

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Jornal de Chiador:
Comunitário, alternativo ou popular?

Juiz de Fora
Novembro de 2009

Rodrigo Galdino Ferreira

Jornal de Chiador:
Comunitário, alternativo ou popular?

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF.

Orientador: Prof. Dr. Bruno Fuser

Juiz de Fora
Novembro de 2009

Rodrigo Galdino Ferreira

Jornal de Chiador:
Comunitário, alternativo ou popular?

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF.

Orientador: Prof. Dr. Bruno Fuser

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em 08/12/2009 pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Bruno Fuser (UFJF) - Orientador

Prof^a. Dr^a. Cláudia Regina Lahni (UFJF) - Convidada

Prof^a. Dr^a. Maria Cristina Brandão de Faria (UFJF) - Convidada

Conceito obtido: _____

Juiz de Fora
Novembro de 2009

À minha mãe, dona Eva, meu
principal **exemplo** de garra e determinação;
meu exemplo de vida.

Ao meu pai, Seu Zezinho, de quem
eu herdei essa *aparente* tranquilidade.

AGRADECIMENTOS

Esse trabalho simboliza a concretização de um sonho. O sonho de um jovem negro e pobre, nascido na roça. Ainda criança, enquanto escutava os ídolos do rádio AM, esse menino cultivou o desejo de um dia cursar uma faculdade de Jornalismo. Ou melhor – a Faculdade de Comunicação Social da UFJF. Mas somente determinação não bastava. Era preciso apoio e, principalmente, oportunidade.

As oportunidades começaram a surgir ainda na pré-adolescência, quando, talvez por insistência, sua família o deixou continuar na escola. Afinal, a cultura daquele lar humilde, no qual apenas duas filhas – de um total de oito irmãos – cursaram o Ensino Médio era outro. Terminada a quarta série do Ensino Fundamental, era chegada a hora de começar a trabalhar na roça...

Mas com esse menino foi diferente. Conciliando o trabalho com uma longa rotina de leituras, ele cursou o Ensino Fundamental, o Ensino Médio e o Técnico. Até que outra oportunidade, agora de emprego, permitiu que ele tivesse mais tempo para os estudos. O trabalho na prefeitura, inicialmente como estagiário, possibilitou a conclusão do curso técnico e a aprovação nos primeiros dois concursos públicos. E chegou a hora de deixar a cidade.

Longe de Chiador, o sonho de estudar Jornalismo ganhou fôlego, inicialmente na Faculdade Estácio de Sá, onde foram cursados os dois primeiros semestres da Graduação, com bolsa integral pelo ProUni. Mas esse garoto decidiu, ainda assim, insistir no sonho da “Federal”, após um histórico de três reprovações em vestibulares anteriores. E eis que, em 2006, ingressa na tão sonhada Facom, como um dos primeiros alunos negro/quotista da entidade.

A partir daí, as oportunidades continuaram. Dos estudos sobre negritude, impulsionados pelo exemplo de um importante cineasta brasileiro (e também pelos excelentes professores universitários), nasceu a consciência de que é preciso lutar pelo povo negro-pobre-sofrido desse país. Nasceu também a consciência da valorização das raízes; da luta contra a discriminação e o preconceito; do respeito às diferenças, todas elas. Daí para frente, o envolvimento com o jornalismo comunitário foi rápido.

Em Chiador, a família e a comunidade deram o devido apoio para o projeto do Jornal. Os amigos do emprego deram o aval para a sua concretização, já que, na época, o jovem sequer possuía computador em casa. E os anos se passaram. Outros (muitos outros) concursos públicos foram realizados. E 2009 chegou não apenas com mais oportunidades, mas também com outros trabalhos e alguns problemas. Os psicológicos foram (e continuam sendo) resolvidos com a ajuda Superior...

Mas a força para continuar a luta veio também de outros projetos, outros amigos, outros “papos”. No “Boa Nova”, veio a descoberta de que ajudar o “Outro” faz bem... na Facom, a descoberta de verdadeiros amigos, com os quais se pode contar para tudo – para falar bobagens, para desabafar, para ajudar nos projetos de vida. Também na Facom, houve a confiança de grandes mestres, que com provocações e elogios permitiram a evolução constante durante todo esse tempo.

Nesse agradecimento, não há a citação de nenhum nome. Afinal, todos os envolvidos nessa pequena historinha se sentirão homenageados. No entanto, um agradecimento se faz necessário. Esse menino – hoje com 26 anos – agradece a todos aqueles que, a partir de oportunidades, o ajudaram a se tornar um verdadeiro homem; um homem que se compromete a, a partir de agora, ampliar os horizontes de **oportunidade** de outros meninos e meninas desse país. É apenas disso que eles precisam.

RESUMO

O presente trabalho analisa as principais diferenças e semelhanças entre jornalismo comunitário, imprensa alternativa e jornalismo popular. A partir do estudo de caso do Jornal de Chiador, este trabalho tem como principal objetivo verificar se esse periódico se enquadra em alguma dessas definições. Para tal, foi feita uma pesquisa quali-quantitativa, baseada nos principais estudiosos destes assuntos. A partir dos quesitos origem, participação popular, ruptura (com o status quo e com a comunicação hegemônica), incentivo à cidadania e fins lucrativos, utilizados para a análise de 87 unidades informativas do periódico, concluímos que nosso objeto de estudo é um veículo comunitário. Ou seja, apesar de possuir algumas características comuns aos veículos alternativos e populares, é à vertente da mídia comunitária que mais se aplica a definição do Jornal de Chiador. Pois tal veículo é originário da comunidade, incentiva a participação popular, apresenta mecanismos de ruptura com o sistema vigente, visando a hegemonia no campo da comunicação social, retrata temáticas cidadãs, como auto-estima, saúde, educação, além de não possuir fins lucrativos.

Palavras-chave: Jornalismo comunitário. Imprensa alternativa. Jornalismo popular.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura	Página
Figura 1: Edição do Jornal Estado de Minas, 8 de novembro de 2009	12
Figura 2: A primeira edição do Jornal de Chiador, em maio de 2008	15
Figura 3: Jornal de Chiador, março de 2009, páginas 2 e 7	18
Figura 4: Jornal de Chiador, julho de 2008, páginas 6 e 3	19
Figura 5: Jornal de Chiador, março de 2009, páginas 4 e 5	19
Figura 6: Capa e contracapa do Jornal de Chiador, janeiro de 2009	20
Figura 7: Capa experimental do Jornal de Chiador, maio de 2008	48
Figura 8: Capa da edição de aniversário, maio de 2009	48
Figura 9: Gráfico - participação popular no Jornal de Chiador	50
Figura 10: Gráfico - participação indireta no Jornal de Chiador	52
Figura 11: Charge (fevereiro de 2009)	58
Figura 12: Gráfico - as formas de ruptura no Jornal de Chiador	61
Figura 13: Gráfico - o incentivo à cidadania no Jornal de Chiador	65
Figura 14: Edição de maio de 2009, página 4	68

SUMÁRIO

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	7
2 UM RELATO DO CONTEXTO LOCAL	10
2.1 NASCE O JORNAL DE CHIADOR	12
3 COMUNITÁRIO, ALTERNATIVO OU POPULAR?	19
3.1 PARTICIPAÇÃO POPULAR	20
3.2 RUPTURA	25
3.3 INCENTIVO À CIDADANIA	34
3.4 FINS LUCRATIVOS	36
4 O COMUNITÁRIO, O ALTERNATIVO E O POPULAR NO JC	39
4.1 O UNIVERSO PESQUISADO	42
4.2 A PARTICIPAÇÃO POPULAR NO JC.....	44
4.3 A RUPTURA NO JC	52
4.4 O INCENTIVO À CIDADANIA NO JC	58
4.5 AS QUESTÕES ADMINISTRATIVAS	61
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
6 REFERÊNCIAS	71
7 ANEXO ÚNICO	74

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O presente trabalho apresenta o estudo sobre um veículo de comunicação pouco conhecido – um jornal (comunitário, alternativo ou popular?) que circula numa cidade também pouco conhecida pela maioria dos leitores. Essa é a realidade do Jornal de Chiador, veículo que abrange o município de mesmo nome, no interior de Minas. Provavelmente, este trabalho não irá apresentar uma análise imparcial. Afinal, o signatário desse estudo é, além de fundador e editor-chefe do jornal, um entusiasta da chamada mídia cidadã. Logo, tal qual na realidade das “redações”, onde a imparcialidade é uma utopia a ser perseguida diariamente, pelos jornalistas, aqui também ela será uma meta constante para nós.

E para perseguir a meta da imparcialidade, nada melhor do que a realização de uma análise quali-quantitativa do nosso objeto de estudo. A partir dela, verificaremos o percentual (logo, um dado objetivo, concreto) de presença de algumas características que elegemos como importantes para diferenciar jornalismo popular, imprensa alternativa e jornalismo comunitário. Ou seja, partiremos de dados concretos e até matemáticos para analisarmos, aí sim, de maneira qualitativa, o contexto em que eles aparecem e as dimensões interpretativas que eles suscitam. Para isso, lançaremos mão de parte do conteúdo produzido em 15 edições deste Jornal, e também de uma revisão bibliográfica sobre o tema.

Tal revisão será fundamental para a elucidação do nosso problema de pesquisa. Pois ao questionarmos, já no título desse estudo, se seria o Jornal de Chiador um veículo comunitário, alternativo ou popular, já estávamos, de imediato, afirmando que tais termos apresentam alguma(s) diferença(s). Portanto, utilizaremos os conceitos de Peruzzo (1999), Yamamoto (2007), Miani (2006) e Kucinski (1991) para tentar diferenciar esses termos: uma tarefa nada fácil. Afinal, muitos desses estudiosos, como a própria Cicilia Peruzzo, admitem em alguns momentos (Peruzzo, 2008a) que esses termos seriam sinônimos. Em outros

(Peruzzo, 2008b), ao revistá-los, admite-se uma diferenciação.

Apesar desta premissa de que comunitário, alternativo e popular não são sinônimos, partimos do pressuposto de que tais veículos se enquadram, todos eles, na chamada mídia cidadã, conjunto de veículos que atuam na promoção da cidadania e do favorecimento da democratização dos meios de comunicação e, claro, da sociedade. Nesse contexto, analisamos o Jornal de Chiador como um veículo que, independentemente de ser comunitário, alternativo ou popular, atua como um propulsor de espaços de discussão dos interesses públicos, e não apenas dos interesses das elites capitalistas (e, logo, do capitalismo), tal qual acontece em grande parte dos veículos da chamada “grande mídia”.

Esquematizamos nosso estudo da seguinte forma. No primeiro capítulo, relatamos o contexto no qual surge a experiência do Jornal de Chiador. Afinal, a partir dos autores estudados, verificamos que o local onde surgem tais experiências de jornalismo (comunitário, alternativo ou popular) pode influenciar nos resultados por elas alcançados. Com certeza, a nossa “origem” - uma cidade do interior mineiro com pouco desenvolvimento e quase nenhuma inserção nos meios de comunicação de massa – apresenta um diferencial, se comparado com a maioria das experiências da mídia contra-hegemônica, comumente oriundas das regiões periféricas das grandes cidades.

Além disso, a descrição deste contexto e a história do surgimento do Jornal de Chiador, presentes no capítulo I, nos permite afirmar que, apesar deste ser um veículo com circulação local, esta não é uma iniciativa da chamada imprensa do interior, retratada por Beatriz Dornelles (2004), em estudo realizado no Rio Grande do Sul. Logo, a contextualização do nosso objeto de estudo permite abandonar, de imediato, algumas premissas que poderiam nos levar ao erro de acreditar que uma quarta “opção” de jornalismo poderia fazer parte de nossa pergunta-chave. Ou seja – o primeiro capítulo também nos ajuda a compreender que o Jornal de Chiador não é um veículo da chamada tradicional imprensa

local interiorana.

O segundo capítulo é o mais polêmico e instigante. Apesar de termos conhecimento da dificuldade de conceituação dos termos pesquisados, partimos de cinco características – origem, incentivo à cidadania, participação popular, mecanismos de ruptura e fins lucrativos – para tentar diferenciar jornalismo comunitário, imprensa alternativa e jornalismo popular. Neste capítulo, a mistura da fundamentação teórica dos autores citados logo acima com a exemplificação de casos concretos (veículos impressos nos quais tais características estão presentes) tem uma finalidade didática. Ou seja, objetiva-se facilitar a compreensão destas diferenças, por parte do leitor.

Ressalta-se que, neste trabalho, optamos por adotar como exemplo apenas os veículos impressos (jornais e revistas). O objetivo é a uniformização da análise, tendo em vista que o nosso objeto de estudo é também um veículo da chamada “mídia impressa”. Logo, fizemos uma opção por excluir das exemplificações as mídias TV e rádio, apesar de sermos conhecedores do seu grande potencial na promoção da cidadania. As rádios “comunitárias”, inclusive, são talvez os veículos da mídia cidadã mais analisados em estudos acadêmicos, na atualidade. No entanto, neste trabalho elas apenas serviram para contextualizar o assunto, sendo retratadas, inclusive, como um exemplo de má utilização do termo.

Por fim, o capítulo III apresenta a análise dos cinco aspectos apresentados por nós como passíveis de diferenciar comunitário, alternativo e popular, dentro do contexto do Jornal de Chiador. Esta pode ser considerada como a parte do “estudo de caso”, onde utilizamos alguns percentuais para verificar o nível em que tais características foram verificadas no nosso objeto de estudo. Nesta parte do trabalho, utilizamos grande quantidade de imagens, por acreditarmos que elas auxiliem na compreensão por parte do leitor.

2 UM RELATO DO CONTEXTO LOCAL

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. Outro município que faz divisa com Chiador é Três Rios, cidade de aproximadamente 70 mil habitantes localizada no interior do estado do Rio de Janeiro. Dezoito quilômetros de estradas também sem asfalto dividem a pequena Chiador de sua vizinha fluminense.

Apesar da ligação não asfáltica, Chiador apresenta forte dependência econômica com relação aos municípios vizinhos. A cidade 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 redes de supermercado (e preços mais baixos) e até mesmo para fazer uso da rede mundial de computadores, precisam viajar cerca de uma hora.

Mas toda essa precariedade dos serviços tem sido minimizada pela 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 três 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. Hoje, Chiador recebe, além do FPM, mais de R\$100 mil reais mensais de Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN), em função do empreendimento.

E essa nova fase vivida por Chiador desde que as obras da Hidrelétrica de

Simplício começaram, em 2007, levou a cidade a ser retratada, recentemente, pelo jornal Estado de Minas. Na matéria, são relatados fatos como o aumento do número de empregos na região (segundo a matéria, 96 moradores do município foram recrutados pelo consórcio construtor da usina) e a recém iniciada obra do asfalto, que vai ligar a cidade à BR 040, em Três Rios (RJ). De acordo com a reportagem, assinada pelos jornalistas Ricardo Beghini e Zulmira Furbino, a cidade vive um progresso nunca antes visto:

Desde que o português Antônio Joaquim da Costa construiu a capela de Santo Antônio, em 1842, e concedeu alforria a um grupo de escravos, que por ali permaneceu, dando origem ao município de Chiador, na Zona da Mata, a 342 quilômetros de Belo Horizonte, a cidadezinha de 2,8 mil habitantes ainda não havia experimentado tamanho progresso. A receita da prefeitura ganhou um incremento de 50% com a construção do complexo hidrelétrico de Simplício, no Rio Paraíba do Sul, que tem sua maior área alagada em território chiadorenses. (BEGHINI; FURBINO, 2009, p.17)



Figura 1: Edição do Jornal Estado de Minas, 8 de novembro de 2009.

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 40 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).

Na área da comunicação, a prosperidade não é a mesma. 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.

2.1 NASCE O JORNAL DE CHIADOR

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” (Jornal de Chiador, Projeto Editorial, p.2).

A ideia de criar o periódico partiu de três estudantes universitários: Niza Terra, moradora de Chiador e estudante de Biologia em Três Rios, RJ, pelo Consórcio Cederj – conjunto de universidades públicas que ministra cursos à distância no interior do estado do Rio de Janeiro; Alexandre Lopes, então aluno de Tecnologia em Sistemas de Computação também pelo Cederj; e Rodrigo Galdino, aluno de Jornalismo na Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora. Dessa forma, o jornal não possuía jornalista responsável, nem mesmo registro.

A estrutura inicial do Jornal de Chiador previa a existência de um Conselho Editorial e um Conselho Jornalístico. O primeiro é um órgão normativo, consultivo e deliberativo, formado por 20 pessoas. Deste total, quatro seriam representantes regionais do distrito de Penha Longa e das comunidades de Parada Braga, Santa Fé e Sapucaia de Minas. Além disso, o Conselho previa a eleição de estudantes universitários, personalidades locais, profissionais de Comunicação e, por fim, representantes da família do fundador do Jornal, o jornalista Oromar Terra.

A decisão de incluir, dentre os membros do Conselho Editorial, os representantes da família de Oromar, morto em 1997, deve-se ao fato de que, inicialmente, o Jornal de Chiador pretendia fazer uma “continuação” do veículo fundado pelo jornalista, no ano de 1996. Dessa forma, prestava-se uma homenagem. No entanto, já no segundo número, em junho de 2008, decidiu-se por abandonar esta ideia, e o Jornal de Chiador passou a circular como um novo veículo.

O motivo para tal decisão foi a descoberta de outro periódico que circulara na cidade, nos anos 80, utilizando o mesmo nome. Ou seja, para não ser injusto com nenhum desses antecessores, e considerando-se a nova estrutura e objetivos do Jornal de Chiador, decidiu-se por não adotar nenhum nome como seu “fundador”. O editorial do nº 2, de junho de 2008, relata o fato. Segundo o texto, a equipe havia recebido a doação de alguns exemplares de jornais antigos que circularam na cidade, no passado. Dentre eles, o exemplar de um Jornal de Chiador então inédito:

Com edição datada de 20 de junho de 1986, um “Jornal de Chiador” até então desconhecido da equipe do novo JC, chegava em nossas mãos. No expediente, os seguintes nomes: Crisane Dalcol, Cybelle Grossi e Roberto Carlos de Carvalho. A partir desta descoberta, o JC 2008 se viu num impasse ético. Como continuar considerando como seu fundador o Sr. Oromar Terra, jornalista carioca que em 1996 (...) editou o JC? Em contrapartida, como passar a considerar como fundadores Roberto Carlos, Crisane Dalcol e Cybelli Grossi, sem ao menos ter uma conversa detalhada com os mesmos. (Jornal de Chiador, jun. 2008, p.2)

Dessa forma, o Conselho Editorial do veículo decidiu pela adoção de uma nova contagem do número das edições. A primeira edição do Jornal de Chiador, portanto,

apresentou uma informação equivocada, já que os créditos de identificação trouxeram o texto: “maio de 2008, ano III, nº11”. Na segunda edição, de junho de 2008, porém, essa informação foi corrigida, já que constam dos créditos os dizeres “ano I, nº2”, conforme decidido pelo Conselho Editorial.



Figura 2: A primeira edição do Jornal de Chiador, em maio de 2008.

Além dessa decisão, o Conselho Editorial do Jornal de Chiador, que teve inicialmente 14 nomes (logo, sobraram seis vagas), implantou conjuntamente o Projeto Editorial do veículo. Esse projeto previa também, conforme mencionado anteriormente, a existência de um Conselho Jornalístico, responsável pela redação, edição e diagramação das matérias publicadas. Logo, o Conselho Jornalístico seria formado por pessoas que desempenhariam as atividades de editor, repórter, diagramador, fotógrafo, chargista etc.

Ainda de acordo com o Projeto Editorial, os próprios moradores da comunidade de Chiador poderiam atuar como colaboradores. Além disso, o projeto afirma que a composição do Conselho Jornalístico não era fixa. Ou seja, “tanto os membros do Conselho Editorial quanto qualquer morador da cidade pode vir a fazer parte deste Conselho, desde que

tenha comprometimento com os ideais e objetivos do projeto” (Jornal de Chiador, Projeto Editorial, p.6).

Apesar da equipe não fixa, algumas atividades do Jornal acabaram concentradas nas mãos de apenas alguns colaboradores. É o caso do serviço de diagramação. Por não possuir sede própria e sequer computadores, a parte gráfica do veículo, todos os meses, acabou sendo feita pelo seu editor-chefe, estudante de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora (Facom/UFJF). Dessa forma, apenas os serviços de apuração, redação e fotografia foram exclusivamente destinados aos moradores locais.

Outras atividades não designadas aos moradores da cidade foram a revisão (a cargo de Adriano Vinício, estudante de Jornalismo da Facom/UFJF) e o desenvolvimento do projeto gráfico. Tal projeto, que contém o *layout* utilizado nas páginas do veículo, foi idealizado por um outro acadêmico de Jornalismo da UFJF, Marcello Pereira Machado. Segundo ele, a ideia do projeto era tornar o Jornal “um informativo agradável de ser lido e visto” (Projeto Gráfico, abril de 2008, p.1). Além disso,

A arte partiu da ideia de se utilizar a imagem de mãos, que indicam movimento, dinamicidade, união e trabalho em equipe. Tal noção seria interessante ao jornal, uma vez que é comunitário. Assim, as mãos sugerem que o informativo é feito pelas diversas pessoas que compõem a comunidade de Chiador. Além disso, a imagem da mão está presente em cada editoria, a fim de criar e consolidar uma identidade gráfica ao jornal, capaz de marcá-lo e diferenciá-lo. (Jornal de Chiador, Projeto Gráfico, p.1)

A ideia original deste projeto gráfico previa uma manchete principal, na capa, cuja foto ocupasse uma dimensão aproximada de 50% da página. Além disso, no canto inferior, outras três chamadas menores apresentam fotos também com dimensões inferiores, em torno de 10% da página, cada uma. Ou seja, a capa do Jornal de Chiador apresenta, em cada edição, quatro fotos em preto e branco. Devido a essa estrutura, bastante fechada, as chamadas publicadas na página principal não são, necessariamente, aquelas mais importantes da edição. E, sim, as matérias sobre as quais foi possível fazer fotografias.

Importante ressaltar ainda que o projeto gráfico do Jornal de Chiador foi idealizado de acordo com as dimensões do veículo, que apresenta formato tablóide¹, de 8 páginas, em preto e branco e com tiragem de mil exemplares mensais. Tal projeto gráfico foi pensado, também, de acordo com as editorias então definidas pelo Conselho Editorial. São elas:

Editorial: texto contendo a opinião do Jornal sobre determinado assunto de interesse da comunidade. Localiza-se na página 2, que é destinada exclusivamente a textos opinativos. A partir da 9ª edição (janeiro de 2009), passou a ser assinado pelo editor do Jornal;

Opinião do Leitor: também localizado na página 2, é o espaço reservado às opiniões dos moradores da cidade sobre as matérias publicadas no jornal, assim como outros assuntos. O critério de seleção das cartas é o da relevância para o município. Críticas à política editorial do JC também são publicadas nesse espaço. Todas as cartas devem estar devidamente assinadas;

Charge: desenho que faz uma análise crítica de um acontecimento da cidade (preferencialmente, temas noticiados na edição do mês). É sempre assinado e ocupa o canto inferior direito da página 2;

Cultura: assuntos com temática educativa, cultural, religiosa etc. Reserva-se, nesta página, um espaço exclusivo para a divulgação de assuntos de interesse das redes municipal e estadual de ensino, de acordo com as parcerias firmadas. Esse espaço exclusivo também passa pelo crivo dos editores. Localiza-se na página 7;

¹ Segundo Kuntzel (2003), o tablóide é resultado da divisão do formato standard em duas partes, e possui mancha gráfica de 26,5 centímetros horizontais por 29,7 centímetros verticais. Ainda segundo o autor, tal formato é muito utilizado em encartes especiais ou cadernos suplementares, por possibilitar encaixe perfeito entre os cadernos principais do jornal standard. Sua dimensão não combina com textos longos e muitos argumentos visuais, como tabelas explicativas e ilustrações gráficas.

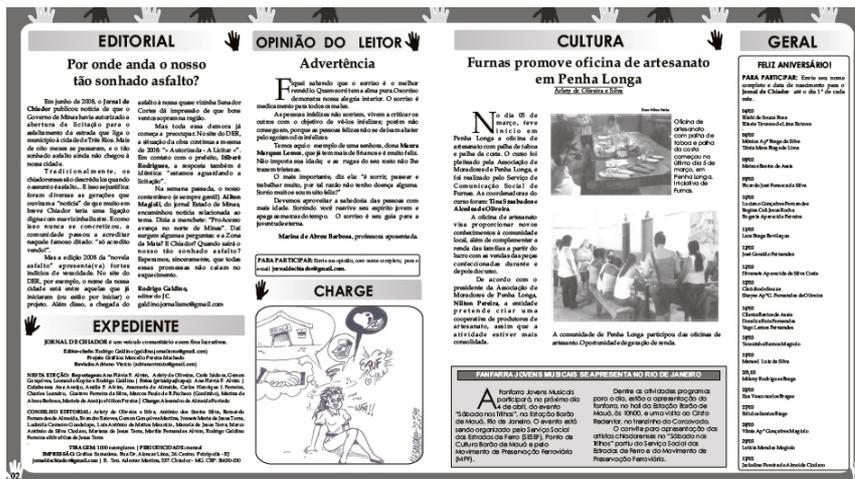


Figura 3: Jornal de Chiador, março de 2009, páginas 2 e 7.

Rural: notícias sobre o meio rural, que ocupam metade da página 6 ;

Esporte: também ocupando 50% da página 6, a editoria apresenta o noticiário esportivo do município. Pode conter, inclusive, entrevistas;

Agenda: lista dos principais eventos agendados para o município, no mês corrente. Incluem-se aqui as atividades festivas (bailes e shows), religiosas e até mesmo esportivas (como campeonatos e torneios); ocupa o canto superior esquerdo da página 3;

Política: resumo dos principais assuntos políticos do mês. Trata-se de um texto informativo, enxuto e objetivo, que não pode trazer nenhum tipo de opinião explícita; essa editoria, que ocupa a página 3 (canto inferior esquerdo), esteve presente em apenas duas edições do Jornal de Chiador;

Perfil: matéria cujo foco principal é uma personalidade do município. Ocupa o principal espaço do Jornal – o canto superior direito da página 3. Inicialmente, o Perfil apresentava entrevistas em formato “pingue-pongue” (pergunta-resposta), precedidas de introduções detalhadas. Desde dezembro de 2008, ele é traçado em texto corrido, com a introdução das falas do personagem entre aspas. Ou seja, abandonou-se o formato “pingue-pongue”;



Figura 4: Jornal de Chiador, julho de 2008, páginas 6 e 3.

Cidade: apresenta as principais notícias sobre o município e ocupa o canto esquerdo da página 4 (página central);

Giro: resumo das principais notícias nacionais e internacionais que tenham relação direta ou indireta com o município, que é inserido no canto direito da página 4;

Principal: matéria de destaque do jornal (a capa), que ocupa a íntegra da página

5;



Figura 5: Jornal de Chiador, março de 2009, páginas 4 e 5.

Crônicas de Chiador: espaço reservado para a publicação de crônicas que tragam a opinião de determinado morador do município sobre um assunto relevante. Critério de

escolha: veracidade, atualidade, clareza. Ocupa o canto superior da contracapa;

Fique sabendo: dicas práticas sobre temas de interesse local, que ocupam 50% do canto inferior da página 8 (contracapa);

Prestação de Contas: divulgação do balancete mensal, sempre localizado no canto inferior direito da página 8.



Figura 6: Capa e contracapa do Jornal de Chiador, janeiro de 2009.

Ressalta-se que, após o lançamento do Jornal de Chiador, outras editorias foram sugeridas pela comunidade e, assim, acrescentadas ao veículo. Dentre elas, destacam-se a coluna Feliz Aniversário, na qual são publicados os nomes e as respectivas datas de aniversário dos moradores locais; e a coluna Click, espaço reservado para a publicação do registro fotográfico de algum momento importante da vida dos moradores, juntamente com um breve histórico desse acontecimento, conforme consta do cabeçalho da editoria.

Feito esse detalhamento inicial do Jornal de Chiador, partimos agora para uma tentativa de defini-lo. Para tal, apresentamos, no capítulo seguinte, uma discussão sobre os temas jornalismo comunitário, imprensa alternativa e jornalismo popular. Afinal, apesar de o Jornal de Chiador trazer como slogan principal, desde a sua criação, a frase “comunitário de verdade”, nosso problema de pesquisa, neste estudo, tenta não apenas descobrir se o veículo é

de fato comunitário, mas também traçar paralelos e diferenças entre os jornais populares e a imprensa alternativa, no Brasil. É o que faremos no capítulo seguinte.

3 COMUNITÁRIO, ALTERNATIVO OU POPULAR?

Comunitário, alternativo, popular, contra-hegemônico, participativo, horizontal, dialógico, radical... Essas são algumas das muitas definições atribuídas aos veículos de comunicação que, na atualidade, se contrapõem à mídia convencional, servindo como mecanismos propulsores da cidadania. Diante das diversas semelhanças entre esses termos, e das inúmeras definições a eles atribuídas, tentaremos analisar separadamente algumas das suas características para, dessa forma, traçar as diferenças básicas entre as vertentes atualmente denominadas como jornalismo comunitário, imprensa alternativa e/ou jornalismo popular.

Tais termos tiveram origem no período da ditadura militar brasileira, quando era premente a necessidade da criação de novas formas de comunicação, que se contrapunham ao regime militar. Dessa forma, “[...] é muito frequente o uso das expressões 'alternativa' e 'popular' como sinônimas da comunicação comunitária; isso porque elas carregam um significado histórico comum: a oposição ao poder instituído” (YAMAMOTO, 2007, p.11). No entanto, é importante (re)elaborar esses conceitos, a partir da realidade atual. Pois, infelizmente, o fim da ditadura militar não significou a real democratização da sociedade brasileira.

Hoje, o desafio continua sendo romper limites estabelecidos. Já não se trata de um regime militar, mas de uma ditadura simbólica, em que nem sempre as minorias (usando o termo que, de fato, não é tão adequado, uma vez que as desigualdades sociais são imensas e, geralmente, são os excluídos – maioria em nossas sociedades – que se enquadram nessa categoria) têm o espaço justo e que lhes é garantido por direito para se manifestar. O desafio é encontrar espaços para a manifestação das comunidades, para a discussão das necessidades fundamentais da população, bem como para a alegria das conquistas populares. (SUZINA, 2004, p.234)

Para realizar esta análise comparativa entre jornalismo comunitário, imprensa alternativa e jornalismo popular, utilizaremos principalmente os conceitos de Peruzzo (2008), Kucinski (1991), Yamamoto (2007) e Miani (2006). A partir da revisão bibliográfica destes autores, constatamos que as características analisadas (participação popular, mecanismos de

ruptura, incentivo à cidadania e fins lucrativos) são as que mais diferenciam os termos. Reitera-se ainda que não consideramos que tais termos possam vir a ser sinônimos, na atualidade, pois se baseiam em práticas bastante diversificadas. Por isso insistimos na tentativa de uma conceituação.

[...] apesar da compreensão de que se tratam de perspectivas comunicacionais circunscritas ao conjunto dinâmico e dialético de práticas comunicativas no âmbito da construção de uma alternativa na disputa pela hegemonia no campo da comunicação, cada uma dessas expressões carregam significações ideológicas e se referem a práticas sociais com pressupostos políticos diferenciados. (MIANI, 2006, p.3)

3.1 PARTICIPAÇÃO POPULAR

Para Cicília Peruzzo, “historicamente, o adjetivo popular denotou tratar-se de 'comunicação do povo', feita por ele e para ele” (PERUZZO, 2008, p.369). No entanto, para compreender esse tipo de comunicação é importante, inicialmente, definir a palavra povo. Ainda utilizando um conceito de Peruzzo, povo “é todo um conjunto lutando contra algo e a favor de algo, com vistas ao interesse da maioria” (PERUZZO, 1998, p.117). Ou seja, encontra-se na gênese desta palavra a luta por melhores condições de vida.

Neste trabalho, adotamos o conceito de Cicilia Peruzzo, e denominamos de “povo” todo segmento populacional que, unido, reivindica algo em seu benefício. Logo, inclui-se nesse contexto as classes trabalhadoras, os movimentos sociais populares, os excluídos economicamente do sistema hegemônico/capitalista, os marginalizados. Tal qual Peruzzo, consideramos que esse conceito seja dinâmico, de uso não unívoco, e se situa “no universo dos movimentos sociais populares no processo de lutas por direitos de cidadania” (PERUZZO, 2008b, p. 375).

Frances O'Gormam (1983), citando a força geradora da *práxis* (ação e reflexão) de grupos populares que, a partir de sua dinâmica, lutam pela superação da marginalização que atinge a comunidade, afirma que “O povo, comprometido com a transformação de sua

realidade opressora, através da práxis de grupos populares, manifesta no seu discurso as angústias, os anseios, os valores e as lutas da população marginalizada no momento histórico vivenciado” (O’GORMAM, 1983, p.11).

Portanto, uma das características da comunicação popular é a abertura de espaço para que o povo possa manifestar a luta por seus anseios e reivindicações. E essa manifestação se dá em diversos níveis. De acordo com Cicília Peruzzo (1998), a participação popular pode significar desde o simples envolvimento das pessoas, no nível das mensagens, passando pela elaboração do produto até chegar a níveis mais elevados, como a definição da linha política do veículo, do seu conteúdo, do manejo dos equipamentos, da sua gestão etc. Ou seja, dependendo do grau de envolvimento popular, a participação pode se dar de maneira menos ou mais efetiva.

No entanto, nem toda comunicação popular incentiva a participação do povo. Cicília Peruzzo, em “Comunicação nos movimentos populares: A participação na construção da cidadania” (1998), relata a existência de três tipos de “popular”: o folclórico, o massivo e o alternativo. Segundo a pesquisadora, o popular-folclórico abarca as expressões tradicionais e genuínas de um povo, sendo simbolizadas por manifestações folclóricas, festas, costumes etc. Logo, esse tipo de popular tem estrita relação com a Folkcomunicação, conceito cunhado pelo pesquisador Luiz Beltrão, no século passado².

Ainda de acordo com Peruzzo (1998), os outros dois outros tipos de “popular” seriam: o popular massivo, presente no universo da indústria cultural e comumente representado por programas com elevado poder de penetração nas classes subalternas, como Brasil Urgente (Rede Bandeirantes), Domingão do Faustão (Rede Globo), Programa Sílvio Santos (SBT); e o popular-alternativo, um tipo de comunicação “ligada à luta do povo por melhores condições de existência e pela sua emancipação, mediante movimentos de base

² Para Luiz Beltrão (2001, p. 79), folkcomunicação é “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, idéias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”.

organizados” (PERUZZO, 1998, p.118-119). Neste trabalho, utilizaremos o conceito de popular-alternativo de Peruzzo sempre que nos referirmos ao jornalismo popular.

A comunicação comunitária possui alguns pontos de convergência com a comunicação popular. Segundo Peruzzo, a comunicação comunitária, “na forma como vem se desenvolvendo nos últimos tempos significa: o canal de expressão de uma comunidade (independente de seu nível sócio-econômico e território), por meio do qual os próprios indivíduos possam manifestar seus interesses comuns e suas necessidades mais urgentes” (PERUZZO, 2008b, p.374). Logo, o comunitário também incentiva a participação do povo. A diferença é que esse “povo” está inserido no contexto da comunidade.

Para compreender o conceito de comunicação comunitária é preciso definir o termo comunidade. Cicilia Peruzzo admite a dificuldade em estabelecer essa definição. No entanto, negando a definição relacionada à territorialidade (segundo a qual a ocupação de um mesmo espaço físico seria imprescindível para a manutenção dos laços comunitários), a autora afirma que as comunidades se caracterizaram “pela existência de um modo de relacionamento baseado na coesão, na convergência de objetivos e de visão de mundo, interação, sentimento de pertença, participação ativa, compartilhamento de identidades culturais, co-responsabilidade e caráter cooperativo” (PERUZZO, 2006, p.13 apud YAMAMOTO, 2007, p.8).

Há mudanças substanciais nas concepções de comunidade, ao mesmo tempo em que alguns de seus princípios ainda se verificam. O sentimento de pertença, a participação, a conjunção de interesses a interação, por exemplo, são características que persistem ao longo da história, enquanto a noção de lócus territorial específico como elemento estruturante de comunidade está superada... (PERUZZO, 2008b, p. 375)

Além disso, a pesquisadora acredita que a comunicação comunitária “extrapola os movimentos populares, embora continue em muitos casos a se configurar como tal ou a representar um canal de representação destes movimentos, ou ainda, no mínimo, a ter vínculos orgânicos com os mesmos” (PERUZZO, 2008b, p.373). Dessa forma, a comunicação

comunitária, na atualidade, se origina também de ONGS, associações, entidades sem fins lucrativos etc. E o nível de participação popular, em cada uma dessas iniciativas, vai depender dos objetivos da instituição.

Um exemplo claro é o Jornal da Pastoral da Criança, veículo interno, de 16 páginas, que é utilizado para dinamizar e agilizar a comunicação naquela entidade, atingindo cerca de 260.000 voluntários em todo o Brasil. De acordo com Lima (2007), a Pastoral da Criança chega a mais de 42.000 comunidades carentes, atendendo a quase dois milhões de crianças menores de seis anos em todo o Brasil. Nesse contexto, o Jornal da Pastoral “funciona como um meio de comunicação que auxilia no trabalho, ajuda na formação continuada das lideranças e desenvolve a socialização da informação por meio da participação dos voluntários no processo de concepção e construção do produto” (LIMA, 2007, p.1).

Ainda de acordo com a pesquisadora (LIMA, 2007), a Pastoral da Criança conta com uma equipe de comunicadores, estruturada a partir de dois pilares: o Setor de Relações Institucionais, responsável pelos relacionamentos da Pastoral da Criança com os meios de Comunicação Social e com a sociedade em geral; e o Setor de Comunicação Interna, que responde pela elaboração e produção dos materiais educativos impressos e audiovisuais utilizados para promover a difusão de informações e a capacitação continuada das bases da Pastoral, local onde é produzido o Jornal da entidade.

Neste jornal, a participação popular se dá através da solicitação de conteúdo junto à equipe (sugestão de pauta) ou a partir do envio do próprio material, para ser divulgado. Ou seja, essa participação popular, no Jornal da Pastoral, se dá apenas no nível da divulgação das mensagens, não havendo espaço para que a comunidade participe da gestão ou do planejamento do veículo. No entanto, apesar do esforço para democratizar a informação, os resultados nem sempre são os esperados. De acordo com Lima:

Dentre as diversas colocações, foram detectados alguns cenários, como o de entusiasmo pela participação, o de desejo de participação envolto por uma atitude passiva, mas ao mesmo tempo de expectativa e o de apatia diante da possibilidade

de se envolver com o processo, inclusive apontando desconhecimento sobre a forma de participar. O que podemos concluir é que poucos participam, muitos querem, mas não se preparam para isso e alguns não percebem a importância no processo. Essa situação nos leva a refletir sobre a compreensão real que se tem do Jornal, o sentimento de pertença junto ao veículo e o espírito de envolvimento e de participação. (LIMA, 2007, p.15)

No entanto, existem diversos exemplos de veículos comunitários que favorecem a participação popular em níveis mais elevados, como na edição, produção das matérias, apropriação das técnicas jornalísticas etc. O Jornal O Cidadão é um deles. Criado em março de 1999 e direcionado para as 16 comunidades populares que compõem a Maré, bairro situado na periferia da Zona Leopoldina do Rio de Janeiro, o veículo possui forte apelo na comunidade onde está situado:

Uma aproximação inicial com o trabalho do Cidadão pode ser feita apresentando sua equipe. Desde o início, tinha-se como objetivo desenvolver a atividade de comunicação em 2 campos: uma produção jornalística de qualidade e a capacitação de moradores para trabalharem com comunicação nas diferentes etapas de produção e organização do jornal: administração, elaboração de matérias, discussão de pauta, captação de anúncios. Na primeira edição, em junho de 1999, a base da equipe era formada por jovens do CPV-Maré. (PINTO, 2005, p.105)

A origem popular de O Cidadão é confirmada por Carla Baiense Felix. Segundo a pesquisadora, “o projeto surgiu da iniciativa de um grupo de moradores com uma história comunitária bem consolidada e alguma experiência em comunicação alternativa” (FELIX, 2008, p.78). Ainda de acordo com a estudiosa, “além do editor, jornalista formado, e do estudante de jornalismo André Esteves, todos os outros membros da equipe jamais tiveram contato com o texto jornalístico antes” (FELIX, 2008, p. 82). Ou seja, além de possuir uma origem diferente, O Cidadão apresenta um nível de participação bastante diverso daquele proporcionado pelo Jornal da Pastoral.

Já o conceito de comunicação alternativa não se insere nesse contexto de incentivo à participação popular. Surgida durante a ditadura militar brasileira, nos anos 60, essa imprensa se originou da média e pequena burguesia, e serviu de válvula de escape para os jornalistas da época, que precisavam de um canal “alternativo” para expressar suas idéias (muitas das vezes relacionadas aos anseios das classes populares, mas nem sempre oriundas

delas). Segundo Kucinski:

A imprensa alternativa surgiu de duas forças igualmente compulsivas: o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações institucionais que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade. É na dupla oposição ao sistema representado pelo regime militar e às limitações à produção intelectual-jornalística sob o autoritarismo, que se encontra o nexo dessa articulação entre jornalistas, intelectuais e ativistas políticos. (KUCINSKI, 1991, p.16)

Ainda segundo o pesquisador:

Muitos dos intelectuais colaboradores da imprensa alternativa pertenciam às gerações que viveram a queda do nazi-fascismo e do Estado Novo. Já os jornalistas e ativistas políticos eram mais jovens, forjados em sua maioria na matriz dos movimentos estudantis do final da década de 60, passando alguns pela luta armada e pelas prisões. A eles, juntaram-se os focas, recém-formados, das escolas de comunicação dos anos 70. A prática alternativa fez deles companheiros de jornada. Eram quase sempre as mesmas pessoas que apareciam e desapareciam em diferentes jornais e situações. (KUCINSKI, 1991, p.5)

3.2 RUPTURA

Apesar de não ter sido gerada no seio do movimento social popular, a imprensa alternativa propicia uma ruptura radical com o sistema e a conseqüente luta por modificações no contexto da sociedade. De acordo com Cícilia Peruzzo, “historicamente, a posição político-ideológica desse tipo de comunicação no Brasil é de caráter contestador ao *status quo*” (PERUZZO, 2008a, p.3).

Logo, os veículos da imprensa alternativa do passado apresentavam um discurso ideológico contra o regime militar, totalitário, contra a censura aos meios de comunicação e a tortura nos porões do DOI-CODI, muito comuns naquela época. Esses veículos denunciavam, ainda, as violações dos direitos humanos, as prisões ilegais e o “modelo econômico” dos militares, que ocasionou a ampliação da dívida externa brasileira. Esses eram os chamados jornais alternativos políticos, citados por Bernardo Kucinski:

Havia, basicamente, duas grandes classes de jornais alternativos. Alguns, predominantemente políticos, tinham raízes nos ideais de valorização do nacional e do popular dos anos 50 e do marxismo valorizado dos meios estudantis nos anos 60. Em geral pedagógicos e dogmáticos, os jornais alternativos políticos foram, no

entanto, os únicos em toda a imprensa brasileira a perceberem os perigos do crescente endividamento externo, ainda em 1973, e o agravamento das iniquidades sociais. (KUCINSKI, 1991, p.14)

Ainda segundo Kucinski (1991), os veículos alternativos também rompiam com o *status quo* ao apresentar uma investida contra o autoritarismo na esfera dos “costumes”. Baseando-se em movimentos de contracultura norte-americanos, eles apresentavam novas temáticas, como homossexualidade, direitos da mulher, crítica ao conservadorismo da classe média da época, e buscavam uma “ruptura cultural” com o sistema então vigente. No entanto, assim como os jornais alternativos políticos, estes também “atuavam no plano da contingência política, opondo-se ao regime até mais visceralmente” (KUCINSKI, 1991, p.15). Em suma:

Os jornais alternativos da época conseguiram reunir várias tendências, desde a discussão político-intelectual até as manifestações mais descompromissadas de humor. Em comum, esses jornais apresentavam a característica da resistência ao regime militar. Tinham uma postura de oposição ao governo bem mais contundente do que a grande imprensa e denunciavam sistematicamente violações dos direitos humanos como torturas e prisões ilegais, além de críticas ao modelo econômico. (COELHO, 2005, p.9)

Um dos exemplos clássicos de ruptura com o sistema, nos anos 70, foi o jornal O Pasquim. Ele surgiu num dos períodos mais duros do regime militar, na época do AI 5, Ato Institucional do governo militar que fortaleceu ainda mais as perseguições políticas e o cerceamento das liberdades individuais, além de dismantlar as principais formas críticas de expressão cultural (COELHO, 2005). Talvez por isso, o jornal apresentava um foco mais satírico em suas matérias, para assim burlar a ditadura e as perseguições do regime:

Os humoristas d'O Pasquim não praticavam o humor diversionista, ou como forma de reintegração do indivíduo no sistema. Era um humor fortemente centrado na denúncia da coerção e da violação dos direitos humanos. Assim como a charge norte-americana atingiu seu apogeu durante as guerras mundiais, depreciando o inimigo, ao mesmo tempo em que oferecia alívio às famílias dos soldados, o humorismo pasquiano sob a ditadura agredia o aparelho dominador com ironia funda [...]. (KUCINSKI, 1991, p.165-165)

Dessa forma, O Pasquim foi um dos jornais mais importantes da imprensa alternativa brasileira, e chegou a vender 225 mil exemplares semanais. Fizeram parte da sua equipe grandes nomes do jornalismo, como Millôr Fernandes (que, em 1964, havia fundado outro representante da imprensa alternativa, o contestador Pif Paf), Jaguar, Ziraldo, Fausto

Wolf, Paulo Francis, Henfil, Ivan Lessa, Sérgio Cabral, dentre outros:

O Pasquim foi lançado em 26 de junho de 1969 sem grande alarde, mas também sem falsa modéstia. No editorial do primeiro número, a equipe dizia a que vinha: 'O Pasquim surge com duas vantagens: é um semanário com autocrítica, planejado e executado só por jornalistas que se consideram geniais e que, como os donos dos jornais não conhecessem tal fato em termos financeiros, resolveram ser empresários. É também um semanário definido, a favor dos leitores e anunciantes, embora não seja tão radical quanto o antigo PSD. (COELHO, 2005, p.38)

Na atualidade, um dos principais representantes da imprensa alternativa é a revista Caros Amigos. Criada em abril de 1997, a revista se destaca por conter reportagens sobre temas variados, ensaios sobre questões nacionais e internacionais, opiniões, seções críticas sobre arte, política, comportamento, humor etc. No entanto, tal qual a imprensa alternativa dos anos 70, Caros Amigos possui certo grau de combatividade:

Embora sua fórmula não seja de fato nova ou revolucionária, ela ganha importância e repercussão pública justamente por resgatar a preocupação com os textos de autor e as narrativas bem apuradas e contadas. Além disso, abre espaço para reflexões que rompem com a perspectiva da verdade absoluta e do pensamento único neoliberal, dando contornos claros a seu viés contrahegemônico – e, nesse sentido, ela seria uma espécie de “oxigênio revitalizador”, um contraponto à atual produção feita pela grande imprensa. (BICUDO, 2002, p.4)

Felix afirma que “todo trabalho empreendido no sentido de desequilibrar o consenso dominante poderia se classificar como contra-hegemônico” (FELIX, 2008, p.73). É nesse contexto que se apresenta a imprensa alternativa do século XXI. Apesar de não ter a combatividade historicamente marcada pelos veículos da década de 70, que precisavam se utilizar, inclusive, da criatividade para romper a censura, os veículos atuais lutam contra outros princípios hegemônicos. O que não minimiza o seu grau de ruptura com o *status quo*. Caros Amigos é um exemplo claro dessa atuação. De acordo com Bicudo:

A análise de algumas das reportagens publicadas pela revista nos permite destacar duas características principais, que, em “Caros Amigos”, aparecem pintadas em cores bem vivas. Em primeiro lugar, há um desejo manifesto de nadar contra a corrente e fugir do discurso do mercado e de seus valores, apresentando outros temas, personagens, pautas e enfoques ao debate público. São as premissas que permitem buscar dizer o que a hegemonia não diz ou esconde, ou, em outras situações, fazê-lo de maneira diferente. É nesse sentido que ela é contra-hegemônica. Contra o individualismo consumista, oferece a possibilidade de uma outra visão de mundo, coletiva e solidária; contra a imposição reducionista e autoritária do “eu sei e apenas quero comprovar minha tese com essa matéria”, surge a porta aberta para a descoberta, o “a princípio eu não sei e quero entender melhor como é que essas coisas funcionam, o que essas pessoas têm a me dizer, como elas se relacionam e enxergam o mundo”. (BICUDO, 2002, p.5-6)

Já a “comunicação comunitária” nem sempre está associada à ruptura com o *status quo*. Yamamoto (2007) é um dos estudiosos que lança luz a essa questão, problematizando o fato. Para ele, enquanto o popular apresenta um caráter mais subversivo, o comunitário, na contemporaneidade, tem se mostrado um mecanismo de conformação com o sistema social e as estruturas pré-estabelecidas. Citando uma possível cooptação desses veículos pelos sistemas hegemônicos de comunicação, ele afirma:

O significado histórico de 'comunitário e popular' indica práticas contrárias e conflitivas: ao passo que o primeiro busca a conformação com o sistema social e suas estruturas pré-estabelecidas, o segundo procura formas de ruptura, por meio da construção de uma hegemonia popular. Na vertente do 'popular', a perspectiva não é a ingerência do poder dominante ou a reprodução de seus mecanismos de exclusão, práticas vigentes na comunicação comunitária; mas a ampliação dos direitos, do exercício de uma cidadania que abarca além de sua dimensão política, a igualdade social e econômica (tais reivindicações perpassam os movimentos sociais e grupos sociais, embora de forma fragmentada ou sob o rótulo das diferenças culturais). (YAMAMOTO, 2007, p.2).

É inegável que, no contexto atual, existem diversos veículos que se intitulam “comunitários”, mas cujos princípios e linha editorial vão de encontro ao que preceitua o significado do termo, traçado por autores como Peruzzo (1998) e Paiva (1998)³. Exemplos claros são os jornais de interior, que, segundo Dornelles (2004), muitas vezes se intitulam comunitários. Citando o exemplo da imprensa do interior do Rio Grande do Sul, a pesquisadora chegou à seguinte conclusão, em sua tese de doutoramento pela USP:

No Rio Grande do Sul, para os profissionais da área, imprensa interiorana é aquela que pratica o jornalismo comunitário. O conceito de imprensa comunitária, no entanto, não foi, ainda, claramente definido pelos proprietários de jornais do Estado, mas certamente não é o jornalismo comunitário já consagrado na bibliografia. (DORNELLES, 2004, p. 131).

Destaca-se que, na realidade pesquisada por Dornelles, todos os 14 jornais analisados (em 14 cidades diferentes) possuíam fins lucrativos e não abriam espaço direto para a participação da comunidade. Ou seja, 100% dos veículos analisados não possuíam uma das principais características atribuídas ao jornalismo comunitário. Portanto, apesar de

³ Para essas autoras, a comunicação comunitária está relacionada ao incentivo da participação popular e da cidadania; portanto, trata-se de veículos que rompem com o discurso adotado pela grande mídia, que visa prioritariamente o lucro.

parecerem sinônimos, percebe-se que houve a utilização inadequada do termo comunitário pela imprensa do interior.

Outro fato a se destacar é que os grandes meios de comunicação também costumam utilizar o termo comunitário de forma inadequada. Como afirma Peruzzo, “a grande mídia também incorporou a palavra 'comunitário' para designar algumas de suas produções” (PERUZZO, 2008, p.369). Exemplo clássico é o site de notícias Folha Online, que utiliza o termo na seção do jornalista Gilberto Dimenstein. Apesar de possuir o caráter de prestação de serviços e ter a pretensão de “informar ao leitor em que vale a pena prestar atenção”, o conteúdo do site não pode ser considerado como comunitário, principalmente por ele estar ligado a um dos principais conglomerados de comunicação do país⁴, o grupo Folha da Manhã.

Nesse contexto de tamanha contradição, ressalta-se ainda a existência de veículos que oficialmente são comunitários, mas cuja atuação na sociedade não se estabelece como tal. As rádios comunitárias, oficializadas pela Lei do Serviço de Radiodifusão Comunitária em 1998 (Lei 9612/98), são exemplos claros. De acordo com Ilza Girardi e Rodrigo Jacobus:

As rádios chamadas comunitárias devem ser realmente democráticas. A sua grande vantagem sobre as rádios comerciais é justamente a possibilidade de qualquer pessoa da comunidade participar. Além disso, são mais específicas, falam sobre assuntos locais, que dizem respeito à comunidade e que normalmente não são noticiados em emissoras comerciais. Assim, são capazes de mobilizar a população a buscar melhorias na qualidade de vida, formando identidade coletiva, abrindo espaço para a exigência de direitos e mudanças no que não está sendo cumprido nem atendido. Através das rádios comunitárias, pessoas e vozes que dificilmente são ouvidas nas redes comerciais têm espaço para suas manifestações. (GIRARDI; JACOBUS, 2009, p.10)

No entanto, afirma Felix:

[...] não faltam exemplos de rádios “comunitárias” operadas por instituições vinculadas ou mantidas por políticos ou líderes religiosos. Ou ainda aquelas que, valendo-se do título de comunitárias, entram no “jogo do mercado”, veiculando o mesmo tipo de programação das rádios comerciais. Em resumo: há fortes indícios de que o comunitário no Brasil nem sempre coincide com o contrahegemônico.

⁴ De acordo com Eduardo Granja Coutinho e Raquel Paiva (2007, p.3), “hoje, sete grupos controlam 80% de tudo o que é visto, ouvido e lido no país”. A Folha da Manhã faz parte desse grupo, ao editar os jornais Folha de S.Paulo e Agora São Paulo, além do portal de jornalismo Folha Online. Os outros seis grupos familiares que monopolizam o sistema de comunicação brasileiro são: Organizações Globo, SBT, Grupo Bandeirantes, RBS, O Estado de São Paulo e Editora Abril.

(FELIX, 2008, p.72)

Logo, a afirmação de Yamamoto (2007), que acredita que muitas vezes a comunicação comunitária serve como mecanismo de conformação com o sistema social e suas estruturas pré-estabelecidas, pode ser aplicada nesse contexto de utilização indevida do termo. No entanto, quando surgidas dos movimentos sociais populares, ou mesmo de ONGS e entidades devidamente comprometidas com a comunidade, o potencial de ruptura da comunicação comunitária pode se restabelecer, mesmo que em níveis diferentes daqueles vivenciados pelo jornalismo popular e pela imprensa alternativa.

Neste estudo, não consideramos que a comunicação comunitária seja conivente com o *status quo*, ao apresentar uma combatividade diferente daquela experimentada pelo jornalismo popular. Reitera-se que, apesar de ser inegável a existência de veículos que se dizem comunitários, mas cuja estrutura (inclusive financeira) demonstra o contrário, ainda assim é possível verificar o potencial positivo (e propulsor de uma nova proposta de comunicação) de grande parte dos veículos que se propõe a fazer jornalismo comunitário.

Além disso, é importante considerar o contexto atual, que inviabiliza o surgimento de veículos com a combatividade característica dos anos de ditadura militar. Conforme afirma Felix, “vista sob a combativa herança política dos movimentos nascidos na década de 1960, boa parte das iniciativas contra-hegemônicas atuais pareceria tímida em relação à linguagem, ao formato e aos objetivos” (FELIX, 2008, p.73). Entretanto, afirma a pesquisadora, “olhando de perto, vê-se um projeto político consistente. Por trás do comunitário, alternativo ou contra-hegemônico, freqüentemente existe o desejo de dar voz a uma minoria” (FELIX, 2008, p.73).

Nesse contexto, ao se tornar um mecanismo de expressão da cidadania da comunidade, a comunicação comunitária está fazendo um embate teórico com os demais meios de comunicação, que não abrem espaço para essas temáticas. Portanto, mesmo atuando em uma dimensão diferente daquela adotada pela comunicação popular, que objetiva, em

muitos casos, a ruptura radical com a estrutura social e a formação de uma hegemonia popular a partir de uma consciência de classe, o jornalismo comunitário possui um potencial de transformação.

[...] os jornais comunitários se constituem numa importante expressão da mobilização popular por sua capacidade de *contestação* social [grifo nosso]. Ouvindo a comunidade, em vez da “fonte oficial”, os veículos comunitários conseguem dar uma nova dimensão mesmo a questões a respeito das quais o consenso já se estabeleceu. Justamente nessa versão extra-oficial, que põe em dúvida o discurso hegemônico, se concentra toda intencionalidade da comunicação. (FELIX, 2008, p.74-75)

Ou seja, enquanto na comunicação popular a ruptura com o *status quo* parte da formação de uma consciência de classe (logo, os excluídos, ao tomarem conhecimento de sua situação na sociedade, buscam um rompimento com esta situação, vislumbrando a construção de uma hegemonia popular), na comunicação comunitária esse rompimento se dá no nível da emissão de mensagens compromissadas com a cidadania. Trata-se, portanto, de mensagens alternativas ao conteúdo produzido pelos meios de comunicação de massa.

Essa é a dimensão ressaltada por Miani (2006), para quem, na comunicação comunitária, a ruptura se dá a partir da disputa pela hegemonia no campo da comunicação, tendo em vista, principalmente, a situação de monopólio dos meios de comunicação tradicionais. Ressalta-se, no entanto, que apesar de estarem em dimensões diferentes (a primeira, na dimensão social da construção de uma nova sociedade, enquanto a segunda na dimensão da comunicação social), tanto os veículos populares quanto os comunitários favorecem a ruptura com o *status quo*.

Considerando a comunicação comunitária como o processo de produção de experiências comunicativas, portanto uma prática social, desenvolvido no âmbito de uma comunidade com vistas à conquista da cidadania, através de práticas participativas, e possibilitando aos indivíduos interagentes o resgate da sociabilidade perdida, admitimos que essa modalidade de prática comunicativa participa de maneira significativa no processo de disputa pela hegemonia no campo da comunicação. (MIANI, 2006, p.7)

Essa ruptura, nos veículos comunitários, se dá principalmente a partir da emissão de mensagens que valorizam a cidadania, contrariando os meios de comunicação da mídia

oligopolizada, que privilegiam o capital; ou seja, a comunicação comunitária “possibilita uma ruptura com a concepção e o modo de fazer comunicação das grandes empresas do setor, que configuram o monopólio midiático” (MIANI, 2006, p.8). Explicando melhor:

As experiências comunicativas derivadas de uma comunidade se desenvolvem a partir de valores e objetivos que rompem, na sua grande maioria, com a natureza restrita do produto comunicativo imposto pelas corporações midiáticas, tomado como mercadoria dotada essencialmente de valor de troca. Na comunicação comunitária, o valor de uso é reabsorvido e ganha novos sentidos e contornos na dinâmica da produção e circulação de informações entre os integrantes de uma determinada comunidade. (MIANI, 2006, p.8)

Logo, com o jornalismo comunitário a comunidade tende a tornar-se um espaço de resistência, possibilitando o despertar crítico dos seus membros, num processo que Rosinaldo Miani denomina de “desalienação”. Esse processo faz frente aos mecanismos de anulação individual promovidos pelo capitalismo, proporcionando assim “uma melhor compreensão dos indivíduos sobre sua realidade concreta e, conseqüentemente, uma maior autonomia e consciência na proposição de ações que julguem pertinentes ao bem-estar de sua comunidade” (MIANI, 2006, p.8).

É também a partir da educomunicação⁵ que a mídia comunitária põe em dúvida esses ideais pre-estabelecidos pela grande imprensa. Ao favorecer a participação, a cidadania, a auto-estima comunitária, e ao abrir espaço para temáticas pouco ou quase nunca abordadas pela mídia convencional, a comunicação comunitária favorece a reflexão dos indivíduos nela envolvidos; reflexão esta que pode levar a uma ação consciente e transformadora, a partir do conhecimento dos mecanismos utilizados pela grande imprensa.

[...] no momento em que os indivíduos, atuando e refletindo, são capazes de perceber o condicionamento de sua percepção pela estrutura em que se encontram, sua percepção começa a mudar, embora isto não signifique ainda a mudança da estrutura. É algo importante perceber que a realidade social é transformável; que feita pelos homens, pelos homens pode ser mudada; que não é algo intocável, um fado, uma sina, diante de que só houvesse um caminho: a acomodação a ela. É algo importante que a percepção ingênua da realidade vá cedendo seu lugar a uma percepção que é capaz de perceber-se; que o fatalismo vá sendo substituído por uma

⁵ Para Cicilia Peruzzo (2002), a educomunicação é forjada na organização e ação de movimentos populares, ONGS, organismos do terceiro setor etc, que se mobilizam na tentativa de garantir os direitos fundamentais da pessoa humana. Logo, as oficinas de leitura crítica dos meios, comumente realizadas por iniciativas de comunicação comunitária, fazem parte de estratégias de educomunicação.

crítica esperança que pode mover os indivíduos a uma cada vez mais concreta ação em favor da mudança radical da sociedade (FREIRE, 1978, p.39-40 apud LAHNI, 2004, p.124).

Destaca-se o fato de que mesmo os veículos populares têm apresentado, em menor ou menor escala, uma perda da combatividade, nos últimos tempos. Bruno Fuser (2004), ao analisar as formas como os trabalhadores do ABC Paulista se relacionavam com a comunicação (jornais, boletins, cartazes etc) produzida pelo sindicato a que pertencem – no caso, o Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, concluiu que a participação na produção do veículo de informação do Sindicato é “excludente, restrita à própria diretoria da entidade e a grupos organizados considerados uma extensão do Sindicato” (FUSER, 2004, p.325).

Segundo Fuser:

O jornal evita o confronto com as chefias – coerente com a política de entendimento classista descrita anteriormente – e não publica notícias sobre os diversos pontos de vista sobre o movimento sindical – comprovando a ausência de espaço à divergência, à pluralidade, e o controle da máquina sindical por uma só tendência. (FUSER, 2004, p.325)

Em contrapartida, o Jornal do MST é um exemplo de combatividade forte, nos últimos tempos. Segundo Souza, o jornal “desempenha um papel de aglutinador de idéias que visam transformar o campo brasileiro e propõe uma Reforma Agrária que traz em seu bojo a modificação das estruturas de produção no Brasil” (SOUZA, 2007, p.1). Logo, trata-se de um veículo de comunicação popular que ainda não perdeu a combatividade, assim como o órgão que o edita, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra. Ou seja, o Jornal do MST apresenta uma ruptura baseada na consciência de classe social e na busca por uma hegemonia popular.

Criado oficialmente em 1984, no município de Cascavel, estado do Paraná, o MST reivindica a Reforma Agrária e combate os latifundiários, o agronegócio e as políticas de cunho neoliberal. Ou seja,

O movimento dá continuidade a um histórico de lutas populares e sustenta sua organização na ligação com a realidade do camponês e na avaliação política constante e prática, de acordo com seus princípios organizativos, como a direção coletiva, o estudo e o vínculo com a base social. (SOUZA, 2007, p. 02)

Logo, o Jornal do MST é um veículo popular com origem no movimento social. No entanto, diferentemente de outros veículos da atualidade, sua combatividade permanece. A partir do discurso transmitido, que enfatiza a necessidade das políticas de reforma agrária, no Brasil, o Jornal é capaz de tornar-se contra-hegemônico, e “criar sua auto-representação, distanciada dos estereótipos, e de apropriar-se de sua história, desconstruindo as narrativas hegemônicas” (FELIX, 2008, p.75) e, dessa forma, lutando por uma hegemonia popular.

3.3 INCENTIVO À CIDADANIA

A comunicação comunitária é uma das principais ferramentas que estimulam a cidadania, dentro do contexto dos movimentos sociais populares. Seja através do incentivo à participação ou mesmo do fortalecimento dos laços de pertença dentre os indivíduos, a comunicação comunitária favorece a cidadania. Segundo Peruzzo:

As pessoas, ao participarem de uma práxis cotidiana voltada para os interesses e necessidades dos próprios grupos a que pertencem ou ao participarem de organizações e movimentos comprometidos com interesses sociais mais amplos, acabam inseridas num processo de educação não formal que contribui para a elaboração – reelaboração – das culturas populares e formação para a cidadania. (PERUZZO, 2002, p.2)

Nesse estudo, utilizamos um conceito de cidadania que vai além do simples conhecimento dos direitos e deveres. Trata-se da possibilidade de todos os cidadãos participarem, ativamente, como agentes do processo democrático. Logo, tal conceito engloba não apenas os direitos relacionados à liberdade individual e à participação política, mas também o acesso ao patrimônio social, ao lazer, às condições e leis do trabalho, à moradia, à educação, à saúde, à aposentadoria... e aos meios de comunicação.

O pesquisador Amarildo Carnicel considera a comunicação comunitária como um instrumento da cidadania. Para ele, “comunitário e cidadania [são] práticas indissociáveis; uma só pode existir mediante realização/presença da outra” (CARNICEL, 2005, p. 45). Ainda

segundo o estudioso, “a cidadania existe mediante a participação de toda sociedade em condições de igualdade” (CARNICEL, 2005, p. 45).

Nessa linha de raciocínio, Cicilia Peruzzo ressalta a importância não apenas da emissão de conteúdos educativos pela mídia comunitária, mas da possibilidade de abrir espaços para a participação. Segundo a pesquisadora, “o ideal é possibilitar a oportunidade de aprendizado não só pelas mensagens divulgadas mas também pelo envolvimento direto na sua produção e difusão” (PERUZZO, 2008b, p. 376).

Cláudia Lahni (2004), em artigo sobre o ensino da comunicação e a importância da leitura crítica dos meios para a conscientização da sociedade, afirma que a informação é fundamental para a cidadania. Citando autores como Dalmo de Abreu Dallari, Norberto Bobbio e Victor Gentilli, a pesquisadora relata a forte ligação entre comunicação, informação e conhecimento dos direitos, na contemporaneidade. Ressalta-se, obviamente, que o “tipo” de comunicação mencionado por Lahni não é “qualquer comunicação”, mas aquela comprometida com a formação cidadã.

Nesse contexto, tanto a comunicação popular como a imprensa alternativa são, também, instrumentos propulsores da cidadania. A comunicação popular, na medida em que conscientiza, mobiliza e cria condições para educar os cidadãos politicamente, além de informar e dar espaço para as manifestações culturais do povo. Conforme afirma Marco Morel, no livro “Jornalismo popular nas favelas cariocas”:

[...] o jornalismo popular deve ser um jornalismo feito por e para as classes trabalhadoras, numa ligação orgânica com os respectivos movimentos sociais. Assim, a imprensa sindical e a imprensa camponesa, por exemplo, são também jornalismo popular, existentes, mas pouco estudadas ainda no Brasil contemporâneo. (MOREL, 1986, p.120-121)

Já que o conceito de cidadania está relacionado a manutenção dos direitos e deveres (civis, políticos e sociais) nem sempre respeitados, ele está presente também na imprensa alternativa. Essa imprensa, que teve seu ápice nos anos 70, durante a ditadura militar, tinha como principais lutas os direitos civis e políticos dos cidadãos. A censura, por

exemplo, infringia o princípio da liberdade de expressão. E os jornais da imprensa alternativa atuavam na expectativa de, mesmo através da ironia, lutar contra os sensores do governo militar. Portanto, diferentemente dos veículos de massa, a imprensa alternativa “não é pautada pelo mercado consumidor, mas pela cidadania” (COELHO, 2005, p.74).

Em comum, esses jornais apresentavam a característica de resistência ao regime militar. Tinham uma postura de oposição ao governo bem mais contundente do que a grande imprensa e denunciavam sistematicamente violações dos direitos humanos como torturas e prisões ilegais, além de críticas ao modelo econômico. (COELHO, 2005, p. 8)

3.4 FINS LUCRATIVOS

A imprensa alternativa era débil do ponto de vista econômico,, afirma o pesquisador e jornalista Bernardo Kucinski (1991). Segundo ele, os jornais alternativos do passado “perdiam suas receitas de vendagem em banca porque não conseguiam criar uma alternativa de distribuição que os libertasse das comissões extorsivas cobradas pelas grandes distribuidoras” (KUCINSKI, 1991, p.118). De acordo com Kucinski, as comissões chegavam a 45% do preço de capa dos veículos.

Além disso, as falhas de administração, as dissidências internas e os constantes ataques da ditadura militar influenciaram no insucesso financeiro dos alternativos:

Um fato que atingiu duramente os alternativos foi a série de explosões de bombas em bancas de jornais, em 1980. As detonações atingiam, particularmente, as bancas que vendiam esse tipo de jornais que, temerosas, passaram a recusar sua distribuição. Como os alternativos, em geral, dependiam mais das vendas do que de anunciantes, o estrangulamento financeiro foi inevitável. (COELHO, 2005, p.24)

A debilidade financeira desses jornais é comprovada pela tese de doutorado de Kucinski, que foi posteriormente transformada em livro. Citando o grande sucesso do principal jornal da época, O Pasquim, que chegou a vender 225 mil exemplares em uma semana, ele afirma:

Por duas vezes, os jornalistas d'O Pasquim obtiveram ganhos suficientes para transformá-lo num dos grandes grupos editoriais brasileiros [...]. Essas duas oportunidades foram perdidas por inapetência empresarial, o mesmo fenômeno que atingiria, em intensidade variada, toda a imprensa alternativa dos anos 70. Em O

Pasquim, o desmando financeiro teve maior importância porque suas receitas eram consideráveis. (KUCINSKI, 1991, p.167)

Já a comunicação comunitária e a comunicação popular não possuem fins lucrativos. Conforme afirma Peruzzo (2008b), esses veículos são baseados em princípios públicos e possuem propriedade coletiva. Portanto, para favorecer a difusão de seus ideais e principalmente democratizar o acesso aos conteúdos, veículos comunitários e, também, os populares não visam o lucro. E quando são vendidos, os preços são bem abaixo dos praticados pelo mercado, e servem apenas para subsidiar os custos de manutenção. É o caso, por exemplo, da Revista do MST, veículo popular que é vendido por R\$5,00, nas bancas.

Na próxima página, apresentamos um resumo das principais diferenças entre os conceitos de jornalismo popular, imprensa alternativa e jornalismo comunitário abordadas nesse estudo.

Quadro 1: Diferenças entre jornalismo comunitário, imprensa alternativa e jornalismo popular

Característica	Jornalismo popular	Imprensa anternativa	Jornalismo comunitário
Origem	Movimentos sociais,	No passado, teve origem na pequena	Na comunidade; não apenas nos movimentos

	movimento operário e sindical; classes trabalhadoras.	e média burguesia (jornalistas e intelectuais), que se opunham à ditadura militar. Na atualidade, origina-se na esquerda política organizada.	sociais populares, mas também em ONGS, associações, entidades civis em fins lucrativos.
Participação popular	Sim. Apesar de, em alguns casos, essa participação estar reduzida ao envio de matérias (ou seja, não existe a possibilidade de participação na administração e gestão do produto)	Por ser formada por representantes da pequena e média burguesia, jornalistas e intelectuais, a imprensa alternativa, essencialmente, não favorece a participação popular.	Quando originário dos movimentos sociais, o jornalismo comunitário incentiva a participação popular em todos os níveis. No entanto, quando a origem se dá em ONGS e Associações, excluem-se, muitas vezes, as possibilidades de gestão e administração do veículo.
Ruptura	Visa, principalmente, a transformação da estrutura social e a construção de uma hegemonia popular, a partir da consciência de classe. No entanto, ressalta-se que na atualidade essa combatividade também tem sido minimizada.	No passado, rompia-se com a ditadura; na atualidade, rompe-se principalmente com o modelo neoliberal, a partir de uma origem nos partidos políticos de esquerda (caso da revista Caros Amigos, braço do PT na imprensa alternativa do século XXI).	Visa uma ruptura com a concepção e o modelo de fazer comunicação das grandes empresas do setor. Logo, trata-se da busca por hegemonia no campo da comunicação. Ou seja, esses veículos apresentam uma nova proposta de comunicação, mais dialógica, educativa, cidadã, indo, assim, de encontro aos princípios da mídia tradicional. As experiências de leitura crítica dos meios comprovam o seu potencial de propulsor da ruptura do jornalismo comunitário.
Incentivo à cidadania	Ao buscar uma consciência de classe e objetivar a hegemonia popular, proporciona-se a cidadania.	No passado, ao lutar contra a ditadura militar, a tortura, a censura. No presente, ao favorecer a pluralidade de	O jornalismo comunitário reforça a auto-estima, a saúde, a educação, a educomunicação, a visão crítica etc.

		opiniões no cenário comunicacional.	
Fins lucrativos	Não possui fins lucrativos. No entanto, o conceito de Cicilia Peruzzo, que inclui o “popular-massivo” refere-se a um tipo de jornalismo que objetiva o lucro.	Sim. No passado, essa imprensa apresentava uma “debilidade” do ponto de vista econômico.	O jornalismo comunitário não objetiva o lucro.

Quadro 2: Os exemplos de jornal comunitário, imprensa alternativa e jornal popular citados neste estudo

Exemplos citados neste estudo	Jornal do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC Paulista Jornal do MST	O Pasquim Revista Caros Amigos	Jornal O Cidadão Jornal da Pastoral da Criança
Característica(s) contrastada(s)	Combatividade/ruptura	Ruptura (no passado e no presente)	Origem e nível de participação popular

4. O COMUNITÁRIO, O ALTERNATIVO E O POPULAR NO JC

Para analisar se o Jornal de Chiador é um veículo comunitário, alternativo ou popular, utilizaremos o método quali-quantitativo⁶, mesclando dados percentuais com análises contextualizadas que nos permitirão, ao final do estudo, responder à principal pergunta desta monografia. O primeiro anexo deste trabalho, intitulado “A análise das edições do Jornal de Chiador”, fornece o detalhamento de todas as respostas referentes aos quesitos “participação popular”, “ruptura” e “incentivo à cidadania”. A exclusão de duas características – “origem” e “fins lucrativos” – deve-se ao fato de elas serem bastante genéricas e não possibilitarem uma análise matéria por matéria, mas sim do veículo como um todo.

Dessa forma, das cinco características por nós atribuídas como principais diferenciadoras dos conceitos de comunitário, alternativo e popular, três serão analisadas também de maneira quantitativa (através de percentuais). As demais, apenas de maneira qualitativa. Para uniformizar esta análise e possibilitar uma melhor compreensão por parte dos leitores, decidimos tematizar tais características. Ou seja, dividiremos “participação popular”, “ruptura” e “incentivo à cidadania” em temáticas específicas; ora de acordo com uma estratégia própria, criada a partir da revisão bibliográfica mencionada no capítulo anterior, ora a partir de assuntos que mais se repetiram durante a análise.

Para tematizarmos a primeira característica, basearemos-nos em Peruzzo (1999), para quem a participação popular pode significar, numa gradação crescente:

(...) o simples envolvimento das pessoas, geralmente ocasional, no nível das mensagens, ou seja, dando entrevistas, avisos, depoimentos, sugestões ou cantando, pedindo a inserção de músicas e aderindo a concursos; elaborar matérias (notícias, poesias, desenhos); compartilhar a produção global de um jornalzinho, do programa de rádio etc.; tomar parte na definição da linha política, do conteúdo, do planejamento, da edição, do manejo dos equipamentos; compartilhar o processo de gestão da instituição comunicacional como um todo.(PERUZZO, 1999, p.142-143)

⁶ No método quali-quantitativo, considera-se o objeto de pesquisa sob dois aspectos: o quantitativo, ou seja, aquele que pode ser traduzido em números, e o qualitativo, que se encontra na categoria da análise interpretativa.

Dessa forma, classificaremos a “participação popular” em 3 quesitos: participação direta, participação direta como colaborador e participação indireta. Neste trabalho, denominamos participação direta aquela que envolve a atuação na elaboração da matéria, ou seja, na apuração, redação do texto e planejamento da fotografia. Ou seja, teremos a participação popular direta quando algum representante da comunidade puder atuar na confecção da reportagem. No entanto, não poderemos considerar a diagramação das matérias pois, conforme já mencionado anteriormente, o Jornal de Chiador não possui sede própria nem mesmo computadores que viabilizem esse tipo de trabalho.

Já a participação direta como colaborador acontece quando a atuação não se dá de maneira independente, mas sim a partir do auxílio de profissionais de comunicação, neste caso específico, o editor do veículo. Logo, teremos esse tipo de participação quando os moradores da comunidade puderem atuar em alguma(s) das fases de elaboração da reportagem, mas não em todas elas. Consideramos fases de elaboração: planejamento (pauta), apuração, redação e fotografia. A etapa de edição não será considerada, tendo em vista que ela é sempre realizada pelo editor do Jornal.

Por fim, a participação indireta é a inserção de moradores da comunidade na matéria, a partir de seus depoimentos e fotografias (esta última não como fotógrafo, mas sim como indivíduo fotografado). É a chamada atuação como fonte, como personagem. Apesar dos termos participação direta e indireta sugerirem que há uma gradação de importância, ela não acontece em nossa análise. Partimos do princípio de que, no atual contexto de oligopólio midiático, tanto a participação como repórter (direta) como a participação como personagem (indireta) possuem um potencial de propulsor da cidadania.

Ressalta-se ainda o fato de que cada “tipo” de participação deve ser analisado dentro do seu contexto. Por exemplo: para uma moradora da comunidade que seja analfabeta, a única (e também a mais importante) forma de participar da produção do veículo será a

indireta, como fonte. No entanto, essa participação terá um fator bastante positivo, que é o reforço da auto-estima, por exemplo. Já a participação direta é importante nos casos em que o morador, já alfabetizado, sente a necessidade de expressar seus anseios e suas opiniões. Logo, ele tem condições de atuar como pauteiro, fotógrafo ou mesmo repórter do jornal.

Com relação à “participação direta como colaborador”, entendemos que ela seja um nível intermediário, que simboliza um estágio que poderá, futuramente, evoluir para a participação direta, a partir da apreensão das técnicas jornalísticas por parte dos moradores da comunidade. Esse aprendizado pode acontecer a partir de oficinas de jornalismo⁷, programas de TV que descortinem o fazer jornalístico para o grande público e até mesmo a partir da leitura do próprio jornal, caso ele estabeleça um constante convite para a participação comunitária⁸.

As outras duas características analisadas quali-quantitativamente – “ruptura” e “incentivo à cidadania” – não foram tematizadas. No entanto, foi necessário estabelecer alguns critérios, na hora da definição das respostas. No quesito “ruptura”, utilizaremos os conceitos de Kucinski (que relata, em “Jornalistas e revolucionários – nos tempos da imprensa alternativa”, algumas formas utilizadas pelos jornalistas e intelectuais da época para romper com a ditadura militar) e Miani (pesquisador que diferencia, com bastante clareza, os processos de ruptura no jornalismo popular e no jornalismo comunitário).

Dessa forma, analisaremos três tipos de ruptura, dentro do contexto do Jornal de Chiador: uma ruptura relacionada às lutas, objetivando a hegemonia das classes subalternas (comumente apresentada nas experiências de comunicação popular); uma ruptura relacionada com as lutas contra os mecanismos da ditadura militar (presente na imprensa alternativa do passado) e contra os princípios neoliberais (presente na imprensa alternativa do século XXI); e uma ruptura visando a hegemonia no campo da comunicação social, a partir do

⁷ Durante as 15 edições, o Jornal de Chiador realizou apenas uma oficina de jornalismo comunitário, em maio de 2009.

⁸ Nas 15 edições do Jornal de Chiador, foram contabilizados 36 convites à participação comunitária.

estabelecimento de estratégias que vão de encontro aos princípios da mídia tradicional. Esse último tipo de ruptura está presente nas iniciativas de comunicação comunitária. Os três “tipos” foram devidamente detalhados no capítulo anterior.

Já com relação ao quesito “incentivo à cidadania”, fizemos uma divisão de acordo com as temáticas que mais apareceram no Jornal. Aqui, consideramos como cidadania não apenas o conhecimento dos direitos e deveres, mas principalmente a possibilidade de todos os cidadãos participarem, ativamente, como agentes do processo democrático. Ou seja, um conceito que engloba não apenas a liberdade individual e a participação política, mas também o acesso ao patrimônio social, ao lazer, às condições e leis do trabalho, à moradia, à educação, à saúde, à aposentadoria, à informação, à comunicação social etc. Conforme afirma Muniz Sodré:

Cidadania, hoje, seria em resumo a voz de uma minoria enquanto dispositivo simbólico, com uma intencionalidade ético-política, dentro de uma luta contra-hegemônica, e não o estado de um sujeito politicamente passivo, embora confortado por suas possibilidades de organizar-se como consumidor dentro de uma ordem econômico-social gerida por grandes empresas capitalistas. (SODRÉ, 2007, p.16 apud FELIX, 2008, p.43)

Logo, “cidadania tem, aqui, um sentido muito mais amplo do que a simples noção de inclusão, tão comum nas esferas empresarial e política, a partir das quais se negocia o silêncio e a conformidade das massas” (FELIX, 2008, p.73). Nosso conceito de cidadania está relacionado a transformações sociais, que ocorrem a partir de instrumentos diversos, como a saúde, a educação, a cultura, a informação.

4.1 O UNIVERSO PESQUISADO

Analisaremos 15 edições do Jornal de Chiador, publicadas entre maio de 2008 e julho de 2009. Ao todo, serão 87 unidades informativas - texto ou imagem que pode ser considerado de forma independente, com coerência em termos de significado - incluindo

assim crônicas, charges, reportagens especiais, notas; todas elas analisadas em suas dimensões de texto e fotografia. Em cada uma das edições, optamos por pesquisar as editorias “Principal” (que contém a matéria principal daquela edição), “Charge”, “Crônica de Chiador” e outras três matérias que possuem chamadas na capa do Jornal, e que se localizam em editorias variadas.

A decisão pela análise de apenas 6 matérias em cada número deve-se, principalmente, à falta de tempo hábil para pesquisarmos a íntegra das 15 edições do Jornal, o que somaria um total de 120 páginas; ou seja, mais de 1200 unidades informativas. Dessa forma, optamos por analisar apenas as matérias de capa (a editoria principal e as três matérias com chamada) e a editoria “Charge” e “Crônica”, espaços dedicados exclusivamente à opinião da comunidade. Além disso, consideramos que tais matérias sejam realmente as mais importantes do periódico, por estarem situadas em locais de destaque (capa, contra-capas e página de Opinião).

Nesta análise, ocorreram duas exceções. A primeira está na edição de maio de 2009 (Ano II – nº13), que tinha como objetivo comemorar o primeiro aniversário do Jornal de Chiador. Dessa forma, os editores apresentaram, na capa, apenas uma manchete, relacionada com esse acontecimento, direcionando para a página 5, onde personalidades locais relatavam suas opiniões sobre o veículo. Ou seja, nessa edição não foi possível analisar a editoria Principal e as três chamadas inferiores, pois a capa só possuía uma chamada. Dizia o texto:

Durante os últimos 12 meses, Chiador e seus personagens foram retratados nas páginas do JC. De Dondoca a Fiota, passando por Branco, Itiberê e pela belíssima história de vida de Mônica. Nessa edição especial, você encontra reportagens mais do que especiais sobre o nosso aniversário. (Jornal de Chiador, maio 2009, p.1)

A outra exceção dessa análise aconteceu no primeiro número do Jornal, datado de maio de 2008. Naquela edição, não foi publicada a editoria Crônica de Chiador, mas sim um “Agradecimento”, redigido pelo editor do Jornal e direcionado à comunidade e a todos que colaboraram para a viabilização do projeto. Esse agradecimento foi publicado no mesmo

espaço gráfico onde, nas demais edições, foram publicadas as crônicas - o canto superior da página 8. Por isso, optamos por analisá-lo para, dessa forma, manter um certo grau de uniformidade deste estudo de caso.



Figura 7: Capa experimental, maio de 2008.



Figura 8: Capa da edição de aniversário.

4.2 A PARTICIPAÇÃO POPULAR NO JC

A participação direta (aquela que envolve os moradores na redação das matérias e/ou nas atividades de fotografia) foi verificada em 59,77% das unidades informativas analisadas. Neste percentual, consideramos apenas as matérias que foram redigidas exclusivamente por membros da comunidade, excluindo-se os visitantes da cidade que, esporadicamente, colaboraram com o Jornal. Além disso, excluímos dessa contagem as matérias que foram parcialmente redigidas por moradores, classificando-as como “participação direta como colaborador”. Esta participação, que envolve a presença do editor do veículo, em conjunto com membros do local, foi verificada em 18,39% das matérias.

Dentro do quesito “participação direta”, apresenta destaque a editoria “Crônicas

de Chiador”. Das 14 crônicas analisadas, apenas 1 não foi redigida por moradores do local. Trata-se do texto publicado na edição nº 14, datada de junho de 2009. Nesta edição, a jornalista Sayonara Lino fez uso do espaço para publicar uma de suas poesias, intitulada “Selva”. Apesar de não residir em Chiador e sequer conhecer a cidade, Sayonara teve contato com o Jornal na secretaria da Faculdade de Comunicação da UFJF, e decidiu encaminhar seu texto, que foi aprovado e publicado no veículo. Logo, esse foi o único caso onde a editoria “Crônica de Chiador” não apresentou a participação popular direta.

Um dos motivos para o alto percentual de participação direta no Jornal de Chiador são os constantes convites que estão inseridos nas edições do periódico. A própria editoria de crônicas apresenta, ao final de cada texto, o seguinte dizer - “Para participar: envie seu texto para o e-mail jornaldechiador@gmail.com ou entregue-o pessoalmente em nossa redação”. Logo, a comunidade sente-se convidada a participar do Jornal, enviando suas crônicas. Além disso, em todas as edições do Jornal foi verificado outros convites à participação popular, em espaços como o “Editorial” e a editoria “Cultura”⁹.

Reitera-se que, nesta análise, consideramos participação popular a inserção de conteúdos informativos pela própria comunidade de Chiador; ou seja, pelas pessoas que residem naquele município. Apesar de considerarmos que a vinculação do conceito de comunidade a questões geográficas e territoriais seja equivocada, decidimos utilizar esse critério pela inconveniência de considerarmos os laços afetivos como suficientes para determinar o nível de participação. Se agíssemos dessa forma, teríamos que considerar, por exemplo, o envio de um texto por uma pessoa que mora no exterior como participação popular direta, já que a mesma diz ter laços afetivos com a cidade e com os parentes e amigos que lá residem.

Esse caso específico aconteceu na edição 11 (ano II), do Jornal de Chiador. Nela,

⁹ Na primeira edição do Jornal, em maio de 2008, a editoria Cultura promoveu o concurso “A importância do jornal comunitário para Chiador”, em parceria com a Escola Municipal Santa Tereza. Ao final do texto havia um convite para que, na próxima edição, outros textos de alunos da rede de ensino fossem publicados.

Ana Araújo enviou ao Jornal, por e-mail, a crônica “Uma questão de consciência”. Moradora da Escócia, ela possui parentes em Chiador, e teve contato com o Jornal através desses familiares. Apesar de se tratar de uma participação importante, tendo em vista o alto grau de positividade do texto, que transmite princípios como educação e solidariedade, não pudemos considerar tal matéria como participação direta. Aliás, o texto não apresentava nem mesmo participação indireta, tendo em vista que não citava, diretamente, nenhum personagem local.

Tal como a crônica de Ana Araújo, 12,64% dos textos analisados não apresentaram nenhum tipo de participação popular (nem direta, nem direta como colaborador, nem indireta). Ou seja, das 87 unidades informativas analisadas, 11 não possuíam nenhuma participação popular. A maioria desses casos ocorreu devido à publicação de matérias produzidas exclusivamente pelo editor do Jornal; reportagens feitas por moradores de outras cidades e até países (como no caso mencionado acima) e a frequente utilização de charges que foram baixadas da internet; logo, que não possuem nenhuma relação com a comunidade local. Das 15 charges publicadas, por exemplo, 4 foram extraídas da rede mundial de computadores.

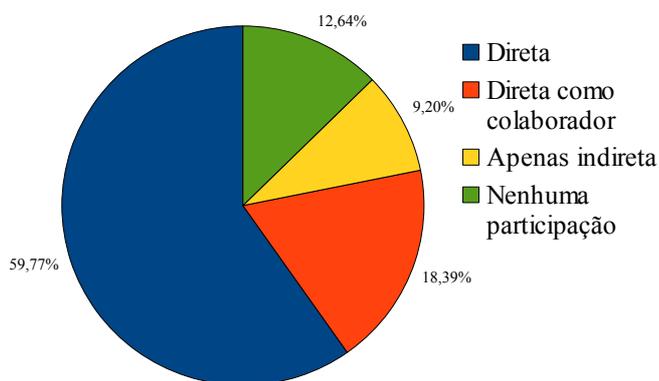


Figura 9: Participação popular no Jornal de Chiador.

De todas as edições analisadas, 87,36% apresentavam algum tipo de participação

popular. E a indireta (como fonte, personagem) merece uma análise detalhada. Das 15 edições, 54,02% apresentavam personalidades chiadorenses como entrevistados ou fotografados; já 45,98% das matérias não ouviu (nem fotografou) nenhum morador local. Apesar desse último índice – não participação popular - ser inferior ao de participação indireta, a sua alta taxa (40, num universo de 87 unidades informativas) suscita nossa reflexão. Afinal, porque o Jornal de Chiador deixa de ouvir os personagens locais em quase 50% de seus textos?

Um dos principais motivos é a grande quantidade de matérias pequenas (notinhas) que não citam fontes e que possuem tom de relatório. São matérias que, visivelmente, foram produzidas por moradores que desconhecem a técnica jornalística; logo, encaminham ao jornal textos que não possuem características de reportagem. As charges também possuem um grande peso nessa pouca participação indireta, já que raramente é possível identificar algum morador da comunidade em desenhos como estes. Por fim, os textos publicados na editoria “Crônicas de Chiador” também não costumam citar diretamente os moradores locais, por apresentarem, na maioria das vezes, críticas.

Ressalta-se o fato de que essa deficiência de participação popular como fonte tem relação direta com a pouca preparação da comunidade para o fazer jornalístico. Durante as 15 edições do Jornal, por exemplo, em apenas dois momentos foram divulgados convites para que a comunidade participasse de oficinas de jornalismo comunitário. No entanto, apenas um desses encontros foi realizado, em maio de 2009¹⁰. Essas oficinas teriam condições de preparar melhor os moradores para a prática da reportagem, ampliando, assim, a participação popular indireta nos seus textos.

Nesta pesquisa, associamos o termo participação popular indireta à inserção de

¹⁰ Segundo a edição nº 14 (junho de 2009), no dia 24/07 foi realizada a primeira oficina de jornalismo comunitário, na qual foram discutidas questões técnicas sobre a atividade da reportagem. O primeiro convite para uma oficina desse tipo foi divulgado na edição de maio de 2008, juntamente com uma solicitação para que os interessados realizassem as inscrições, via telefone. Como não houve inscrições, a oficina foi cancelada.

depoimentos, opiniões e fotos que retratem os moradores da comunidade. Ou seja, as matérias que citam apenas as fontes oficiais (políticos, secretários municipais, etc.) não foram consideradas, já que adotamos o quesito de participação popular relacionado ao povo, à comunidade. Dessa forma, não cometemos equívocos como o de considerar que as vozes da elite política local identificam uma real participação do povo, já que, na maioria das vezes, tais elites possuem interesses diversos daqueles almejados pela comunidade.

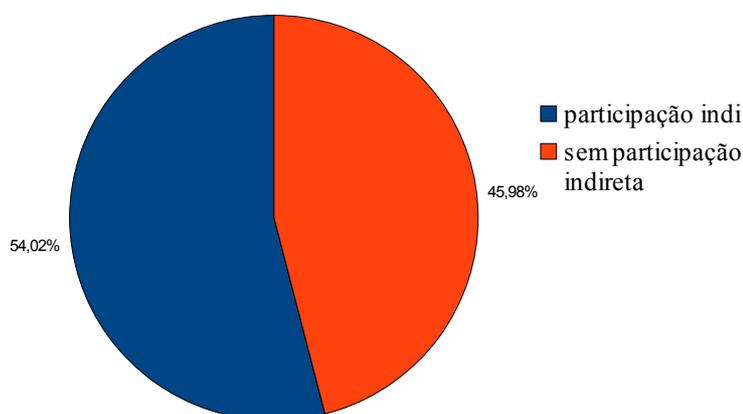


Figura 10: Participação indireta no Jornal de Chiador.

Nesse contexto, listamos abaixo algumas informações sobre os 13 moradores locais que, seja através de participação direta, direta como colaborador ou indireta, auxiliaram no processo de produção destas 15 edições do Jornal de Chiador. Nesta lista, constam apenas os nomes que efetivamente colaboraram com as matérias analisadas (6 unidades informativas em cada edição); ou seja, não contabilizamos as demais editorias do Jornal. Tais informações foram obtidas através de entrevistas, via telefone, além de alguns dados fazerem parte das próprias edições do Jornal.

Niza Terra: nascida no Rio de Janeiro, é filha do fundador da edição de 1996 do Jornal de Chiador, Oromar Terra. Estudante de Biologia à distância pelo Consórcio Cederj, trabalhava como professora, ministrando aulas particulares para crianças da cidade. No entanto, mudou-se para o Rio de Janeiro no final de 2008. Foi uma das fundadoras da nova edição do Jornal de Chiador, em 2008.

Alexandre Lopes: natural de Três Rios, RJ, reside em Chiador atualmente. É funcionário público da Prefeitura de Três Rios. Foi um dos idealizadores da nova edição do Jornal de Chiador.

Wladimir F. Matos: funcionário público da Prefeitura Municipal. É também poeta e DJ.

Mariana Terra: também filha de Oromar Terra. Reside em São Paulo, onde estuda Arquitetura, na USP.

Bernardo Fernandes de Almeida: morador do distrito de Penha Longa. Estudante de Matemática à distância, no Consórcio Cederj.

Rodrigo Galdino Ferreira: graduando em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora e funcionário público. Editor-chefe do Jornal de Chiador desde a sua fundação, em maio de 2008. Trabalha, também como voluntário, no “Talentos do Boa Nova”, projeto de jornalismo comunitário no bairro Parque Burnier, periferia de Juiz de Fora.

Arlety de Oliveira e Silva: uma das principais líderes comunitárias do distrito de Penha Longa. Filha de dona Dondoca, importante parteira da comunidade, falecida no final de 2008. Arlety é também uma das organizadoras do carnaval de Penha Longa.

Carla Izidora: empregada doméstica. Possui Ensino Médio completo e, atualmente, se prepara para fazer a prova do Enem – Exame Nacional do Ensino Médio. Irmã do editor do Jornal, é uma das moradoras que participa ativamente da realização de rifas e, também, da distribuição do jornais, mensalmente. Além disso, recebe o material que é

entregue pela comunidade, como fotos, textos e até mesmo doações. Reside em Chiador.

Rosineid Pereira Banhato: funcionária pública, na área de saúde da Prefeitura municipal de Chiador.

Gustavo Ferreira da Silva: tem 15 anos e é estudante da 7ª série do Ensino Fundamental; reside em Três Rios, com os pais, mas visita semanalmente Chiador, cidade na qual residem seus tios (dentre eles, o editor-chefe) e avós.

Daiton da Silva: 13 anos; reside na Parada Braga, distrito de Chiador.

Renata Oliveira Braga: moradora de Chiador. Possui Ensino Médio completo.

Luiz Antônio Maurício: jornalista recém-formado pela Faculdade Estácio de Sá de Juiz de Fora. Nasceu em Chiador, mas atualmente reside em Juiz de Fora. Fez parte do primeiro Conselho Editorial do Jornal de Chiador.

Lillian Lopes Marinho: funcionária da Embrapa Gado de Leite, em Juiz de Fora. Costuma visitar Chiador, cidade onde nasceu seu namorado, Luiz Antônio.

Carlos Henrique Izidoro Ferreira: tem 36 anos e trabalha no meio rural (como “roçador de pasto” e também realizando outros serviços). Estudou até a quarta série do Ensino Fundamental. É irmão do editor, e auxilia na distribuição do jornal e na venda dos bilhetes de rifa.

Anália Fernandes Alvim: tem 15 anos e cursa atualmente o 1º ano do Ensino Médio na Escola Estadual Estevão Pinto, em Chiador, cidade onde reside.

Ana Flávia Fernandes Alvim: irmã de Anália, tem 16 anos e cursa o 2º ano do Ensino Médio, na mesma escola. Participa ativamente das atividades da Igreja Católica do município.

Ícaro Fernandes Vieira: 12 anos. Cursa a 6ª série (7º ano) do Ensino Fundamental.

Ludmila Guadalupe: estudante de Jornalismo do Centro de Ensino Superior de

Juiz de Fora, cidade onde reside atualmente. Costuma visitar seus pais, em Chiador. Fez parte do primeiro Conselho Editorial do jornal.

Gerson Gonçalves Martins: professor de educação física. Reside no Rio de Janeiro. Em Chiador, possui uma residência, que é utilizada nos finais de semana, para lazer. Frequentemente, Gerson realiza campeonatos esportivos na cidade, trazendo diversos visitantes para hospedarem-se em sua casa. Participou do primeiro Conselho Editorial do Jornal de Chiador.

Lúcia Maria Alvim Biage: professora. Participou ativamente dos carnavais do passado, na cidade.

Léo Jesus: publicitário e cineasta. Mudou-se recentemente para Chiador, para ter uma vida mais tranquila, “na roça”. Reside num sítio, que fica na zona rural do município.

Marcos Paulo de B. Pacheco (Gordinho): Ajuda na entrega dos jornais na comunidade onde reside, o distrito de Penha Longa.

Alesandro de Almeida Furtado: chargista do Jornal de Chiador. Reside em Penha Longa. É funcionário público da prefeitura local, e possui Ensino Médio completo.

Charles Leandro Ferreira: natural de Penha Longa, reside atualmente em Mar de Espanha, onde trabalha. Visita com frequência o município, pois lá reside sua mãe, Arlety, também colaboradora do Jornal;

Mariele de Araújo Gonçalves: moradora do distrito de Penha Longa. Trabalha em Três Rios, numa loja de eletrodomésticos. Possui Ensino Médio completo.

Nilton Pereira: presidente da Associação de Moradores de Penha Longa, a Ampel.

Larissa Braga Bevilacqua: reside em Chiador, e auxilia na entrega dos jornais, mensalmente.

Priscila Magiolo Marques: reside em Chiador, onde trabalha na prefeitura local,

como fisioterapeuta. Formou-se pela Universidade Estácio de Sá, em Petrópolis.

Marina de Abreu Barbosa: professora aposentada e poetisa.

Ailton Magioli: repórter do jornal Estado de Minas, em Belo Horizonte. Visita Chiador – sua terra natal – com bastante frequência, pois lá residem seus pais. Apesar de não fazer parte do Conselho Editorial do Jornal, costuma colaborar intensamente, enviando críticas, sugestões e dicas.

Aline Motta Gabry Guadalupe: colabora com o jornal desde a edição de maio de 2009. Mudou-se recentemente para Chiador, onde mora com o esposo e o filho. Sonha cursar uma faculdade de Jornalismo.

Cezar Alvim: escritor e poeta. Fazia parte da Fina Flor, antigo bloco carnavalesco da cidade. Colabora intensamente com o Jornal de Chiador, enviando crônicas;

Thainá Francisco Pitta: 9 anos. Moradora da comunidade.

Solange Pereira: professora de educação infantil da rede municipal de ensino.

Adriano Vinício: estudante de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora. Atua como revisor do jornal desde a 4ª edição, em abril de 2008. Nascido em Iapu, na região do Vale do Aço mineiro, visitou Chiador em maio de 2009, quando produziu um documentário sobre o primeiro ano de aniversário do jornal.

4.3 A RUPTURA NO JC

Adotamos três definições para os tipos de ruptura analisados no Jornal de Chiador. A primeira está relacionada com os veículos comunitários, e objetiva uma hegemonia no campo da comunicação social. Trata-se, portanto, de uma ruptura com a mídia convencional, através da adoção de estratégias que se diferenciam daquelas adotadas pelos veículos massivos. O segundo “tipo” de ruptura diz respeito à luta de classes, e nasce a partir de uma

consciência social, objetivando a hegemonia popular. Esse tipo de ruptura está presente nos veículos populares. Por fim, os veículos da imprensa alternativa costumam realizar um outro tipo de ruptura, com o discurso neoliberal, a partir de ideais de esquerda¹¹.

Nas 15 edições do Jornal de Chiador, analisamos o quesito ruptura através da leitura dos textos e da observação dos objetivos que estão por traz de cada discurso emitido; logo, trata-se de uma análise bastante subjetiva. Dentre estas edições, constatamos que 85,06% das matérias possuem algum tipo de ruptura (seja com os meios de comunicação ou com a classe social, visando a hegemonia popular). Em contrapartida, 14,94% das unidades informativas analisadas (13 matérias, num universo das 87 analisadas) não apresentavam nenhum tipo de ruptura. Nos concentraremos, inicialmente, nesses últimos dados.

Dentre as matérias que não apresentavam nenhum tipo de ruptura, foi constatada uma forte associação desta característica com a não participação popular e a inexistência de mecanismos propulsores da cidadania. Ou seja, matérias que não possuíam participação (nem direta, nem indireta, nem como colaborador) e que não estimulavam a cidadania, frequentemente, não possuíam também nenhum tipo de ruptura. Logo, percebe-se que, apesar de estarmos analisando tais mecanismos separadamente, eles estão bastante interligados, no contexto da comunicação contra-hegemônica.

As charges foram as campeãs no quesito “inexistência de ruptura”, sendo responsáveis por quase 50% desses casos. Um dos principais motivos é a sua reprodução direta de sites da internet. Ou seja, ao publicar desenhos que foram feitos originalmente para outro contexto, o Jornal de Chiador deixou de permitir, além da participação popular, a existência de mecanismos de ruptura, pois estes desenhos não necessariamente representam os anseios da comunidade. Outro motivo para a alta incidência de charges que não proporcionam rupturas é o despreparo dos seus criadores. Ao apresentar ilustrações que não se configuram

¹¹ Neste estudo, utilizamos esse termo para designar a esquerda política organizada brasileira. De acordo com o pensador político Norberto Bobbio (2001), a esquerda é essencialmente igualitária. Logo, ela tende “a reduzir as desigualdades sociais e a tornar menos penosas as desigualdades naturais” (BOBBIO, p.116).

como charges, talvez por desconhecerem as características¹² desse tipo de desenho, este potencial de ruptura se vê minimizado.

O desenho abaixo, publicado na edição de fevereiro de 2009, auxilia na compreensão desse fato. Apesar de favorecer a participação popular direta, já que foi feito por um morador local (Wladimir F. Matos), ele não pode ser classificado como charge, já que não possui, por exemplo, as características de humor e crítica social. Logo, o potencial de ruptura foi minimizado, tendo em vista que a figura publicada apenas simboliza a principal festa popular celebrada naquele mês, o carnaval.

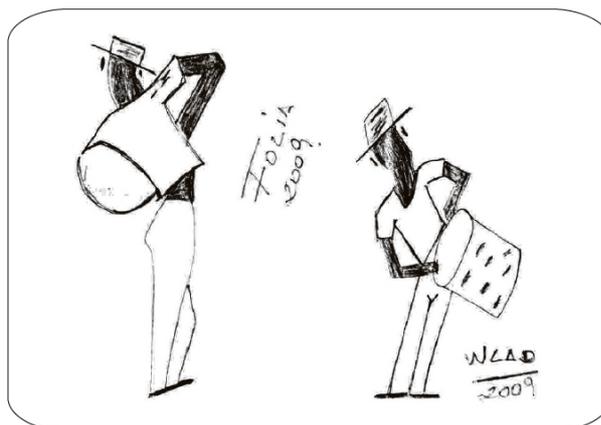


Figura 11: Charge, fevereiro de 2009.

Outro fato que contribui para este percentual de não-ruptura no Jornal de Chiador é a adoção de discursos conciliadores em algumas das matérias, e a abertura de espaço para que políticos locais apareçam com destaque (e divulguem suas idéias), ao invés dos moradores da comunidade. O Jornal perdeu o seu potencial de ruptura, por exemplo, ao publicar uma matéria sobre o Boi na Brasa, uma importante festa popular da cidade. Esta reportagem não divulgou a foto de nenhum morador, mas apenas do Prefeito local, que, segundo o texto, “ajudou a preparar o churrasco”. Logo, percebe-se uma oficialização do

¹² Definimos charge como um “desenho que se refere a fatos acontecidos em que agem pessoas reais, em geral conhecidas, com o propósito de denunciar, criticar e satirizar” (Cagnin apud Miani, 2002, p.11).

texto, que deu mais importância para o político, tal qual acontece na mídia convencional. Portanto, não houve a ruptura com os meios de comunicação massificados, mas sim a reiteração de uma de suas estratégias.

Em outro caso, é a tentativa de ser imparcial que parece ter gerado a falta de ruptura: na edição nº3, de julho de 2008, o Jornal publicou uma reportagem sobre algumas obras que estavam acontecendo na praça da cidade. Nesta matéria, havia a citação de uma crítica da comunidade local, que reclamava da falta de medicamentos básicos nos postos de saúde do município, afirmando que, ao invés das obras de infra-estrutura na praça, a prefeitura deveria investir em saúde. No entanto, ao abrir espaço para que o prefeito, logo em seguida, afirmasse que “a saúde era prioridade do município”, a ruptura deixou de existir.

Ou seja, percebe-se que a obediência a normas tradicionalmente identificadas com o jornalismo, como a pluralidade de fontes e a tentativa de imparcialidade (o chamado “ouvir os dois lados da história”) diminui o potencial de ruptura do jornalismo comunitário. No fundo, o jornalismo dito imparcial retira de seu contexto a possibilidade de ruptura pois, ao abrir espaço para que a autoridade também manifeste sua opinião, por exemplo, esta acaba, muitas das vezes, se sobrepondo à opinião (e às reivindicações) da própria comunidade.

No entanto, conforme mencionado no início deste capítulo, a ruptura aparece em 85,06% das matérias analisadas, no Jornal de Chiador. Destas, apenas 3,45% estão relacionadas com as lutas de classe, visando a hegemonia popular. Ou seja, apenas 3 das 87 matérias apresentam estas características. E duas delas estão relacionadas com o dia da consciência negra. Em novembro de 2008, o Jornal publicou uma matéria de capa sobre o 20 de novembro, na qual foram citadas opiniões de personalidades negras sobre a data. Dizia um desses depoimentos:

No meu tempo de criança, havia baile dos negros e baile dos brancos. Lá na (fazenda) Passa Mal, onde eu fui criado, quando fazia baile no terreiro, colocava-se uma corda no meio, separando os negros dos brancos. Até os meus 15, 18 anos, era assim. A partir daí, a coisa mudou... (Luiz de Souza, operário, em entrevista ao Jornal de Chiador, nov 2008, p.5).

Na mesma tônica, um segundo depoimento publicado na edição do Jornal atualiza o racismo, relatando sua existência no século XX, mais de 100 anos após a abolição da escravatura. Diz a moradora Marcela Felipe da Paixão, auxiliar de serviços gerais da Prefeitura local: “Diretamente, eu nunca sofri preconceito. Mas meus irmãos já. O pessoal se referia a eles como 'os negros da Ephigênia' [sua avó]. Se fossem brancos, ninguém os chamaria de os brancos da Ephigênia”. (Jornal de Chiador, n. 7, nov. 2008, p.5). Portanto, percebe-se a ruptura presente nos discursos de ambos os personagens.

Considerando-se a situação de desigualdade entre negros e brancos¹³, os depoimentos do operário Luiz de Souza e da auxiliar de serviços gerais Marcela apresentam uma ruptura com o *status quo*, objetivando a hegemonia da classe negra. Pois, conforme afirma Muniz Sodré, “numa cultura que vive cada vez mais de narrativas e representações tornadas visíveis num espaço publicitário e tecnológico, a visibilidade do negro e do migrante é essencialmente negativa” (SODRÉ,1992, p.144). Logo, a matéria contribui para problematizar a questão do racismo, enfatizando a importância da justiça social.

Além disso, ao abrir espaço para que a temática do racismo seja divulgada, o Jornal faz uma ruptura com os meios de comunicação de massa, que costumam negar esse fato. Ou seja, trata-se de uma ruptura com as estratégias da mídia convencional. Além dessa reportagem sobre o racismo, esse tipo de ruptura com os meios de comunicação de massa foi verificado em 81,61% das matérias analisadas. Trata-se de 71 reportagens, num universo de 87.

Essa ruptura com a mídia convencional e com as suas estruturas de produção acontece, no Jornal de Chiador, principalmente a partir da divulgação de reportagens que priorizam a cidadania (em aspectos como saúde, cultura, educação, etc). A mídia convencional, oligopolizada, privilegia o capitalismo, a competitividade, o individualismo.

¹³ De acordo com a Pesquisa Mensal de Emprego do IBGE, em setembro de 2009 a remuneração média dos trabalhadores brancos foi 90,7% maior que a dos negros e pardos (TRABALHADOR..., 2009).

Logo, ao favorecer a cidadania e alguns de seus princípios, como a participação comunitária, o Jornal de Chiador realiza um embate, uma ruptura, com os meios de comunicação de massa.

Outra maneira de realizar essa ruptura é a partir da abertura de espaço para que a comunidade possa expressar sua opinião, em vez da “fonte oficial”. Ou seja, ao priorizar espaços para que os moradores do local expressem seus anseios, suas reivindicações, seus assuntos, o Jornal de Chiador atua como um veículo que rompe com os meios de comunicação convencionais, que raramente ouvem as classes subalternas e as comunidades do interior do Brasil.

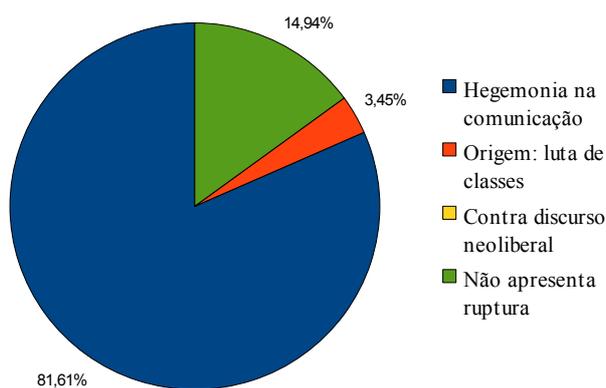


Figura 12: As formas de ruptura no Jornal de Chiador.

4.4 O INCENTIVO À CIDADANIA NO JC

Das 87 unidades informativas analisadas, no Jornal de Chiador, 91,95% apresentaram alguma temática relacionada com a cidadania; ou seja, 80 matérias. Nesse estudo, as principais temáticas percebidas foram: educação, cultura, saúde, auto-estima, educomunicação, visão crítica, história do município (tradição); valores como religiosidade, boa relação familiar, amizade, cooperação, participação, trabalho; desenvolvimento do interior, melhoria da qualidade de vida, pensamento/consciência crítica, participação popular, esporte (saúde; bem-estar; união; trabalho em grupo); meio ambiente, educação agrícola; política (educação política), trabalho, lazer, diversão e consciência negra.

Neste quesito, a valorização da auto-estima obteve maior destaque, estando presente em 28 matérias analisadas. A editoria mais relacionada com essa temática foi o “Perfil”, seção que traz a história de vida de um personagem chiadoreense. Todos os 13 perfis analisados apresentaram traços de incentivo à auto-estima, seja com relação ao morador retratado na matéria e/ou com relação à própria história da comunidade. Logo, percebe-se nesta análise que a auto-estima não está apenas relacionada a questões pessoais (individuais), como a felicidade de um morador ao se ver retratado nas páginas do jornal, mas também a aspectos comunitários, como o reforço da imagem e identidade local.

Ao retratar, por exemplo, a história de Fiota, moradora de 86 anos que afirma gostar muito de viver no local, o Jornal de Chiador de maio de 2008 reforça não apenas a auto-estima desta personagem, que nunca havia sido entrevistada para outro veículo de comunicação, mas também a de todos os moradores da comunidade. Pois Fiota, tal qual todos os outros 13 entrevistados do “Perfil”, relata fatos históricos do município, como o fato de que no passado “não havia praça, era tudo mato” (Jornal de Chiador, maio 2008, p.3). Logo, ao relatar parte da história desta cidade do interior, que raramente é noticiada pelos grandes

veículos de comunicação, o Jornal favorece a auto-estima dos moradores locais.

Tal auto-estima é propiciada, também, pelo incentivo a questões que dizem respeito ao bem-estar da comunidade, como educação, saúde, esporte, lazer. Considerando que a cidadania também está relacionada com o conhecimento dos direitos e deveres, percebe-se que a inserção destas temáticas, num jornal comunitário, auxilia na formação dos cidadãos, em busca de uma melhor qualidade de vida. A temática da importância da educação para a vida na atualidade, retratada em 16 matérias (logo, quase 20% do total analisado) é um exemplo claro. Em uma das matérias de maior destaque neste sentido, a professora de português Eliete de Fátima Silva Viana fala de sua vocação, relatando a importância da chamada educação formal para a sua vida:

Eu sempre gostei muito de estudar. O meu sonho era fazer Educação Física. Mas optei por Letras, pois sempre gostei muito de ler. Comecei a fazer o curso (em Vassouras, RJ), me identifiquei e graças a Deus procuro fazer o melhor no meu trabalho. Queria poder oferecer ainda mais para os meus alunos. (Jornal de Chiador, nov. 2008, p.3)

Outra temática bastante recorrente e relacionada à cidadania é a educomunicação. O próprio Projeto Editorial do Jornal traz, dentre seus objetivos, o de “servir como estratégia de educomunicação, integrando, de forma interdisciplinar, os ramos da educação e da comunicação em prol da cidadania” (Jornal de Chiador, Projeto Editorial, p.3). Ou seja, já no documento que deu origem ao Jornal de Chiador, os seus fundadores mencionavam o desejo de proporcionar à comunidade o conhecimento das técnicas e das linguagens jornalísticas, possibilitando assim a apreensão dos seus discursos ideológicos.

Tal propósito foi colocado em prática na primeira edição do Jornal de Chiador, em maio de 2008, quando foi lançado o concurso de redação “A importância do jornal comunitário para Chiador”. Naquela mesma edição, o Jornal trouxe o texto de uma moradora de 14 anos, estudante da 8ª série do Ensino Fundamental. Segundo ela, “o jornal comunitário para Chiador é super importante, pois além de informar a cidade, ele é fruto de um trabalho do povo daqui para o povo daqui. É gente de nossa gente...” (Jornal de Chiador, maio 2008, p.7).

Ou seja, neste concurso, com fortes objetivos de proporcionar a educomunicação, percebe-se ainda a inclusão da temática da auto-estima. Logo, educomunicação e auto-estima estão bastante relacionadas.

Ressalta-se, entretanto, que a tentativa de promover a cidadania a partir da estratégia de educomunicação não obteve êxito total. Como já mencionado anteriormente, durante as 15 edições analisadas, o Jornal realizou apenas uma oficina de jornalismo comunitário, objetivando ensinar aos moradores as técnicas e o discurso jornalístico. Logo, apesar de possibilitar a participação de todos os chiadorenses na elaboração do periódico (principalmente na redação das matérias e na fotografia), muitas vezes essa participação se deu de maneira intuitiva (ou direcionada pelo editor) já que não lhes foram ensinados, ao menos formalmente, as técnicas jornalísticas.

A saúde também é um assunto de destaque no Jornal de Chiador. Das 87 matérias analisadas, 17 falavam diretamente sobre esse tema, trazendo, por exemplo, dicas sobre a prevenção de doenças, matérias relacionadas com o meio ambiente e com as questões que envolvem a saúde do Planeta Terra e, até mesmo, matérias com um tom mais didático e moralizante. Em uma crônica publicada na edição de agosto de 2008, Niza Terra, então moradora do local, é bastante taxativa: “Penso na (ir)responsabilidade dos pais, que se deixam ser vistos embriagados por seus filhos, dando assim um péssimo exemplo a eles”, diz a autora.

Outra temática cidadã que aparece com bastante frequência são as questões como o respeito à família e a importância da religiosidade. Em todas as edições analisadas, pelo menos uma matéria trazia “valores” como esses, mesmo que implicitamente. Percebe-se dessa forma que os colaboradores do Jornal, muitas vezes, procuram transmitir seus valores familiares aos demais membros da comunidade. Apesar da não vinculação do Jornal de Chiador a nenhuma igreja específica, esse discurso de valorização da família e da importância da fé tem origem principalmente nos princípios cristãos.

Mas nem todas as matérias do Jornal de Chiador incentivam a cidadania. Dentre as sete matérias (8,05% das unidades informativas analisadas) que não apresentaram nenhum tipo de temática cidadã, quatro foram publicadas na editoria “Charge”, duas em “Crônica” e uma em “Principal”. Destas, quatro não foram produzidas por moradores locais. Ou seja, repete-se, novamente, a estatística de que a não participação popular inibe o incentivo à cidadania. Além disso, o não incentivo à cidadania esteve presente, principalmente, em charges que foram reproduzidas da internet e em desenhos que foram inseridos na editoria Charge, mas que não possuem suas características principais, como a crítica social.

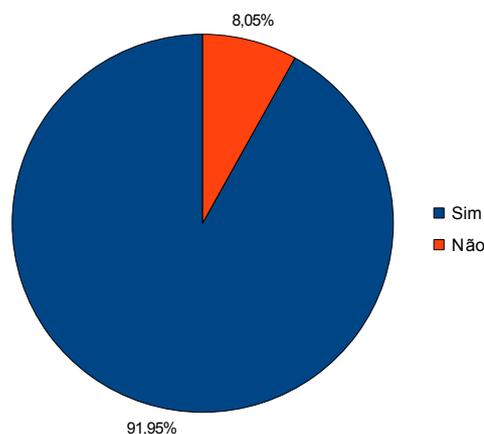


Figura 13: O incentivo à cidadania no Jornal de Chiador.

4.5 AS QUESTÕES ADMINISTRATIVAS

O Jornal de Chiador é um periódico sem fins lucrativos, distribuído gratuitamente em todas as residências do município. Sua impressão, desde maio de 2008, foi feita pela Gráfica Sumaúma, localizada em Petrópolis, interior do estado do Rio de Janeiro. A escolha por uma gráfica que fica a aproximadamente 90 km da cidade ocorreu devido aos seus baixos preços de impressão. Considerando-se os valores cobrados em gráficas de Três Rios, Mar de Espanha e Juiz de Fora, todas bem mais próximas a Chiador, optou-se pela impressão em

Petrópolis, por lá se encontrar a melhor relação custo-benefício para esse serviço.

Na primeira edição, o Jornal teve uma tiragem experimental de 1500 exemplares, ao custo de R\$274,00. Na época, percebeu-se que muitos jornais sobraram e que houve desperdício por parte dos moradores. Dessa forma, optou-se por reduzir a tiragem para mil exemplares, que custaram R\$229,00 de abril a dezembro de 2008, R\$251,00, de janeiro a maio de 2009 e R\$252,00, para as edições de junho e julho. Considerando-se que o município possui cerca de 2800 habitantes e uma média de 4 moradores por família, essa tiragem é suficiente para atingir todas as residências.

O pagamento das despesas com a impressão, mencionadas acima, e com o frete (de Petrópolis a Mar de Espanha e de Mar de Espanha a Chiador, que variaram de R\$5 a R\$15,00 mensais) foram, de início, integralmente financiadas pelo comércio local, a partir da inserção de anúncios publicitários. Na primeira Prestação de Contas, editoria publicada no canto inferior esquerdo da página 8, consta que o Jornal fechou o mês com saldo de R\$6,00; ou seja, os valores obtidos com os 19 anúncios do comércio foram suficientes para pagar os custos de impressão. Nesse primeiro mês, a partir de um acordo com as empresas de ônibus, não foi cobrado o frete.

Os anúncios do Jornal de Chiador possuem tamanhos e valores variados. De acordo com a primeira “Tabela Publicitária” do veículo, de abril de 2008, a publicação de um anúncio com a dimensão de 2,7 cm X 4,0 cm custa R\$10,00, enquanto que um de 12,0 cm X 6,0 cm (a maior dimensão permitida no Jornal), R\$50. No entanto, percebe-se a preocupação com a distinção entre espaço publicitário e conteúdo informativo. De acordo com o Projeto Editorial (p.7), “o espaço publicitário é o único local onde será permitida a venda de idéias e conceitos comerciais.”

Ainda segundo o projeto, o espaço publicitário deverá ser identificado por “tipologias textuais, caixas de textos e figuras que demonstrem para o leitor que aquilo se

trata de propaganda comercial, e não conteúdo informativo”. Além disso, a política editorial do Jornal de Chiador proibia, nos anúncios, a publicação de textos com conotação político-partidária, difamatória, racista ou discriminatória, assim como aqueles que contivessem afrontas pessoais. O Jornal estabeleceu, ainda, a proibição dos chamados “artigos pagos”, muito comuns em jornais do interior.

Apesar da preocupação com a estrutura publicitária, já no segundo mês o Jornal obteve um saldo negativo, situação que se repetiu em nove das 15 edições analisadas. Ou seja, em 60% dos casos, o Jornal de Chiador não conseguiu pagar¹⁴ todas as suas contas de impressão e frete, fechando o mês com uma dívida. Para suprir essa dificuldade financeira, a equipe decidiu fazer rifas (sorteios de brindes a partir da compra de uma ficha, um bilhete). Tal solução foi utilizada em três ocasiões – outubro de 2008, dezembro de 2008 e março/abril de 2009 – e ajudaram a financiar o Jornal.

Em todas as rifas, percebe-se a significativa participação da comunidade. Na edição de novembro de 2008, quando foi divulgado o resultado da rifa de outubro, que sorteou uma cesta de guloseimas a partir da compra de bilhetes no valor de R\$1,00, essa participação pode ser claramente identificada. Uma matéria publicada na página 7, e assinada por Carla Izidora, moradora do local e principal idealizadora da rifa, trouxe o agradecimento:

O jornal agradece a todos aqueles que doaram os produtos que fizeram parte da cesta: Odete, Dona Rita, Carlos, Aurinho, Léia, Rogéria, Rosilene, Mônica, Noti, Carla, Belinha e Dona Eva. E também a todos que colaboraram, comprando os bilhetes. (Jornal de Chiador, nov. 2008, p.6)

Outra solução encontrada pela equipe para minimizar as dívidas do Jornal foi a realização de um almoço beneficente, em maio de 2009. Na ocasião, diversas pessoas da comunidade se reuniram e, por iniciativa própria (ou seja, sem a participação direta do editor do veículo), organizaram o evento, que obteve um lucro de R\$646,00. Na ocasião, foram

¹⁴ Apesar do saldo negativo, o pagamento das contas na gráfica e junto às empresas de ônibus era feita pelo editor do veículo. Ou seja, mesmo que na Prestação de Contas do jornal constasse um saldo negativo, as dívidas já haviam sido quitadas junto a essas prestadoras de serviço, que exigiam o pagamento antecipado para realização do mesmo.

vendidos 201 bilhetes para o almoço, realizado no Barracão da Igreja Católica local. Com esse dinheiro, foi possível pagar a dívida do mês anterior, a impressão do mês corrente e ainda financiar a compra de um aparelho MP3, utilizado para gravar as entrevistas do Jornal. Antes dessa compra, utilizava-se um gravador emprestado pelo editor-chefe.



Figura 14: Edição de maio de 2009, página 4.

Em julho de 2009, na última edição analisada por esse estudo, o Jornal de Chiador apresentava, em sua Prestação de Contas, uma dívida de R\$170,08. Ou seja, os esforços da comunidade para a elaboração do almoço beneficente, em maio, e a considerável quantia de dinheiro arrecadada na época não foram suficientes para garantir o pagamento dos compromissos financeiros do Jornal. Um dos principais motivos é a crescente diminuição dos anúncios publicitários, que tiveram uma queda de quase 70%, se comparados à primeira edição do veículo, em maio de 2008.

Uma saída para essa diminuição dos anúncios locais foi vislumbrada em meados de 2009, quando a empresa Furnas Centrais Elétricas aprovou uma proposta publicitária do Jornal de Chiador. Na ocasião, a equipe fez uma mobilização na comunidade e fundou a

Associação Comunitária Amigos do Jornal de Chiador, entidade sem fins lucrativos que seria, a partir de então, responsável por receber os financiamentos para o Jornal. No entanto, apesar de ter conseguido registrar o CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, do Ministério da Fazenda, o indeferimento de um pedido de isenção do ISSQN (Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza) pela Prefeitura Municipal impediu que o patrocínio de Furnas fosse contratado.

A isenção do ISSQN para a Associação Comunitária Amigos do Jornal de Chiador era pré-requisito para a veiculação dos anúncios de Furnas, uma vez que a empresa exigia, no contrato, o fornecimento de uma nota fiscal, comprovando a realização dos serviços de publicidade. Como as altas taxas tributárias impediriam a viabilidade do projeto, a associação decidiu solicitar a isenção do ISSQN junto à Prefeitura, o que a desobrigaria da emissão da nota fiscal, bastando a emissão de um “Recibo de Veiculação”. No entanto, devido ao indeferimento da isenção, o patrocínio de Furnas foi cancelado.

De acordo com o prefeito da cidade, Itiberê Rodrigues dos Santos, o indeferimento ocorreu pois o Código Tributário (Lei Municipal nº 522, de 09 de setembro de 1999) não prevê a isenção do imposto para o tipo de atividade exercida pela Associação Comunitária. Com isso, a Associação, fundada com o apoio de moradores locais, funciona apenas oficialmente, já que ainda não tem condições de arcar com os impostos municipais e garantir, assim, a contratação dos anúncios publicitários de grandes empresas. Dessa forma, o Jornal continua dependendo exclusivamente dos anunciantes locais para a manutenção da gratuidade verificada nas 15 edições analisadas por esse estudo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciamos esse estudo com uma pergunta, e tentaremos respondê-la aqui neste

espaço, a partir das análises feitas anteriormente, principalmente no capítulo que antecede esta conclusão. O Jornal de Chiador, objeto de nossa pesquisa, será aqui analisado sob os cinco aspectos – origem, participação popular, ruptura, mecanismos propulsores da cidadania e fins lucrativos. Como dito anteriormente, tais aspectos foram escolhidos por nós como os principais diferenciadores dos conceitos de jornalismo popular, imprensa alternativa e jornalismo comunitário.

Antes de iniciarmos nossa análise, vale ressaltar que o Jornal de Chiador apresenta como slogan, desde a sua primeira edição, a frase “comunitário de verdade”. Logo, nosso estudo deverá responder: a) se esse veículo realmente pode ser considerado como um jornal comunitário, tal qual está escrito no slogan; b) se ele pode ser considerado, também, como um veículo alternativo (já que tais termos, muitas vezes, são tidos como sinônimos); e c) se ele pode ser classificado como um jornal popular, tendo em vista que, no editorial da primeira edição (maio de 2008) ele assim se intitula¹⁵.

No quesito “origem”, o Jornal de Chiador se enquadra na classificação de comunitário. Formado por moradores do município, como consta no Capítulo I, o veículo não apresenta ligações com movimentos de esquerda política organizada, tal qual acontece com os veículos da imprensa alternativa da atualidade. Além disso, ele não pode se enquadrar na categoria de jornalismo popular, tendo em vista que, apesar de a sua origem ser o povo (os moradores chiadorenses dentro do contexto comunitário), esse “povo”, no Jornal de Chiador, não apresenta, necessariamente, ligação com movimentos sociais, operário e/ou sindical.

A participação popular, nosso segundo quesito de análise, foi verificada com bastante frequência no Jornal de Chiador. De acordo com a pesquisa, 87,36% das unidades informativas apresentaram algum tipo de participação do povo (direta, direta como colaborador ou indireta). Logo, também nesse quesito o jornal pode ser classificado como

¹⁵ Diz o editorial da primeira edição do Jornal de Chiador (maio de 2008): “As expectativas são muitas: afinal, 'qual cidade não tem um jornal', questiona um dos nossos leitores. Mas além de cumprir o papel de preencher essa lacuna, o JC se propõe comunitário e popular. Por consequência: democrático e abrangente”.

comunitário, tendo em vista que no jornalismo popular essa participação se dá em níveis diferentes. De acordo com os autores citados, no popular raramente existe a possibilidade de a comunidade participar da gestão do veículo, tal qual acontece no Jornal de Chiador.

Essa gestão comunitária se dá, por exemplo, na medida em que os moradores de Chiador podem participar tanto do Conselho Editorial (órgão deliberativo e consultivo do veículo) quanto do Conselho Jornalístico (responsável pela redação das matérias publicadas). Além disso, percebe-se que na participação popular do jornalismo comunitário, assim como acontece no Jornal de Chiador, esse incentivo (um chamado à participação) à comunidade é bem mais intenso, tendo em vista ser a participação popular um dos pilares desse tipo de jornalismo.

Reitera-se, portanto, que apesar de tanto o jornalismo comunitário quanto o popular apresentarem mecanismos de incentivo à participação, estes ocorrem em níveis diferentes. Um exemplo é o caso do Jornal do MST, veículo criado para dar visibilidade ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra. Apesar de permitir a participação popular em alguns momentos, como na editoria Fale Conosco, não existe a possibilidade, por exemplo, de a comunidade participar da redação das matérias e da administração do veículo, uma vez que o periódico é feito por profissionais de comunicação.

Além disso, destaca-se que a participação popular pode ser acentuada a partir dos mecanismos de educomunicação, como as oficinas de jornalismo. Tais oficinas bastante são comuns nos veículos comunitários. O Jornal de Chiador realizou, durante as 15 edições analisadas, apenas uma oficina. Daqui, conclui-se dois fatos. O primeiro é que a reduzida participação indireta (como fonte), verificada em 54,02% das matérias, tem relação com o desconhecimento das técnicas jornalísticas por parte da comunidade, que dessa forma produziu muitas matérias nas quais não foram citados personagens.

Além disso, conclui-se um outro ponto negativo da reduzida participação popular

como fonte: a questão do estímulo à cidadania. Ao deixar de ouvir os moradores, em muitas das matérias publicadas, o jornal perde a oportunidade de ampliar a auto-estima da comunidade local. Conclui-se, portanto, que caso houvesse uma maior participação como fonte, provavelmente o número de matérias que proporcionam a elevação da auto-estima (28 inserções, num universo de 87) seria bem maior, o que elevaria o percentual de incentivo à cidadania do Jornal, que ficou em 91,95% das matérias analisadas.

Destaca-se, entretanto, que o quesito “incentivo à cidadania” não serve como parâmetro para analisarmos se o Jornal de Chiador é comunitário, alternativo ou popular, tendo em vista que tal característica aparece em todos os três tipos de veículos. Ou seja, nesse estudo, incluímos a cidadania apenas por considerarmos que ela está intrinsecamente ligada a esses tipos de veículos. No entanto, é somente junto com as demais características que a cidadania pode ser analisada, já que, por exemplo, é impensável um jornal se considerar comunitário sem apresentar algum grau de temática cidadã.

Outra temática indispensável para os veículos comunitários, alternativos ou populares é a ruptura. Ela pode se dar de diferentes formas. Nos veículos alternativos, a partir de um rompimento com o modelo neoliberal (rompimento esse com origem na esquerda política organizada); no jornalismo popular, objetivando a transformação da estrutura social e a construção de uma hegemonia popular, a partir da consciência de classe; e no jornalismo comunitário, objetivando uma ruptura com a concepção e o modelo de fazer comunicação das grandes empresas do setor.

Portanto, o tipo de ruptura verificado no Jornal de Chiador tem relação direta com o jornalismo comunitário, pois nesse veículo analisado constatamos que 81,61% das unidades informativas apresentam uma ruptura visando a hegemonia no campo da comunicação, a partir, principalmente, da inserção de temáticas cidadãs. Enquanto isso, apenas 3,45% apresentaram a ruptura característica do jornalismo popular, ou seja, aquela que é baseada na

luta de classes e objetiva a hegemonia do povo. Já a ruptura como jornal alternativo não foi verificada em nenhuma das unidades informativas analisadas, ou seja, em 0%.

Finalmente, analisaremos uma questão administrativa: a finalidade de lucro. Conforme mencionado anteriormente, no capítulo II, veículos alternativos apresentam fins lucrativos, enquanto jornais populares¹⁶ e comunitários, não. As 15 edições do Jornal de Chiador analisadas nesse estudo foram financiadas ora pelo comércio local, a partir da inserção de anúncios publicitários; ora pela própria comunidade, que se mobilizou para arrecadar fundos (através de três rifas e um almoço beneficente) para o veículo, em algumas situações. No entanto, tais edições não possuíam fins lucrativos.

Diante do exposto, e a partir da comparação dos dados obtidos e anteriormente expostos, concluímos que o Jornal de Chiador é um veículo comunitário. Ou seja – é originário da comunidade; incentiva a participação popular; apresenta mecanismos de ruptura, visando a hegemonia no campo da comunicação social; retrata temáticas cidadãs, como auto-estima, saúde, educação; além de não possuir finalidade lucrativa. Dessa forma, apesar de apresentar algumas características do jornalismo popular e até mesmo da imprensa alternativa, é a classificação de comunitário que mais perfeitamente identifica nosso objeto de estudo.

Quando finalizamos essa análise, a equipe do Jornal estava se preparando para lançar a sua 17^a¹⁷ edição, em dezembro de 2009. Esperamos que, nela, estejam presentes níveis ainda mais elevados de participação popular, ruptura e cidadania. No entanto, nestas 15 edições analisadas, podemos considerar que o Jornal de Chiador já pode ser considerado, sim, um veículo comunitário de verdade.

¹⁶ Os jornais classificados como popular-massivo (classificação de Cicilia Peruzzo para os veículos com forte penetração popular e que representam a indústria cultural, como o jornal Meia Hora, do Rio de Janeiro) possuem fins lucrativos.

¹⁷ Em agosto, setembro e outubro o Jornal não foi publicado. No entanto, a partir de setembro os seus integrantes voltaram a se reunir, para discutir os assuntos da 16ª edição, que foi publicada em novembro de 2009.

6 REFERÊNCIAS

- BEGHINI, Ricardo; FURBINO, Zulmira. Usina dá nova cara a uma pequena cidade. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 8 nov. 2009. Caderno Economia, p.17.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2001.
- BICUDO, Francisco. Revista “Caros Amigos” – Um outro jornalismo é possível. In: INTERCOM, 2008, Rio Grande do Norte. **Anais eletrônicos...** Rio Grande do Norte: UFRN, 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/congresso2002_anais/2002_NP2BICUDO.pdf>. Acesso em: 06 set. 2009.
- BOBBIO, Norberto. **Direita e esquerda**: razões e significados de uma distinção política. São Paulo: Editora UNESP, 2001.
- CALLADO, Ana Arruda; DUQUE ESTRADA, Maria Ignez. **Como se faz um jornal comunitário**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- CARNICEL, Amarildo Batista. **O jornal comunitário como estratégia de educação não-formal**. 2005. 373 p. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.
- COELHO, Andréa. **Imprensa Alternativa**: apogeu, queda e novos caminhos. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2005.
- COUTINHO, Eduardo Granja; PAIVA, Raquel. Escola Popular de Comunicação Crítica: uma experiência contra-hegemônica na periferia do Rio de Janeiro. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. v.8, p.1-12, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/142/143>>. Acesso em: 7 ago. 2009.
- DORNELLES, Beatriz. **Jornalismo “comunitário” em cidades do interior**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.
- FELIX, Carla Baiense. **Entre Discursos**: Mídia e Subjetividade nos Espaços Populares. 2008. 157 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.
- FUSER, Bruno. Comunicação entre metalúrgicos do ABC: Uma prática conservadora. In: PERUZZO, Círcia. **Vozes cidadãs**. Aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. São Paulo: Angellara Editora, 2004. p. 307-336.
- GIRARDI, Ilza; JACOBUS, Rodrigo. (orgs). **Para fazer rádio comunitária com “C” maiúsculo**. Porto Alegre: Revolução de Idéias, 2009.
- JORNAL DE CHIADOR. Chiador, MG, ano I-II, maio 2008-jul 2009.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa.** São Paulo: Scritta, 1991.

KUNTZEL, Carlos. **Projeto Gráfico: Personalidade do Impresso – Técnicas e Teorias do Discurso Gráfico no Jornalismo Impresso.** Campo Grande, 2003.

LAHNI, Cláudia Regina. Por uma formação do comunicador integral. Teoria e prática em jornal laboratório e comunicação comunitária. **Lumina:** revista da Faculdade de Comunicação da UFJF, Juiz de Fora: Ed. UFJF, v.7, n.1/2, p. 117-132, jan./dez. 2004.

MIANI, Rozinaldo Antonio. A charge na imprensa sindical: uma iconografia do mundo do trabalho. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25, 2002. Salvador. **Anais...** Salvador: INTERCOM/ UNEB, 2002. 1 CD.

MIANI, Rozinaldo Antonio. Comunicação Comunitária: uma alternativa política ao monopólio midiático. **Anais do I Encontro da ULEPICC Brasil.** Rio de Janeiro: ULEPICC, 2006.

MOREL, Marco. **Jornalismo popular nas favelas cariocas.** Rio de Janeiro: Rioarte, 1986.

O'GORMAN, Frances. **Dinâmica comunitária nas palavras do povo.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1983.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: mídia, comunidade e globalismo.** 2ª. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. **Revista PCLA – Pensamento Comunicacional Latino-Americano.** São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco-Umesp, v.4, n.1, p.19, 2002. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/revista13.htm>>. Acesso em 28 de ago. 2009.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: INTERCOM, 2006, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: UnB, 2006. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0094-1.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2009.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. In: INTERCOM, 2008, Rio Grande do Norte. **Anais eletrônicos...** Rio Grande do Norte: UFRN, 2008a. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0716-1.pdf>>. Acesso em: 06 set. 2009.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor. **Palavra Clave Revista**, v. 11, n. 2, p. 367-379, dez. 2008b. Disponível em: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?

codigo=2882032&orden=0>. Acesso em 17 ago. 2009.

PINTO, André Luiz Esteves. **O Cidadão**: Um jornal Comunitário na Era da Globalização. 2004. 172 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

SODRÉ, Muniz. **O Social Irrradiado**: violência urbana, neogrotesco e mídia. São Paulo: Cortez, 1992.

SUZINA, Ana Cristina. Cidadania alternativa na comunicação – Rede Brasileira de Comunicadores Solidários à Criança. In: PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (org). **Vozes cidadãs**: Aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. São Paulo: Angellara Editora, 2004. p. 233-247.

TRABALHADOR branco ganha quase o dobro do negro, aponta estudo. **G1**. 20 nov. 2009. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MRP1386137-9356,00.html>. Acesso em: 20 nov. 2009.

YAMAMOTO, Eduardo Y. **A natureza da comunicação popular e comunitária**. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos. XXX Congresso Intercom. São Paulo: Intercom, 2007.

7 ANEXO ÚNICO

A ANÁLISE DAS EDIÇÕES DO JORNAL DE CHIADOR

Maio/08 – N°11*	Características analisadas		
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: a mãe Dondoca	A matéria foi redigida pelo editor e as fotos foram tiradas por um morador da comunidade (participação direta como colaborador). Além disso, todos os depoimentos do texto são de pessoas da comunidade (participação indireta). Ressalta-se, ainda, a presença de uma foto grande, da personagem principal, na capa.	Nesta reportagem de capa, são constatados elementos de ruptura com os meios de comunicação de massa, pois se abre espaço para valorizar o contexto da comunidade e seus personagens. Logo, busca-se a hegemonia no campo da comunicação social .	Com a matéria, presta-se uma homenagem a uma cidadã chiadorensense de 94 anos que, segundo o texto, “já fez cerca de 800 partos no município”. Logo, percebe-se na matéria elementos que reforçam a auto-estima e a história da localidade de Penha Longa, distrito de Chiador.
Perfil: Fiota	Participação popular tanto no nível dos depoimentos (retrata a história de uma moradora do local – participação indireta) quanto na produção da reportagem (foto e texto foram feitos por moradores da comunidade – participação direta).	Não foram constatados elementos de ruptura que propiciam a hegemonia popular. No entanto, a matéria vai de encontro aos preceitos da comunicação massificada; logo, percebe-se a busca pela hegemonia no campo da comunicação .	Valorização da personagem principal, que conta sua história de vida (auto-estima). Além disso, valoriza-se a história da comunidade, pois Fiota conta, no depoimento, como era Chiador no passado.
Cidade: dengue	A reportagem (texto e fotos) foi produzida por um morador da comunidade (participação direta). Os personagens citados são da comunidade (participação indireta).	O texto efetua uma crítica ao governo municipal , ao mencionar o fato de que muitos moradores afirmam não ter recebido a visita dos agentes sanitários, responsáveis pelas campanhas de combate à dengue. No entanto, abre-se espaço para que a secretária de saúde se pronuncie, afirmando que há uma política de prevenção à dengue na cidade.	Fatores como a preocupação com a saúde dos moradores estão presentes no texto. Prova disso é que, em determinado momento, instrui-se a comunidade a receber bem os agentes sanitários, deixando que eles visitem todos os pontos que possam ser foco do mosquito da dengue.

Rural: os tratores agrícolas da Emater	Texto e fotos feitos por moradores da comunidade (participação direta). Apesar disso, o personagem citado no texto é uma fonte oficial (um funcionário da Emater). A reportagem não ouviu, como se esperava, nenhum produtor rural que seria beneficiado pelo trator agrícola.	Percebe-se um tom institucional da matéria, que apenas anuncia aos moradores a possibilidade de se inscreverem para serem beneficiados com o trator agrícola, que fará serviços de aração e gradagem para os moradores da cidade. Mesmo com a pouca contextualização e com a falta de participação indireta, o texto rompe com a grande mídia ao estimular a educação.	Valoriza-se a cidadania ao dar visibilidade a um programa da Emater que visa auxiliar os agricultores familiares da comunidade (programa alimentar, saúde, educação agrícola).
Charge: dengue	Charge feita por um morador da comunidade, que denuncia a chegada da dengue no município. Com bom humor, o desenho traz um mosquito dentro do ônibus da Viação São Geraldo, empresa que faz a ligação entre Chiador e a cidade de Três Rios/RJ. (participação direta)	Ao retratar a comunidade e objetivar a cidadania, a matéria serve como instrumento de ruptura com os meios de comunicação de massa .	Favorece-se a cidadania ao alertar a comunidade sobre a dengue, uma doença que, segundo o jornal, “causou grande alarde, derrubando pessoas em leitos de hospitais e levando muitas delas à morte”. Logo, a matéria favorece a saúde da comunidade.
Agradecimentos**	Texto foi redigido pelo editor. Nele, são apenas citados os moradores da cidade, os comerciantes e os professores e alunos da escola local. (Sem participação popular)	Ao citar o surgimento do veículo comunitário e agradecer a participação dos moradores locais, o texto rompe com os meios de comunicação de massa , que dificilmente abrem espaço para essa temática.	O texto convida a comunidade a comparecer à biblioteca local, para ler o livro Como se faz um jornal comunitário e, também, o projeto gráfico e editorial do veículo. Logo, percebe-se preocupação com a educomunicação .

* Conforme mencionado anteriormente, inicialmente pensou-se que o Jornal de Chiador daria continuidade ao homônimo que existiu anteriormente. Por isso, a primeira edição é de nº 11.

** Essa foi a única edição do Jornal que não trouxe a editoria Crônica de Chiador. Assim, para uniformizar a análise, optamos por analisar o texto que foi inserido no mesmo local onde comumente é publicada a crônica (canto superior da página 8).

Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: as obras de Furnas	Texto redigido por uma frequentadora da comunidade, que mora no Rio de Janeiro. Além disso, a foto da matéria é uma reprodução da Revista Elo. Na matéria, não são citados personagens da comunidade. (sem participação popular)	Não foram verificados elementos de ruptura. Pelo contrário, a matéria possui forte tom de assessoria de imprensa, em muito se igualando às reportagens publicadas pela mídia convencional.	Não se percebe a presença de elementos que impulsionam a cidadania da comunidade local.
Perfil: o jovem empreendedor, Alex	A reportagem (foto e texto) foi realizada por uma moradora da comunidade (participação direta) . O personagem também é morador do local (participação indireta) .	Ao contar a história de um morador da comunidade, enfatizando valores como o trabalho, a educação, a religiosidade, a matéria vai de encontro aos preceitos da mídia oligopolizada. Logo, rompe-se com o modo de fazer das grandes empresas do setor.	O texto trata de assuntos diretamente relacionados à cidadania, como: educação, trabalho, religiosidade . Além disso, favorece a auto-estima dos moradores do local, ao retratar a história de um jovem que obteve sucesso a partir do seu trabalho.
Cidade: estado abre licitação para asfalto	Não se encontra participação popular: o texto foi feito pelo editor, que se baseou em informações da assessoria de imprensa da Secretaria de Transporte e do DER. A foto utilizada também é da assessoria. (sem participação popular)	Não foram encontrados elementos de ruptura. Ao reproduzir uma informação da assessoria de comunicação do governo do estado de Minas, a matéria sequer favorece nem a ruptura com os grandes meios de comunicação, que comumente publicam matérias também pouco contextualizadas.	Implicitamente, o texto trata de um assunto diretamente relacionado à cidadania da comunidade: o asfalto que interligará a cidade ao estado do Rio de Janeiro. No entanto, em nenhum momento se fala dos benefícios que esse asfalto irá trazer.
Esporte: morador da cidade vence a Copa de Mountainbike	Percebe-se a participação popular em diversos níveis: na produção do texto e fotografia, ambos feitos por moradores da localidade; nos depoimentos, todos eles feitos por moradores do local (participação direta e indireta) .	Ao abrir espaço para assuntos locais, da comunidade, a matéria rompe com a mídia convencional , que raramente abriria espaço para essa temática.	O texto favorece a cidadania, ao retratar a história de um esportista da cidade, que acabou de vencer um importante campeonato (auto-estima) . Valoriza-se, assim, os talentos da comunidade, além de reforçar a importância do esporte para a saúde .

<p>Charge: os benefícios de Furnas para a cidade</p>	<p>Desenho feito por um morador da cidade (participação direta). Na charge, estão retratados elementos que são facilmente associados à cidade, como as árvores da praça e uma ambulância, recentemente comprada pela Prefeitura.</p>	<p>Ao invés de ruptura, percebe-se que a charge apenas elogia as obras de Furnas, não retratando os lados negativos que o empreendimento pode vir a trazer. Logo, o desenho apresenta características semelhantes às da “grande mídia”, que costuma não contextualizar os assuntos.</p>	<p>Ao elogiar diretamente as benesses trazidas pelos royalties de Furnas, a charge valoriza questões como o desenvolvimento do local. Ressalta-se, no entanto, que esse elogio é um pouco irrefletido, por não verificar, por exemplo, que muitas famílias serão desabrigadas pelas águas da usina.</p>
<p>Crônica: os problemas da Viação São Geraldo</p>	<p>O texto foi feito por um morador da cidade, assim como a foto, cedida por um morador (participação direta). No entanto, a matéria não cita nenhum personagem local.</p>	<p>Percebe-se elementos de reivindicação e ruptura com a situação atual (logo, rompe-se com a grande mídia, que costuma apresentar um discurso conciliador). Segundo o texto, a empresa São Geraldo, que faz a ligação entre Três Rios/RJ e Chiador, não presta um bom serviço. Diz o texto: “hoje, o que se vê, nos dias de pagamento dos aposentados, são alguns idosos espremidos, entre sacos e pacotes, pelo corredor”, pois o ônibus sequer possui bagageiro.</p>	<p>Conta-se a história do município, citando fatos como a mudança do nome da empresa de ônibus (que antes se chamava São Cristóvão”. Além disso, verifica-se, na reivindicação por melhores serviços de transporte, uma preocupação com a qualidade de vida da comunidade.</p>

Julho/08 – N°3	Características analisadas		
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: as obras	O texto foi assinado pelo	Os elementos de	O texto favorece a

de revitalização da praça dividem opinião dos moradores da cidade	editor, com colaboração de uma moradora da comunidade (participação direta como colaborador). No nível dos depoimentos inseridos, a maioria deles é de moradores, que são contrários ou a favor das obras (participação indireta). O único depoimento de um não-morador da localidade está num pequeno box, que traz o lado técnico, analisado por um professor da UFJF.	ruptura encontrados no texto são contrabalançados pelas respostas dos criticados. Ou seja, a matéria traz a crítica de que faltam medicamentos nos postos de saúde e que, segundo a população, esta deveria ser uma prioridade da Prefeitura, e não as obras da Praça. No entanto, ao abrir espaço para que o Prefeito afirme que “a saúde é prioridade da administração”, essa ruptura deixa de existir.	cidadania, ao tentar mostrar aos moradores da cidade os dois lados das obras de revitalização da praça. (consciência crítica)
Perfil: a história de Antônio Brande, treinador de futebol	O texto e a foto foram feitos por moradores da comunidade, que entrevistaram o personagem, também um morador do local (participação direta e indireta).	Não são encontrados elementos de ruptura relacionados à luta de classes. No entanto, ao abrir espaço para um personagem local, o jornal rompe com a grande mídia , que raramente faria isso.	O texto favorece a cidadania ao retratar um personagem do local (auto-estima), além de tratar de assuntos como a história do esporte no município.
Cidade: o retorno da tradicional Festa de Santo Antônio	A reportagem contou com a colaboração de quatro moradores da comunidade (fotos, reportagem e depoimentos). Todos os personagens entrevistados eram do município, assim como um dos organizadores da festa (participação direta e indireta).	Percebe-se que a matéria tenta fugir dos traços de institucionalização, ao dar voz a diversos personagens do município. Logo, ela vai de encontro aos preceitos da grande mídia , que geralmente dá voz apenas aos personagens oficiais.	As 3 fotos publicadas na matéria enfatizam a participação da comunidade na festa de Santo Antônio. Elas retratam a quadrilha, a banda de música e a cavalgada, esta última um evento tradicional na comunidade.
Esporte: time da cidade participa de campeonato regional em Mar de Espanha	Reportagem feita por um morador da comunidade. Foto também (participação direta). No entanto, não foram citados depoimentos/entrevistas com personagens, nem locais nem regionais.	Abre-se espaço para o esporte local. Logo, rompe-se com a mídia tradicional , que não costuma divulgar eventos esportivos do interior.	Mesmo que indiretamente, a matéria estimula o esporte local, ao dar visibilidade para os jogadores do time da cidade (auto-estima).
Charge: as obras	A charge foi desenhada por	O desenho retratado na	Não é possível verificar

da praça	um morador da comunidade (participação direta). Retrata um personagem, que não pode ser identificado como da comunidade.	charge, um velhinho que observa as obras, sem expressar qualquer opinião, dificulta a análise de se houve ou não ruptura objetivando uma hegemonia popular. No entanto, a charge abre espaço para um assunto da comunidade. Logo, diferencia-se das estratégias adotadas pela grande mídia.	o favorecimento da cidadania, pois o desenho é dúbio: afinal, o que estaria pensando aquele velhinho, ao observar as obras da praça? Seria ele um conservador? Ou ele seria “moderno”; logo, favorável às obras?
Crônica: a festa de Santo Antônio	Crônica redigida por um morador da comunidade (participação direta). O texto cita apenas um personagem, que não mora na cidade.	O texto incentiva a participação comunitária e a cidadania do local. Logo, vai de encontro aos princípios da mídia convencional.	O texto elogia o retorno da festa de Santo Antônio, “a maior tradição da cidade”, segundo o autor. Logo, enfatiza-se questões históricas do município, favorecendo os laços identitários dos moradores.

Agosto/08 – Nº 04	Características analisadas		
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: uma	A reportagem foi feita por	Valoriza-se a amizade, a	Ao retratar cinco

homenagem ao dia dos pais.	três moradoras da comunidade. E traz cinco depoimentos de filhos, que prestam homenagem a seus pais. Destaca-se que a foto de capa traz um pai e um filho, também moradores do município. No interior da foto, outras duas fotos (de outros pais e filhos) complementam as homenagens. (participação direta e indireta)	relação familiar, a cidadania. Logo, o texto serve como um mecanismo de ruptura com a grande imprensa , que visa prioritariamente o capitalismo.	depoimentos de filhos, o Jornal enfatiza a importância da boa relação familiar .
Perfil: a história de vida do motorista de ônibus, Baiano	Reportagem (entrevista, texto e fotos) foi feita por moradores da comunidade. O personagem retratado também é da comunidade. (participação direta e indireta)	Retrata-se o perfil de um morador local. Trata-se, portanto, de uma iniciativa que vai de encontro aos preceitos da grande mídia .	Novamente, a questão da auto-estima é enfatizada, pois o jornal retrata a história de um morador da comunidade, um motorista de ônibus.
Cidade: moradores de Penha Longa fazem cercas com garrafas PET	Reportagem feita por uma moradora da comunidade. No texto são citados três personagens locais. (participação direta e indireta)	O texto retrata a importância com os cuidados com o meio ambiente. Logo, prioriza-se a qualidade de vida em detrimento do lucro. (rompe com o ideal dos meios de comunicação de massa) .	A questão ambiental é retratada com bastante detalhe na matéria. Percebe-se que há um claro objetivo de conscientizar a comunidade sobre a importância da reciclagem. Em certa passagem do texto, a repórter diz: “A reutilização do plástico é muito importante, não apenas para diminuir o acúmulo de lixo no Planeta, como também para poupar a natureza”.
Rural: a importância da higiene na ordenha manual	Reportagem feita por colaboradores que visitam a cidade com frequência. No texto, não há nenhum depoimento. A foto foi cedida pela assessoria de imprensa da Embrapa. (sem participação popular)	Ao demonstrar preocupação com a informação transmitida aos produtores rurais, a matéria rompe com a grande imprensa , que não costuma abrir espaço para essa temática.	O texto favorece a cidadania na medida em que explica , aos produtores rurais, a importância de certos cuidados (vacinação, higiene, combate a carrapatos) para se obter um leite de qualidade.
Charge: o dia dos pais	Charge elaborada por um morador da comunidade (participação direta) .	O desenho apresenta traços infantis. No entanto, faz uma crítica	Ao quebrar com a lógica capitalista, favorecendo os laços de amizade e

		indireta ao modelo capitalista (logo, vai de encontro ao que preceitua a mídia tradicional). Ao abrir o presente, o pai percebe que seu filho está dentro da caixa. Os sinais de interrogação e exclamação (!) podem tanto indicar surpresa quanto denotar uma crítica: afinal, mais importante do que presentes caros, não seria a presença do filho junto ao pai, naquele dia tão importante?!	relatando a importância da família , a charge favorece a cidadania.
Crônica: o uso de bebidas alcoólicas pelos jovens da comunidade	Crônica redigida por uma moradora do local (participação direta).	Encontra-se rupturas no nível ideológico. Afinal, o texto questiona um fato muito corriqueiro na cidade, que é a utilização de bebidas alcoólicas por menores de idade. E o texto critica os pais, inclusive: “Penso na (ir)responsabilidade dos pais, que se deixam ser vistos embriagados por seus filhos, dando assim um péssimo exemplo a eles”, diz a autora. Rompe-se com a lógica de mercado da mídia convencional.	Critica-se a utilização de bebidas alcoólicas pelos jovens da cidade. Logo, procura-se conscientizar os moradores sobre os males causados pelo álcool. Diz o texto: “O caminho do alcoolismo é cruel, pois muitas vezes ele não permite volta”. (saúde)

Set./08 –Nº5	Características analisadas		
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: Entrevista com os candidatos à Prefeitura	A entrevista foi feita pelo editor, e as fotos por uma moradora da comunidade. (participação direta)	Talvez devido à tentativa de ser imparcial com os dois candidatos, a entrevista	Ao publicar as páginas centrais com as opiniões dos dois candidatos à Prefeitura, o jornal

Municipal	como colaborador). Abre-se espaço apenas para o discurso oficial – logo, não há participação indireta da comunidade.	não toca em assuntos polêmicos nem contrapõe as opiniões dos dois entrevistados. Logo, ela reproduz a pouca contextualização frequente dos meios de comunicação massivos.	auxilia no processo de escolha dos eleitores. Diz a manchete de capa: “Para votar consciente, é importante conhecer propostas e idéias”. (educação política)
Perfil: a história de vida do cabo Ciodaro	A reportagem (texto e fotos) foi feita por uma moradora da comunidade. Além disso, o personagem retratado é um morador da comunidade, o cabo da PM Marco Ciodaro. (participação direta e indireta)	Abre-se espaço para um personagem local. Ou seja, a matéria vai de encontro aos princípios da grande mídia , que prioriza os personagens oficiais.	A entrevista toca em assuntos que remetem à cidadania, como: a importância da educação , do trabalho , dos princípios familiares (diz o entrevistado: “Sou filho de pessoas honestas. E isso influencia muito na formação do caráter da pessoa”). O texto promove a cidadania ao retratar um personagem local, reforçando assim a auto-estima e a identidade dos moradores da cidade.
Rural: cavalgada atrai visitantes para Chiador	Apesar de pequena, a matéria teve a colaboração de 3 moradores da comunidade. Não foram ouvidos moradores locais. (participação direta)	A matéria possui um tom de relatório, talvez por se tratar de uma cobertura de evento realizada por moradores locais, que não possuíam práticas com o jornalismo. Mesmo assim, ao possibilitar a inserção desse assunto local, a matéria rompe com a mídia tradicional .	Favorece-se a cidadania ao noticiar um dos principais eventos festivos da cidade, a cavalgada, tradicional há mais de 15 anos
Cultura: escola municipal promove feira folclórica	Participação de dois moradores da comunidade, que redigiram os textos e fotografaram o evento. (participação direta)	Matéria com tom de relatório. No entanto, valoriza-se a educação e a cultura local. Logo, rompe-se com a mídia oligopolizada .	Apesar de muito pequena (dois parágrafos curtos), a matéria valoriza a educação , e enfatiza a importância da cultura do folclore. Diz o texto: “os alunos ofereceram aos visitantes comidas típicas do nosso folclore”. Ressalta-se que o texto não traz

			detalhes sobre a festa – quais comidas típicas foram oferecidas; se eram comidas tradicionais na cidade etc.
Charge: o debate eleitoral	Desenho feito por um morador da comunidade. (participação direta)	Não se percebe traços claros de ruptura. No entanto, se considerarmos a interpretação mencionada na coluna posterior (cidadania), constatamos que há sim um certo tipo de ruptura com o prefeito municipal, candidato à reeleição. Logo, ao abrir espaço para críticas, a matéria vai de encontro à mídia convencional , que normalmente dá prioridade aos elogios aos detentores do poder.	O assunto da charge é política . O desenho traz dois personagens (os candidatos) sentados numa tribuna, sendo assistidos por diversas pessoas. Atrás dos candidatos, a frase “Debate?!” pode ser interpretada como um questionamento do chargista: será que realmente há debates de idéias, ou os candidatos são parecidos??? Independente da interpretação, ela incita a reflexão dos eleitores.
Crônica: o “cãoditado”	Crônica redigida por um morador da comunidade (participação direta) .	Ao mencionar o personagem fictício “cãoditado”, diz o cronista: “se, por acaso, forem eleitos, será desnecessário lançar algum projeto, pois muitos que lá estão, há anos, não o fazem. Seria, também, um salário a menos”. Ou seja, a crônica critica abertamente os políticos.	Ao questionar os políticos atuais (que, segundo o texto, não apresentam projetos), o autor favorece a cidadania, pois propõe uma reflexão da comunidade. (educação política)

Out./08 – N°6	Características analisadas		
	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: o resultado das eleições	Apesar de ocupar as duas páginas centrais do Jornal, a matéria só	A matéria favorece a cidadania política. Logo, vai de encontro	A matéria noticia a vitória de prefeito e vereadores, mas traz

municipais	trouxe uma colaboração genuinamente comunitária, ao publicar fotografia feita por uma moradora. (participação direta como colaborador) O texto foi feito pelo editor, com a colaboração de uma visitante do local, estudante de Jornalismo.	à grande mídia.	também uma análise desses resultados. Essa análise, opinativa, pode ajudar na reflexão dos eleitores, uma vez que se cobra, inclusive, algumas propostas de campanha do prefeito reeleito. Diz o texto: “para 2009, espera-se um novo concurso público, a reativação do laticínio, a continuação das obras... e progresso para Chiador.” (educação política)
Esporte: a alta premiação do motocross	Reportagem (texto e uma foto) realizada por uma estudante de jornalismo, que visita a cidade com frequência (os pais dela residem em Chiador). Uma das fotos publicadas foi retirada por um morador da comunidade. (participação direta como colaborador)	A matéria noticia um evento do município, favorecendo a auto-estima local. Esse é um princípio raro na mídia tradicional (logo, rompe-se com a grande imprensa).	Ao noticiar a repercussão de um evento que começa a ser tradicional no município, a matéria favorece a cidadania, mostrando aos moradores da comunidade o “lado bom” da mesma. (auto-estima)
Rural: hortaliças reforçam a merenda escolar	Reportagem (texto e fotos) feitos por uma moradora da comunidade. Além disso, os personagens retratados são da comunidade. (participação direta e indireta)	Ruptura com a mídia tradicional , que não prioriza a cidadania, mas o mercado.	Incentiva-se a alimentação saudável e também o trabalho dos moradores da comunidade no cuidado com as hortaliças (participação, cooperação) .
Cultura: a magia do circo, nos tempos modernos.	Matéria não assinada. No entanto, a foto foi retirada por uma moradora do local. (participação direta como colaborador)	Não são encontrados mecanismos de ruptura. Pelo contrário, a matéria reproduz conceitos e dados do site Wikipedia. Logo, age tal qual a grande imprensa.	Apesar de ser uma reprodução do conteúdo do site Wikipedia, a matéria traz uma legenda que fala da presença do circo Irmãos Santos no distrito de Penha Longa. Como diz o próprio texto, trata-se de um instrumento de “ diversão para a comunidade”.

Charge: as pesquisas eleitorais	Desenho extraído do site sponholz.arq.br (sem participação popular)	Não são encontrados mecanismos de ruptura, até porque, apesar de estar relacionada ao processo eleitoral, a charge não fala exatamente da rotina da comunidade (foi extraída da internet).	Ao tratar do assunto política , a charge favorece à conscientização da comunidade sobre a importância do voto.
Crônica: a importância da gentileza	Texto redigido por uma colaboradora que visita a cidade com frequência, por ter parentes que moram em Chiador. Além disso, personagens locais não são citados diretamente. (sem participação popular)	Valoriza-se a auto-estima dos moradores de Chiador. Enfatiza-se a importância da gentileza. Logo, a matéria rompe com a mídia tradicional , que prioriza o lucro, a competitividade e o individualismo.	O texto fala da importância da gentileza, destacando que, na comunidade, as pessoas costumam ser muito gentis. Diz a matéria: “o povo de Chiador se mostra sempre disponível a ajudar o outro, demonstrando o quanto se importa com ele”. Logo, favorece os lados identitários e auto-estima dos moradores do local.

Nov./08 – Nº7	Características analisadas		
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: dia da Consciência Negra	A chamada de capa traz 4 fotos de personalidades negras do município: um professor, uma auxiliar de serviços gerais, uma	Ao publicar depoimentos de pessoas que afirmam que o racismo ainda existe, a matéria rompe com a	Ao trazer diversas opiniões sobre o dia da consciência negra, a matéria favorece a cidadania, inclusive ao

	doméstica e um operário. No interior do Jornal, eles relatam suas opiniões sobre o dia da consciência negra e sobre o racismo. A reportagem foi feita por uma moradora da comunidade, com a ajuda do editor. A matéria traz ainda uma análise, feita por outro morador do local. (participação direta como colaborador e participação indireta)	mídia hegemônica , que nega este fato. Além disso, um dos entrevistados afirma que o dia 20 de novembro é um dia “libertário”. Outro, citando o passado do município, afirma que “onde eu fui criado, quando fazia baile no terreiro, colocava-se uma corda no meio, separando os negros dos brancos”. Logo, o texto aborda também a questão da classe social .	tentar demonstrar que o racismo ainda existe. As imagens dos personagens negros (retratados na capa e no interior da matéria) é um importante mecanismo propulsor da auto-estima .
Perfil: a história de vida da professora Eliete	A reportagem (texto e fotos) foi feita pelo editor, com o auxílio de uma moradora do local. (participação direta como colaborador) . A personagem retratada no Perfil é uma professora, também moradora da cidade. (participação indireta)	Rompe com a mídia hegemônica , ao dar espaço para a história de vida de uma moradora local.	Questões como auto-estima e valorização da história local são enfatizadas na matéria como a importância da educação , do trabalho e da religiosidade também são enfatizados.
Cidade: o resultado da rifa que foi realizada com o objetivo de angariar fundos para o Jornal	O texto e a foto foram feitos por uma moradora do local. O personagem retratado, a Sra. Dedéia, também mora na cidade. (participação direta e indireta)	Incentiva-se a colaboração e a participação comunitária, em detrimento do individualismo. Logo, rompe-se com a lógica da mídia tradicional .	Retrata-se a foto de uma moradora da cidade. Logo, favorece-se a auto-estima . Além disso, a reportagem enfatiza a importância da participação comunitária . Diz o texto: “Em dezembro outra rifa circulará na cidade. Contamos com sua ajuda!”.
Cultura: jovem do município coleciona moedas	Texto e fotos feitos por uma moradora da cidade. O personagem retratado também é do local. (participação direta e indireta)	O texto apresenta ruptura com a mídia tradicional , ao favorecer a cidadania, ao invés dos princípios capitalistas.	Reforça-se a auto-estima da comunidade, ao retratar a história de um morador.
Charge: o racismo na TV brasileira	Desenho extraído do site de Maurício Pestana, na internet. (sem participação popular)	Fortes traços de ruptura. Um dos personagens retratados questiona: “Sua TV também é preto e branco?”. O	Ao denunciar o fato de que as emissoras de TV priorizam os personagens brancos, a charge favorece a

		outro responde: “Não. Só tem branco.” Logo, essa crítica apresenta tanto ruptura com a estrutura da mídia convencional , que legitima o racismo, quanto propicia uma consciência de classe .	cidadania, enfatizando a importância da consciência negra .
Crônica: o problema da poluição sonora no centro da cidade	Texto redigido por um morador da comunidade. (participação direta) . No entanto, a matéria não cita personagens locais.	Ruptura com a imprensa tradicional , que prioriza o sensacionalismo em detrimento às reportagens educativas.	Percebe-se, no texto, uma preocupação com o bem estar da comunidade. Diz o texto: “o som alto demais é um desrespeito à própria música”.

Dez./08 – Nº8	Características analisadas		
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: jovem da comunidade formada pela UFJF	Reportagem feita pelo editor. Fotos do arquivo pessoal da personagem. No entanto, o personagem citada é membro da comunidade.	Ao dar ênfase à importância da educação, a matéria rompe com a mídia tradicional , que não abre espaço para essa	A auto-estima dos moradores é valorizada. Na capa, traz-se inclusive uma fotografia dos familiares de Mariana, jovem da

	(Participação indireta)	temática, principalmente no contexto das cidades do interior.	comunidade que se formou em Química pela UFJF.
Perfil: a história de vida de uma moradora da comunidade (mãe do editor)	Texto feito pelo editor. Segundo o editorial, a matéria foi sugerida por uma moradora da comunidade. Ressalta-se que apesar de trata-se de um membro da família do editor, a personagem do perfil é uma das moradoras mais antigas da localidade. (participação indireta)	Retrata-se a história de vida de uma moradora, de origem humilde, negra, idosa. Logo, a matéria apresenta um contraponto àquelas matérias divulgadas pela mídia convencional , que raramente abrem espaço para as classes subalternas.	Valores transmitidos pelo texto: a importância do trabalho , da religiosidade e principalmente da família . Diz a personagem: “Hoje, eu agradeço por tudo. Pois eu estou podendo andar, cuidar do meu serviço. E tenho meus filhos, meus netos. Está tudo muito bom, graças a Deus”.
Cidade: morre Dona Dondoca, aos 94 anos	Texto redigido por dois moradores da comunidade. A personagem, Dona Dondoca, morreu aos 94 anos. A foto é de “arquivo da família”. (participação direta e indireta)	Valoriza-se personalidades locais. Logo, vai de encontro aos preceitos da grande mídia .	Incentiva-se a auto-estima do local, ao publicar o falecimento de uma moradora idosa, que havia, inclusive, sido retratada por uma das edições anteriores do Jornal.
Cultura: escola realiza feira cultural	Trata-se de apenas de uma notinha, feita por uma moradora local. A foto foi tirada pela mesma moradora. Personagens locais são citados no texto e também estão presentes na foto. (participação direta e indireta)	Incentiva-se a cultura local, em detrimento da cultura massificada .	Incentivo à cultura local.
Charge: presente de Natal	Desenho extraído do site verdadeabsoluta.net. (sem participação popular)	Não há ruptura (nem no campo da luta de classes, nem no campo da comunicação social) uma vez que a charge é reproduzida da internet.	Não há incentivo à cidadania da comunidade, uma vez que a charge foi retirada de um site da Internet.
Crônica: os bons tempos do carnaval de Chiador	Texto redigido por um morador local. (participação direta)	O texto critica o fato de as rivalidades existentes entre moradores atrapalharem o desenvolvimento da cultura local. A crônica cita as festividades do carnaval, que, segundo o autor, deixaram de existir devido à falta de	Ao criticar a atitude dos moradores locais, que não investem na cultura da cidade, faz-se um convite à mudança, a uma maior participação . Logo, incentiva-se, de certo modo, a cidadania.

		participação da juventude. Diz o texto: “Atualmente, com muito mais recursos financeiros, a juventude daqui prefere animar cidades vizinhas, ao invés de organizar o Carnaval do nosso lugar”. (rompimento com os meios de comunicação de massa)	
--	--	---	--

Jan./09 – N°9	Características analisadas		
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: a chegada do ano novo, em Chiador	Texto assinado pelo editor. No entanto, algumas fotografias foram tiradas por moradores da comunidade. As fontes citadas são de personagens do município, a maioria políticos. (participação	Ao favorecer a cidadania e a educação política, a matéria rompe com o modo de fazer da mídia oligopolizada.	A matéria informa à comunidade sobre a posse dos novos vereadores e prefeito, mencionando, inclusive, trechos dos seus discursos. (educação política)

	direta como colaborador) (participação indireta)		
Perfil: A história do ex-vereador Irmãozinho	Apesar de retratar a história de um morador da comunidade (o vereador e pastor Irmãozinho), a matéria foi feita pelo editor do jornal. (participação indireta)	Incentiva-se a auto-estima e a participação comunitária. Logo, a matéria vai de encontro à mídia tradicional.	Ao retratar a história de um chiadorenses, favorece-se a auto-estima do povo. Além disso, o personagem faz crítica à falta de união na cidade. Diz ele – “o que falta hoje, em Chiador, é a união do povo, para que haja progresso”. Logo, incentiva-se uma maior participação comunitária.
Esporte: moradores da cidade jogam baralho na praça	Texto e foto feita por moradores do local. (participação direta) Apesar de o texto não mencionar personagens da cidade, as fotos retratam alguns moradores jogando baralho. (participação indireta)	A matéria favorece a cidadania, ao invés dos princípios capitalistas. (rompe com os meios de comunicação tradicionais)	O texto da moradora é questionador: “Há quem simpatize com o baralho e há quem tenha um certo receio, por ter parentes ou conhecidos que perderam várias quantias no jogo”. Mas finaliza – “ao meu ver, o baralho é um esporte sadio, quando praticado com bom senso”. Ou seja, o texto favorece a reflexão crítica.
Cidade: o resultado de mais uma rifa em prol do jornal	Texto e foto feitos por moradores do local. (participação direta). A personagem retratada na foto é a moradora que ganhou a cesta de Natal, prenda sorteada na rifa que teve o objetivo de angariar fundos para o jornal. O texto cita ainda o nome dos moradores que colaboraram com a rifa, doando prendas. (participação indireta)	A matéria procura atender à demanda da coletividade. Logo, vai de encontro à grande mídia , que prioriza o individualismo e a competitividade exacerbada.	O texto apresenta a importância da participação comunitária para a realização de projetos, como o do próprio jornal.
Charge: Natal/Ano Novo	Charge reproduzida da Internet (sem citar a fonte). (sem participação popular)	Ao favorecer a reflexão sobre a educação financeira, a matéria rompe com a mídia oligopolizada , que	A charge apresenta a frase: “Natal – amigo secreto; Ano Novo – amigo da onça”, referindo-se ao gasto de

		prega frequentemente o consumismo.	dinheiro no final do ano, e às conta que costumam chegar no início do ano seguinte. Logo, o desenho procura alertar a comunidade sobre a importância de racionalizar os gastos, mesmo nas épocas festivas. (educação financeira)
Crônica: uma crítica à Prefeitura, que soltou foguetes à noite para comemorar a aquisição de um novo veículo.	Texto redigido por um morador da comunidade. (participação direta)	O texto questiona: “Será o anúncio de um bem patrimonial da Prefeitura mais importante que o respeito à lei do silêncio?” Logo, rompe-se com a grande mídia , que normalmente é conivente com os detentores do poder político e econômico.	Verifica-se no texto uma preocupação com o bem estar comunitário .

Fev./09 – Nº10	Características analisadas		
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: o carnaval de Penha Longa, distrito de Chiador	Reportagem assinada pelo editor. No entanto, o texto traz o depoimento dos organizadores do carnaval de Penha Longa, publicando, inclusive, a foto de todos eles (juntamente com um pequeno perfil). (participação indireta)	Estimula-se a participação popular e a auto-estima do local; logo, percebe-se uma ruptura com as grandes empresas de comunicação .	Ao relatar o envolvimento dos moradores com a organização do carnaval, ressalta-se a importância da participação comunitária . Além de incentivar a auto-estima desses moradores.
Perfil: a história do garoto Marcos, 15 anos, vendedor de	Texto redigido pelo editor. O personagem retratado é um morador da	A matéria traz as opiniões de um morador sobre temas como	Incentiva-se a auto-estima , e ressalta-se a importância da

sorvetes	comunidade. (participação indireta)	educação e trabalho. O texto ressalta a importância da educação. Logo, rompe-se com os grandes meios de comunicação , que priorizam outros princípios, como o consumismo e o individualismo.	educação para a promoção da cidadania. Diz o entrevistado: “Minha mãe [Verônica] já até falou que esse ano vai me dar uma coça, se eu não estudar”.
Esporte: os Jogos Abertos de Chiador	Texto redigido por um membro da comunidade. Foto também retirada por uma moradora. (participação direta) . A matéria apresenta a foto de personagens locais. (participação indireta)	Valoriza-se o esporte local. Logo, rompe com a grande mídia , que abre pouco espaço para os conteúdos e temáticas do interior do Brasil.	A matéria fala de uma reunião ocorrida na comunidade, com o objetivo de organizar os “Jogos Abertos de Chiador”, competição esportiva que estava programada para agosto. Segundo o texto, os jogos “têm por finalidade contribuir para a integração e pacificação de nosso município”. (esporte)
Cultura: as recordações dos carnavais do passado	Trata-se de um depoimento de uma moradora do local sobre o carnaval do passado. A matéria traz ainda fotografias antigas, e faz referência a diversos moradores da comunidade. (participação direta e indireta)	Trata-se de conteúdo relacionado com o resgate da história do município. Logo, há uma preocupação com o conhecimento da comunidade, rompendo-se com a grande mídia , que valoriza o entretenimento.	A matéria traz, principalmente, um resgate histórico do carnaval na comunidade, o que está diretamente relacionado à auto-estima e valorização do local.
Charge: a folia de 2009	Desenho feito por um morador da comunidade. (participação direta)	O texto não rompe com as estruturas da grande imprensa, pois ele não traz reflexão. Logo, reitera-se o modo de fazer da mídia oligopolizada. Também não são percebidos mecanismos de ruptura objetivando uma luta de classes.	Apesar de estar inserido na editoria, o desenho não possui características de charge, como a crítica social e o humor. Trata-se, portanto, de uma ilustração que não favorece a cidadania.
Crônica: a paixão pelo futebol e a análise de um caso específico da	Crônica redigida por um morador da comunidade. (participação direta) . A matéria não menciona,	Texto pouco contextualizado e tratando de um assunto quase pessoal. Logo,	O texto relata o fato de um morador do município, que possui TV a cabo, permitir que

cidade	diretamente, nenhum morador do local.	não favorece ruptura.	os vizinhos freqüentem a sua residência, para assistir aos jogos de futebol. No entanto, sem perder a criticidade, a crônica relata o fato de que alguns moradores fazem “bagunça” na casa desse morador, atrapalhando aqueles que desejam realmente assistir aos jogos. Logo, não percebe-se mecanismos propulsores da cidadania.
--------	---------------------------------------	-----------------------	---

Março/09 – Nº11	Características analisadas		
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: entrevista com Mônica, a nova diretora da escola municipal	A reportagem traz entrevista com a nova diretora da escola municipal. Foi realizada (texto e fotos) por moradores da comunidade. (participação direta e indireta)	Percebe-se a preocupação em favorecer a cidadania, ao informar a comunidade sobre os pontos de vista da nova diretora da escola municipal. Logo, a matéria rompe com a grande imprensa.	A matéria destaca a importância da educação . Diz a entrevistada: “Nasci aqui, saí daqui com uma bagagem muito boa, prestei dois vestibulares e passei. E acredito que Chiador tem tudo para se dar muito bem na educação”.
Perfil: a história de Alesandro Almeida, chargista do jornal	Entrevista concedida a dois moradores locais, que estiveram acompanhados pelo editor. As fotos foram feitas por	A matéria favorece a cidadania, ao invés dos princípios capitalistas. Logo, vai de encontro aos princípios da mídia	O texto apresenta aspectos de valorização da comunidade local. (auto-estima) . Percebe-se ainda, no texto, a

	<p>moradores locais e pelo editor. (participação direta como colaborador). O personagem retratado é da comunidade. (participação indireta)</p>	oligopolizada.	emissão de princípios como: trabalho, educação, cultura.
Cidade: Carnaval de Penha Longa	<p>Texto redigido por moradores da comunidade. As fotos (4) também foram tiradas por moradores. Os personagens locais são retratados nas fotografias. (participação direta e indireta)</p>	<p>A matéria apenas noticia o carnaval na comunidade, ressaltando a participação de turistas e refletindo sobre a importância da participação popular. (rompe com a mídia convencional)</p>	<p>Trata-se de um registro da história local e da valorização do trabalho dos moradores que, voluntariamente, organizaram o evento. (participação popular)</p>
Cultura: Furnas promove oficina de artesanato	<p>Texto e fotos feitos por moradores locais. No entanto, nenhum personagem da comunidade é citado na matéria. Pela qualidade ruim da fotografia, também não é possível identificar moradores locais. (participação direta)</p>	<p>Texto com tom de relatório. Mesmo assim, favorece a cidadania (trabalho, auto-estima, cultura), indo assim de encontro aos princípios da mídia convencional.</p>	<p>Valorização da cultura local, ao enfatizar a importância do artesanato para a comunidade. Segundo o texto, será possível “complementar a renda das famílias a partir do lucro com a venda das peças confeccionadas durante o curso” (trabalho, auto-estima).</p>
Charge: o mês da mulher	<p>Charge feita por um morador local. (participação direta)</p>	<p>Favorece a cidadania, ao invés dos princípios capitalistas. Logo, rompe com o modo de fazer da grande imprensa.</p>	<p>A charge parece questionar o fato de, na atualidade, as mulheres viverem sobrecarregadas: escola, trabalho, família, relacionamento...</p>
Crônica: uma crítica aos “fofoqueiros” da cidade	<p>Crônica redigida por uma leitora que tem parentes na comunidade, mas que reside no exterior. A matéria não cita nenhum personagem local específico. (sem participação popular)</p>	<p>As temáticas da auto-estima e da educação vão de encontro aos princípios da mídia convencional.</p>	<p>Apesar do tom conservador, o texto dá dicas sobre a importância da educação, o respeito ao próximo e a atitude solidária dentro da comunidade (auto-estima).</p>

Abril/09 – N°12	Características analisadas		
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: carnaval fora de época leva 3 mil pessoas às ruas	Texto redigido pelo editor, com fotos de diversos moradores da comunidade. (participação direta como colaborador) . Além disso, personagens locais são citados na matéria. (participação indireta)	Ao abrir espaço para um evento local (citando, inclusive, os seus organizadores), a matéria torna-se uma alternativa ao monopólio midiático.	Registra-se a história da comunidade, e enfatiza-se a importância de iniciativas que viabilizem o turismo local (desenvolvimento) .
Perfil: as opiniões do padre Waltencyr	Apesar de a entrevista e foto ter sido feita por moradoras da comunidade, o texto foi redigido pelo editor. (participação direta como colaborador) . A reportagem traz como	Ao favorecer a cidadania ao invés dos princípios capitalistas, a matéria rompe com a mídia tradicional.	Em grande parte do depoimento, o padre insiste na importância da participação popular . Segundo ele, em Chiador “falta um espírito comunitário; há muita falação”. Logo, o

	personagem uma figura importante da comunidade, o padre Waltencyr. (participação indireta)		texto tenta conscientizar a comunidade da importância de participar (dos eventos religiosos, do jornal etc);
Cidade: as belezas de Chiador merecem destaque	Texto feito por uma moradora da comunidade. A foto que o ilustra foi tirada pelo jornalista Ailton Magioli, chiadorenses que mora em Belo Horizonte e trabalha no jornal Estado de Minas. (participação direta) . Não há menção direta a personagens locais.	Percebe-se que o texto tem o objetivo de destacar as coisas boas da comunidade. Logo, ele contraria a “grande imprensa” , que costuma destacar as cidades do interior apenas quando algo de “pitoresco” acontece.	Ao retratar as “belezas de Chiador”, a autora favorece a auto-estima do povo.
Click: Cássio é o ganhador da cesta da Páscoa, sorteada para arrecadar fundos para o Jornal	Apesar de retratar um morador da comunidade, a matéria feita integralmente pelo editor. (participação indireta)	Ao valorizar a participação comunitária e os princípios como a cooperação e a solidariedade, a matéria rompe com a grande imprensa .	Estimula a participação comunitária .
Charge: a páscoa e a dengue	Desenho feito por um morador da comunidade. (participação direta)	O conteúdo da charge visa atender à demanda de informação da comunidade, sobre o problema da dengue. Logo, serve de contraponto à mídia convencional , que prioriza temáticas relacionadas ao sensacionalismo.	O chargista aproveita o ensejo da Páscoa para relembrar o problema da dengue. “Coelhinho da Páscoa... Ovinhos...”, diz o texto, se referindo às larvas do mosquito da dengue. (saúde)
Crônica: a morte de um membro da comunidade suscita reflexões sobre o bom relacionamento entre os moradores	Texto redigido por uma ex-moradora da comunidade, que havia acabado de retornar para o Rio de Janeiro. A crônica cita a morte de um morador do local, conhecido como “Gordo”. (participação indireta)	Ao invés de valorizar princípios capitalistas, a matéria rompe com a grande imprensa por apresentar princípios como o companheirismo, as relações de amizade.	O texto estimula o bom relacionamento entre os moradores da comunidade. Diz a autora, referindo-se ao morador morreu: “sempre causou-me admiração o fato dele me chamar pelo nome”. Em seguida, diz a colaboradora: “O que Gordo nunca soube é a grande lição que me ensinou: a lição de que as pessoas são

			especiais”.
--	--	--	-------------

Maio/09 – Nº13	Características analisadas		
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal*: os primeiros 12 meses do Jornal	A reportagem traz a opinião de 5 moradores, que relatam quais foram as melhores matérias publicadas pelo Jornal nesses 12 meses. São elas: → a reportagem em homenagem ao dia dos pais; → a matéria sobre o dia da consciência negra; → a reportagem sobre as obras da Usina de Furnas → a reportagem sobre o Chiador Folia; → a matéria que relata a formatura de uma moradora da comunidade. A coleta dos depoimentos foi feita por moradores da	Ressalta-se que, das matérias selecionadas pelos moradores, a publicada na edição 7 (dia da consciência negra) é a que possui algum nível de ruptura com a grande imprensa . Diz a moradora, ao explicar o motivo de ter gostado desta matéria: “Foi interessante o JC ter lembrado o dia da consciência negra, já que muita gente mantém o preconceito. Mesmo que não se acabe o preconceito com apenas uma matéria, dá para	Todas as matérias escolhidas pelos 5 moradores têm elementos propulsores da cidadania, conforme já mencionado nas respectivas análises, feitas anteriormente. Os principais elementos verificados nas matérias são: auto-estima, consciência negra, desenvolvimento local e participação popular.

	comunidade. (participação direta e indireta)	abrir um pouco a mente das pessoas em Chiador”.	
Charge: o mês de maio, o dia das mães e o desemprego	Charge feita por um morador da comunidade. (participação direta)	A charge traz uma crítica social. Diz o texto: “Domingo. Hoje é dia das mães... da crise, do desemprego, da fome, da morte”. Logo, rompe com a grande imprensa , que raramente se preocupa com essa temática. Há, também, ruptura com a questão da classe social , visando a hegemonia popular, já que se critica o desemprego, a morte, a fome.	Critica-se a situação atual do Brasil, onde existe desemprego, morte, fome... Logo, a charge auxilia na reflexão-ação da comunidade.
Crônica: uma crítica sobre a infra-estrutura da comunidade	Texto redigido por uma moradora do local. (participação direta) Não há menção, na crônica, a outros moradores.	O texto critica a falta de infra-estrutura da cidade, questionando o fato de, apenas na época de festividades haver policiamento, postos abertos nos finais de semana e ônibus sem super lotação. Logo, abre-se um espaço para as reivindicações da comunidade, algo que não acontece com tanta frequência nos meios de comunicação convencionais. (ruptura com a grande imprensa)	Ao questionar a situação atual do município, favorece-se a reflexão dos moradores.

* No mês de maio de 2009, por se tratar de uma edição especial, a capa do Jornal de Chiador trouxe apenas esses elementos, representando a matéria principal, que ocupou a íntegra da página 5.

Junho/09 – Nº 14	Características analisadas		
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: Chiador celebra o seu padroeiro Santo Antônio	Cobertura feita por três moradores da comunidade. No entanto, o texto final foi redigido pelo editor. (participação direta como colaborador). Personagens locais são citados na matéria. (participação indireta)	A matéria apenas noticia a festa, apresentando uma opinião de um morador da comunidade sobre a mesma. No entanto, a ruptura com os meios de comunicação fica evidente pela maneira positiva como é feita a cobertura.	A matéria traz características como o registro histórico da comunidade e uma crítica construtiva, objetivando a melhoria na festa, nos próximos anos.
Perfil: a história de vida de uma moradora de 86 anos	Entrevista realizada por moradores da comunidade, que também tiraram as fotografias. O texto foi redigido pelo editor. A personagem da matéria é uma moradora do local. (participação direta como colaborador) (participação indireta)	A matéria rompe com a grande mídia , na medida em que atua favorecendo a cidadania, ao invés dos princípios capitalistas.	Valorização de princípios como o respeito aos mais velhos e importância da história da comunidade.

Cidade: a tradicional festa do Boi na Brasa	Texto redigido por uma moradora da comunidade, juntamente com o editor. Fotos feitas por moradores do local. Não são citados personagens locais. As fotografias (4) também não retratam nenhum morador. (participação direta como colaborador)	A ruptura com a mídia convencional fica prejudicada, uma vez que a matéria não abre espaço para fotos de moradores locais, mas sim para a banda, o prefeito (que, segundo o texto, teria ajudado a preparar o churrasco) e para um visitante.	Registro da história local .
Cultura: moradora utiliza jornais antigos para fazer artesanato	Reportagem feita integralmente por uma moradora da cidade. As fotos são do arquivo pessoal da entrevistada. A principal fonte é uma moradora do local. (participação direta e indireta)	Valoriza a cidadania, ao invés dos princípios capitalistas. Logo, rompe com o monopólio midiático .	Incentivo a cidadania dos moradores locais, valorizando sua autoestima . A reportagem traz como tema a frase “Frutos da nossa terra”.
Charge: o dia de Santo Antônio	Charge feita por um morador da comunidade. (participação direta)	Pela falta de contextualização do desenho, a ruptura com a grande imprensa fica prejudicada. Além disso, não há ruptura originada na luta de classes, nem relacionada com questões políticas e neoliberais.	Não são verificados instrumentos propulsores da cidadania, uma vez que a charge faz apenas uma sátira: o desenho traz um Santo Antônio de cabeça para baixo, juntamente com os dizeres – “Santa Paciência?!”. Tradicionalmente, diz-se que esse tipo de simpatia ajuda a conseguir namorado. Estaria o chargista questionando este dogma?
Crônica: Selva/ Sayonara Lino	Texto redigido por uma jornalista profissional, que reside em Juiz de Fora. Ela teve acesso ao periódico e, apesar de não conhecer Chiador, decidiu encaminhar seu texto. Nele, não são citados personagens locais. (Sem participação popular)	Na perspectiva comunitária, não há mecanismos de ruptura com a mídia convencional, uma vez que trata-se de um texto subjetivo, poético, e feito por uma moradora de outra cidade.	Não são encontrados mecanismos propulsores da cidadania, uma vez que a matéria não menciona fatos relacionados à comunidade. Trata-se, exclusivamente, de um texto poético, subjetivo.

--	--	--	--

Julho/09 – Nº 15		Características analisadas	
Editoria/ assunto	Participação popular	Ruptura	Cidadania
Principal: lixão de Chiador	Elaboração da matéria por um membro da comunidade (redação e fotografia). Todos os entrevistados moram na comunidade. (participação direta e indireta)	Apesar de não citar diretamente a Prefeitura da Cidade, a matéria faz uma crítica á existência do lixão. Segundo o autor, “o lixo está sendo descartado de maneira inadequada em nosso território”, o que caracterizaria “descaso e irresponsabilidade” do Poder Público. Logo, ao ouvir a comunidade, em vez da fonte “oficial”, a reportagem rompe com a grande imprensa.	O texto mostra preocupação com a saúde da comunidade local. Fotos de moradores da comunidade, sendo mostrados como exemplos de atitude responsável. Logo, valoriza-se a auto-estima.
Perfil: Geralda da Padaria	Apesar de retratar uma moradora da comunidade, a reportagem foi feita pelo editor do veículo. Logo, há participação popular	A própria origem da moradora retratada (uma doméstica, que mora na casa dos patrões) denota traços de ruptura com	Valorização da história da comunidade local. Valorização da auto-estima , a partir de elementos como a

	apenas no depoimento veiculado. (participação indireta)	os demais veículos de comunicação , que costumam retratar as classes populares apenas quando se trata do “pitoresco”.	fotografia e a história retratada.
Cidade: concurso leiteiro teve até cover de Michael Jackson	Foto tirada por uma moradora da comunidade. No entanto, o texto-legenda foi escrito pelo editor. (participação direta como colaborador) Os personagens fotografados também são da comunidade. (participação indireta)	Ao retratar personagens locais em suas fotos, a matéria rompe com a grande imprensa.	Valorização da cultura local (afinal, a matéria trata do concurso leiteiro, um dos eventos mais importantes da cidade)
Cultura: hábito da leitura	Elaboração da matéria por membros da comunidade (redação e fotografia). Todos os entrevistados moram na comunidade. A fotografia retrata diversas crianças do município. (participação direta e indireta)	A matéria favorece a cidadania, ao invés dos princípios capitalistas. Logo, rompe com a mídia oligopolizada.	Valorização da educação e do hábito da leitura.
Charge: Terra X Lixo	Desenho feito por um morador da comunidade. (participação direta)	Apesar de não citar diretamente a Prefeitura da cidade, a charge, assim como a matéria principal, faz crítica implícita ao lixão, que é de responsabilidade do Poder Executivo. Logo, ao dar espaço para a comunidade ao invés de ouvir a “fonte oficial”, a matéria rompe com o oligopólio midiático.	Preocupação com o meio ambiente. Segundo a charge, o lixo está destruindo o Planeta Terra.
Crônica: falta de participação comunitária	Crônica redigida por uma moradora da cidade, que utiliza-se do espaço para convocar os moradores para participar mais ativamente dos eventos da localidade. (participação direta) O texto não menciona nenhuma personagem local específico.	Tentativa de ruptura com a pouca participação comunitária. Ou seja, enquanto a mídia massiva não se preocupa com a inércia popular, se favorecendo dela, inclusive, para manter o <i>status quo</i> , a moradora utiliza-se do espaço da crônica para tentar	Destaca-se a linguagem em 1ª pessoa, que convoca a comunidade. “Participe, influencie, dê opiniões”, diz a autora, clamando a comunidade a fazer parte da democracia. “Somos democráticos e livres! E isso, por enquanto, não tem preço”.

		conscientizar a comunidade. Logo, percebe-se um rompimento com os mecanismos da grande imprensa.	(participação popular)
--	--	---	-------------------------------