisadores de comunicação era apontada com vigor por Fausto Neto já em 1992. Para o autor, como o conhecimento daquilo que a recepção faz com os discursos que lhes são endereçados não se garante por técnicas de mensuração, e, nem tampouco, pelo teste de variáveis, o desafio de quem trabalha com este problema traz à tona a existência de outras técnicas de natureza qualitativa.

A partir da década de 1980 os estudos de recepção começam a encontrar sua consistência, e se difundem bastante no Brasil nos anos seguintes, em especial com a influência da Escola Latino-Americana, formada por pesquisadores como Jesús Martín-Barbero, Guillermo Orozco-Gómez e Nestor García Canclini. Martín-Barbero (1987) apresenta essa perspectiva de pesquisa que tem um de seus pontos-chave na defesa da superação tanto da escola funcionalista como de concepções de origem frankfurtiana.

García Canclini (1988), por sua vez, destaca as conseqüências metodológicas de se romper com a visão de um receptor passivo, dependente das práticas dos detentores dos meios de comunicação, e vai utilizar o conceito gramsciano de hegemonia para construir sua concepção da relação entre receptores e produtores de cultura.

Conforme Stuart Hall (2003, p. 387-404), o processo de decodificação da mensagem implica em possibilidades de diferentes posições do sujeito. Ele pode operar numa posição hegemônica-dominante, por meio do código-dominante, utilizar um código negociado ou mesmo destotalizar a mensagem do código preferencial para retotalizá-la dentro de algum referencial alternativo. Em outras palavras, ao decodificar a mensagem não necessariamente o receptor se deixa guiar pelo código hegemônico ali implícito, podendo desconstruí-lo e até mesmo subvertê-lo.

Análise de conteúdo

Para análise de todo o material foi necessário um instrumento metodológico capaz de aprofundar e embasar as interpretações. Para isso, utilizamos primordialmente a análise de conteúdo, explorando o seu caráter qualiquantitativo e a capacidade de fazer inferências nos assuntos tratados.

A análise de conteúdo pode ser compreendida como:

Um conjunto de técnicas de análises das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2008, p.42).

Esse método, aplicado junto às Ciências Sociais, se baseia na perspectiva (válidas para alguns casos, mas para outros não) de que a importância de uma unidade de registro aumenta com a frequência de aparição (BARDIN, 2008, p.109). Foram analisados através dessa metodologia todos as entrevistas e tabelas, constituindo o primeiro passo para tecer as interpretações. Esse “método das categorias (...) bem concebido para satisfazer os colecionadores preocupados em introduzir uma ordem, segundo certos critérios, na desordem aparente” (BARDIN, 2008, p.37).

Uma pretensão essencial da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores quantitativos ou não (BARDIN, 2008). Segundo Bardin (2008) existem dois tipos de inferências: uma a partir da procedência (o emissor e a situação na qual ele se encontra), outra a partir do destinatário da comunicação. Esta pesquisa abordou os dois tipos ao tentar explicar quem são e como vivem os moradores das comunidades ribeirinhas e ao inferir sobre os valores que eles atribuem aos programas.

Vale frisar que os procedimentos da análise de conteúdo podem ser bastante diferentes e não se findam com os primeiros estudos do analista. Pelo contrário, como diz Bardin (2008, p.34), “quanto mais o código se torna complexo, ou instável, ou mal explorado, maior terá de ser o esforço do analista, no sentido de inovação com vistas à elaboração de técnicas novas”.

Perspectiva etnográfica

Uma ferramenta metodológica importante para o desenvolvimento deste projeto será a etnografia, cuja origem está no campo da Antropologia. Segundo Roberto Cardoso de Oliveira (2006), a etnografia se compõe de três etapas que não são independentes e se complementam. São elas o olhar, o ouvir e o escrever. A primeira e a segunda etapas acontecem necessariamente na investigação empírica, a pesquisa de campo.

Ao dar início a essa fase, o pesquisador já tem “uma domesticação teórica de seu olhar” (p. 19), o que não significa que ela permanecerá inalterada durante o processo investigativo. O ouvir se constitui na relação dialógica que deve ser criada entre o pesquisador e os sujeitos que integram o universo pesquisado. Estes deixam de ser simples informantes para se constituírem em interlocutores de um diálogo construído com o pesquisador, onde formas de ver o mundo e vivê-lo são confrontadas. Segundo Oliveira (idem, p. 24), esta interação é alcançada por meio da observação participante. Juntamente a estas duas primeiras etapas destaca-se também o diário de campo, no qual são feitas as anotações durante o período em que o pesquisador está na investigação empírica. Os dados contidos aí “ganham em inteligibilidade sempre que rememorados pelo pesquisador” (idem, p. 34).

É importante não confundir esta ferramenta metodológica com a última fase da etnografia mencionada acima: o escrever. Esta última etapa ocorre em um momento posterior ao campo, no qual o pesquisador irá textualizar e interpretar todo o material reunido a partir de categorias e conceitos determinados e que não estão desvinculados dos dados. “Talvez o que torne o texto etnográfico mais singular, quando o comparamos com outros devotados à teoria social, seja a articulação que busca entre o trabalho de campo e a construção do texto” (idem, p. 28). E essa articulação só será possível nesta fase final de escrita, já que é na elaboração da narrativa que o processo de produção de conhecimento acontece.

Na elaboração deste trabalho, portanto, a análise será construída com os dados obtidos no processo de produção do **Jornal de Chiador**, que inclui diversas etapas, desde os contatos com os moradores, as reuniões preparatórias, as discussões sobre os textos, as conversas nas ruas, nas casas, no comércio. A entrevista também será uma das ferramentas adotadas nessa perspectiva, no entanto, ela só será utilizada após o período da investigação inicial, quando a relação entre os pesquisadores e os moradores será mais dialógica, possibilitando assim uma maior interlocução entre eles.

Resultados esperados

Prevê-se a obtenção de um quadro de informações sobre as relações entre o **Jornal de Chiador** e as perspectivas de o mesmo representar a construção e consolidação de uma comunicação comunitária, cidadã e democrática – tal prática analisada a partir de um contexto de ação cultural, de cultura democrática. A partir de uma perspectiva multimetodológica, busca-se ainda desenvolver alternativas de pesquisa que possam ser aplicadas para estudo da comunicação comunitária em uma diversidade de aspectos: a relação entre veículo de comunicação e os moradores, em um exercício de estudo de recepção; as características – em especial relacionadas ao conteúdo – do próprio veículo e as características das informações aí presentes, na sua interface com as relações de poder, de cultura do entorno; e uma perspectiva etnográfica que permita a inclusão nesse quadro de análise das subjetividades que se expressarão no processo de produção do Jornal de Chiador.

Cronograma

Propõe-se a realização desta fase da pesquisa em 12 meses. Considerando-se o início da pesquisa em 1º de agosto de 2013, temos o seguinte cronograma:

Agosto de 2013 a julho de 2014: Acompanhamento do processo de produção, edição e distribuição do Jornal de Chiador.

Agosto de 2013: Revisão do quadro teórico-metodológico

Setembro de 2013: Fase 1 de trabalho de campo em Chiador: visitas a instituições públicas, coleta de dados documentais.

Outubro de 2013 – Análise de dados obtidos na fase 1 do trabalho de campo. Preparação de entrevistas com gestores de política, educação, cultura.

Novembro de 2013 – Fase 2 de trabalho de campo: entrevistas com gestores de política,

educação, cultura.

Dezembro de 2013 – Análise de dados obtidos na fase 2 de trabalho de campo.

Janeiro e fevereiro de 2014 – Definição das edições a serem analisadas do Jornal de Chiador. Análise de conteúdo das edições escolhidas.

Março de 2014 – Redação de paper a ser apresentado em congresso regional de Comunicação com os dados até então obtidos.

Abril e maio de 2014 – Entrevistas com moradores sobre o Jornal de Chiador, cultura e política.

Junho e julho de 2014 – Interpretação dos dados, redação de relatório final.

Orçamento

Para torná-lo mais facilmente exequível, o projeto contará preferencialmente com bolsista que resida ou tenha familiares em Chiador ou nos dois municípios mais próximos, Mar de Espanha e Três Rios. Caso isso não seja possível, o relato etnográfico possivelmente será sacrificado, tendo em vista que as demais etapas podem ser realizadas com um número menor de visitas à cidade, que implicarão em custo de transporte. Uma versão ampliada e diferenciada do projeto será encaminhada à Fapemig – edital Extensão em Interface com Pesquisa -, abrindo novas possibilidades de financiamento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Luiz Roberto. **Comunicação para questionar a cidadania suspensa**. Em: VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Alaic 2002. Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. GT 16 Medios Comunitarios y Ciudadanía. UPSA - Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 2002.

AZURDUY, Carlos A. Camacho. **Propuesta de un modelo de comunicación masiva para la construcción de ciudadanía en América Latina**. Em: VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Alaic 2002. Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. GT 16 Medios Comunitarios y Ciudadanía. UPSA - Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 2002.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2008.

CHAUÍ, M. "Cultura do povo e autoritarismo das elites". Em VALLE, E., e QUEIROZ, J.J. (orgs.). **A cultura do povo**. São Paulo : Cortez e Moraes, 1979.

CHAUÍ, M. **Cidadania cultural**. São Paulo : Fundação Perseu Abramo, 2006.

COGO, Denise Maria. **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo : Paulinas, 1998.

FAUSTO NETO, Antonio. *A deflagração do sentido: estratégias de produção e captura de recepção*. **Textos de Cultura e Comunicação**, no. 27, pp. 58-80. Salvador, 1o. sem.1992, Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal da Bahia.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Cultura transnacional y culturas populares. Bases teórico-metodológicas para la investigación. *In*: GARCÍA CANCLINI, Néstor e RONCLAGLIOLO, Rafael. **Cultura transnacional y culturas populares**. Lima : IPAL, 1988.

HALL, Stuart. **Da diáspora**. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte : Humanitas, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones. México : Gustavo Gilli, 1987.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso. **O trabalho do antropólogo**: olhar, ouvir, escrever. *In* OLIVEIRA, Roberto Cardoso. *O trabalho do antropólogo*. São Paulo: Editora Unesp, 2006.

PERUZZO, Cicilia. 1998. **Comunicação nos movimentos populares**. A participação na construção da cidadania. Petrópolis : Vozes, 1998;

PERUZZO, Cicilia. **Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania?** Em VII CELACOM/ENDICOM 2004 (VII Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação / V Encontro de Ensino e Investigação da Comunicação nos Países do Mercosul). Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação regional. São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo, 2004.

TEIXEIRA COELHO. **Dicionário crítico de política cultural**. São Paulo : Iluminuras, 1997.

TEIXEIRA COELHO. **Usos da cultura**: políticas de ação cultural. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1986.

VIGIL, José Ignacio Lópoez. Y Usted, aún no tiene su FM comunitária? **Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación**, Quito, CIESPAL, n. 45, p. 8, abr., 1993. Em COGO, Denise Maria. **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo : Paulinas, 1998, P.75.