



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

JORNALISMO

**JORNAL “O CIDADÃO”: DAS RUAS DA MARÉ ÀS
ONDAS DA BLOGOSFERA**

MYLENA ALAYDE DE CASTRO HONORATO

Rio de Janeiro

2009



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

JORNALISMO

**JORNAL “O CIDADÃO”: DAS RUAS DA MARÉ ÀS
ONDAS DA BLOGOSFERA**

Monografia submetida à Banca de Graduação
Como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social – Jornalismo

MYLENA ALAYDE DE CASTRO HONORATO

Orientadora: Profa. Dra. Raquel Paiva de Araújo Soares
Co-orientador: Marcelo Monteiro Gabbay, MsC.

Rio de Janeiro

2009

FICHA CATALOGRÁFICA

HONORATO, Mylena Alayde de Castro.

Jornal “O Cidadão”: das ruas da Maré às ondas da blogosfera. Rio de Janeiro, 2009.

Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ Escola de Comunicação – ECO.

Orientadora Raquel Paiva de Araújo Soares

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia Jornal “O Cidadão”: das ruas da Maré às ondas da blogosfera, elaborada por Mylena Alayde de Castro Honorato.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia 7 de dezembro de 2009.

Comissão Examinadora:

Eduardo Granja Coutinho

Cristina Rego Monteiro

Rio de Janeiro

2009

HONORATO, Mylena Alayde de Castro. *Jornal O Cidadão: Das Ruas da Maré às Ondas da Blogosfera*. Orientadora: Prof. Dra. Raquel Paiva. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2009. Monografia. (Graduação em Jornalismo).

RESUMO

Comunicação comunitária pode ser entendida como aquela direcionada aos interesses de uma determinada comunidade, feita por ela, e para ela. No entanto, quando entra na Internet, o jornal voltado para a comunidade passa a ser acessado, produzido, comentado e lido por pessoas de fora. O presente trabalho tem o intuito de analisar o atual papel desse tipo de comunicação e sua sobrevivência em um mundo globalizado, dominado pelas novas mídias digitais. Para isso, foi realizado um estudo de caso do blog do jornal “O Cidadão”, veículo comunitário feito pelos e para os moradores do Complexo da Maré, no Rio de Janeiro, formado por 16 comunidades diferentes, e habitado por cerca de 140 mil pessoas. Este estudo pretende discutir a relação entre comunidade e Internet, procurando concluir se a elaboração de um blog a partir de um jornal comunitário estaria, indiretamente, afastando a mídia da comunidade local.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por me dar paz e serenidade para seguir em frente;

Aos meus pais, que tanto investiram em mim e sempre apoiaram meu sonho de ser jornalista;

À minha irmã, que ao meu lado, descobriu o caminho a seguir;

À Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ - que proporcionou uma excelente infraestrutura e um corpo docente respeitado no cenário acadêmico;

À Professora Dra. Raquel Paiva, que aceitou ser minha orientadora e que, sem perder o otimismo, apresentou-me as soluções certas nas horas de indecisão;

Ao Professor Marcello Gabbay, que me deu valiosas dicas e sugestões e ajudas com a bibliografia. Muito obrigada;

Aos colegas de sala de aula, que comigo dividiram anos valorosos de nossas vidas;

Aos organizadores do Jornal Comunitário “O Cidadão”, que me ajudaram no desenvolvimento deste trabalho e que dão, diariamente, uma lição de solidariedade.

A função do comunicador social, como profissional que pode estar habilitado a trabalhar com esse novo desenho social. Muito mais que um publicitário, jornalista ou radialista, esse profissional deve ser alertado para o seu papel de agente social, aquele que primeiramente é capaz de promover e de potencializar a articulação comunitária, seja via instituições (desde prefeituras, órgãos municipais e organismos não-governamentais) ou por meio da evocação de uma comunidade determinada. A função desse profissional, considerado freqüentemente como agente externo, é provocar a participação.
(PAIVA, 2003: 143)

SUMÁRIO

1	Introdução	1
2	Jornalismo Comunitário: conceitos e história	5
2.1	Jornalismo Comunitário: ontem e hoje	6
2.2	Comunitário x popular	7
2.3	Comunidade	9
2.4	Características do jornalismo comunitário:	12
2.4.1	Valorização da realidade local:	12
2.4.2	Participação da comunidade durante todo o processo de produção	13
2.4.3	Consagração das idéias da mobilização e da transformação	14
2.4.4	Resgate de um viés pedagógico e educativo.....	15
3	Veículo comunitário: cidadão até no nome.....	18
3.1	Jornal “O Cidadão”: história e características	19
3.2	Representação do Mareense	22
3.3	A Maré tem Memória	23
3.4	Comunidade(s) e identidade(s) da Maré?	25
3.5	A coluna Perfil e a valorização do morador	26
3.6	A questão do bairro e a identidade mareense nas páginas do “O Cidadão”	27
3.7	Relação da ‘Grande Mídia’ com a Comunidade	28
3.7.1	Violência	28
3.7.2	Fontes	29
3.7.3	Homogeneização.....	30
3.7.4	Designação	30
3.7.5	Colaboração da grande mídia	31
3.8	Relação do Jornal “O Cidadão” com a Grande Mídia	31
3.9	Comunidade Gerativa	33
4	Do Impresso ao On Line: o Blog.....	35

4.1	Mas, o que é um blog?	35
4.2	Características do blog de “O Cidadão”	37
4.2.1	Temas abordados	38
4.2.2	Layout do Blog	40
4.2.3	Imagens	41
4.2.4	Autores	42
4.2.5	Alcance: amplo x restrito	43
4.2.6	Acesso	44
4.3	Sobrevivência no mundo globalizado	50
5	Conclusão	52
6	Referências	0

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Capa de "O Cidadão"	21
Figura 2: o Blog de "O Cidadão"	40
Figura 3: Folder de divulgação de evento na comunidade	41
Figura 4: Gráfico, acessos à internet por classes sociais	46

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Proporção de indivíduos que já utilizaram um computador	44
Tabela 2: TIC DOMICÍLIOS e USUÁRIOS 2008 - TOTAL BRASIL	45

1 Introdução

Tecnologia, convergência de mídias, interatividade, homogeneização, unidade... globalização. Vive-se em um mundo multicultural, em que as diferenças e a desigualdade, em suas variadas formas, avançam em meio a uma sociedade global e tecnológica. A Internet surge nesse contexto como a maior ferramenta de comunicação e integração mundial, possibilitando que habitantes de todo o planeta estejam, de alguma forma, interligados e, literalmente, conectados.

Os avanços nesse sistema acontecem de forma crescente: computadores cada vez mais baratos, maior velocidade de conexão, inovações tecnológicas intermináveis. No entanto, é importante que não se esqueça de que uma grande parte da sociedade, esta mesma que se pretende universal, encontra-se à margem dessas inovações, talvez por conta da prevalência de um modelo econômico neoliberal, característico de um sistema capitalista, desigual desde seus primórdios.

No Brasil, especificamente no estado do Rio de Janeiro, existem cerca de 16 milhões de habitantes para 24.000 computadores, segundo a Associação Brasileira de Centros de Inclusão Digital. Isto significa dizer que apenas 0,15% da sociedade fluminense têm acesso ao mundo virtual.

O que o presente trabalho pretende analisar é a sobrevivência, nesse mundo já dito globalizado e desigual, de um meio de comunicação voltado para um local geográfico demarcado, um nicho específico de pessoas. Os textos e capítulos apresentados aqui são uma espécie de relato sobre as descobertas encontradas ao longo do curso de jornalismo. Entre essas descobertas, cita-se o contato com um fluxo de ideias desenvolvido e propagado por diversos pensadores do campo social no mundo de hoje: a perspectiva de atuação comunitária como possibilidade de ação política nos tempos de globalização, possibilidade de resgatar na ordem do discurso da individualista sociedade moderna palavras como cidadania e solidariedade.

Para isso, foi realizado um estudo de caso do blog do jornal “O Cidadão”, veículo comunitário feito pelos e para os moradores do Complexo da Maré, local pobre situado na periferia da Zona Leopoldina do Rio de Janeiro, formado por 16 comunidades populares, e habitado por cerca de 140 mil pessoas.

Em sua essência, comunicação comunitária pode ser entendida como aquela direcionada aos interesses de uma determinada comunidade, feita por ela, e para ela. No

entanto, uma definição para o atual e real papel desse tipo de comunicação necessita de uma pesquisa mais apurada.

A partir de um estudo sobre a história do jornalismo comunitário e uma análise de suas principais características – feitos no capítulo ‘Jornalismo Comunitário: Conceitos e História’ – o trabalho pretende levantar questionamentos a respeito da necessidade de reinvenção desse tipo de comunicação na sociedade contemporânea.

Para abordar assuntos referentes ao jornalismo comunitário, primeiramente, é fundamental esclarecer o que é comunidade. Este conceito é muito abrangente, podendo fazer referência a grupos virtuais da Internet, grupos de consumo e moradores de um determinado espaço geográfico. Parte da pesquisa dedica-se a explicar que tipo de comunidade está sendo alvo de estudo: “aquela forma de organização que reúne as pessoas e resgata a sociabilidade perdida” (MARCONDES FILHO, 1987: 158).

Ao reconhecer e assumir o seu pertencimento, os indivíduos de um mesmo grupo social proporcionam as condições para a realização de ações organizadas de caráter cooperativo e possibilitam o desenvolvimento de valores comuns e individuais. Nas palavras de Marcondes Filho (1987: 160), comunidade “é o espaço de realização da individualidade que a sociedade niveladora e generalizadora nega”.

A metodologia de pesquisa utilizada baseou-se em uma revisão da literatura específica sobre o assunto. Foram usados artigos e trabalhos realizados por peritos em comunicação e comunidade, como Raquel Paiva, Paulo Freire, André Luiz Esteves Pinto e Cicília Peruzzo.

O capítulo ‘Veículo Comunitário: Cidadão Até no Nome’ identifica como é a atuação de um meio comunitário na prática, exemplificando, a partir da história e ação do jornal O Cidadão, os desafios desse tipo de comunicação na contemporaneidade.

O Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré (CEASM), entidade criada e gerida pelos moradores da Maré, em 1997, com o objetivo de dar assistência cultural e educacional aos moradores da Maré, sentia necessidade de fortalecer a comunicação local. Por isso, em julho de 1999, o centro social criou “O Cidadão”. De forma voluntarista, algumas pessoas começaram a participar do projeto de implantação do jornal: profissionais da área (jornalista, fotógrafo, programador visual etc.), alguns da “grande mídia”, que já tinham tido contato com a comunidade e jovens do pré-vestibular do CEASM (sem experiência profissional na área jornalística).

Dez anos depois de sua criação, em 2009, os responsáveis pelo impresso de “O Cidadão” criaram o blog www.ocidadaonline.blogspot.com. A iniciativa partiu de uma necessidade de atualizar diariamente os moradores sobre as questões relacionadas à comunidade, coisa que o jornal impresso – com periodicidade irregular - não conseguia.

Oriundo de um jornal comunitário, o blog de “O Cidadão” traz a seguinte questão: se um jornal comunitário deve ter circulação restrita à comunidade, tratar de assuntos pertinentes a ela, com pautas específicas e ativa participação dos moradores, como entender um blog criado a partir de um jornal comunitário, haja vista que essas páginas virtuais não possuem fronteiras demarcadas?

Quando entra na Internet, o jornal voltado para a comunidade passa a ser acessado, produzido, comentado e lido por pessoas de fora. O blog, por essência, não é um meio comunitário, visto que surgiu na prática internauta como ferramenta de representação individualizada na grande rede. O que isto significaria para o futuro desse tipo de comunicação? Uma caminhada em direção ao precipício e o fim do caráter comunitário do jornal? Ou algo positivo, que permita que a voz da comunidade seja ouvida por pessoas de fora e não fique restrita ao que é transmitido pela grande mídia? Seria o fim do jornalismo comunitário ou a grande oportunidade de mostrar a real situação das favelas aos moradores e governantes do asfalto?

Além disso, há a questão do acesso restrito à Internet para os habitantes das comunidades carentes, como mencionado anteriormente. Se a maioria dos mareenses (como se autodesigna a grande parte dos moradores da favela da Maré), não acessa o blog, então este já foi criado com a intenção de ser mostrado ao mundo? O foco, então, não é mais a comunidade, descaracterizando a função comunitária do jornal?

Essas questões serão analisadas no capítulo intitulado ‘Do Impresso ao On-line: o Blog’ que, a partir de um resumo da história dos blogs e suas principais ferramentas, abre os caminhos para a análise do blog de “O Cidadão” e suas características (temas abordados, autores, layout, acesso, imagens, alcance). No estudo, foram utilizadas fontes bibliográficas como livros, documentos obtidos na Internet, pesquisas acadêmicas que procuram esclarecer o assunto, além de fontes primárias, por meio de entrevistas com pessoas que estão envolvidas com Internet e o jornal “O Cidadão”, como o Presidente da Associação Brasileira de Inclusão Digital, Mário Brandão, e a Coordenadora da Área de Projetos e Jornalista Responsável pelo jornal da Maré, Renata Souza. O crescimento de *lan houses* - estabelecimentos comerciais onde as pessoas

podem pagar para utilizar um computador com acesso à Internet - em comunidades carentes também é um ponto interessante a ser discutido, já que ajuda a definir o perfil do mareense que tem acesso ao blog de “O Cidadão”.

O interesse sobre o tema ganha relevância quando se pensa na influência que a “grande mídia” exerce sobre as formas mais tradicionais de comunicação. É certo que as transformações que são vivenciadas pela humanidade alcançam um dinamismo cada vez mais feroz. Porém, até que ponto essas metamorfoses não estão contribuindo para a perda de valores clássicos e fundamentais para a manutenção de relações sociais perenes?

O trabalho não pretende esgotar o assunto, ao contrário, talvez as conclusões existentes possam influenciar ações e atitudes, ou até explicar causas. Trata-se de uma pesquisa aplicada, que tem o objetivo de provocar uma reflexão sobre o futuro da comunicação comunitária no mundo digitalizado e entender a importância de uma nova forma de atuação social numa sociedade regida pelas forças globalizantes do neoliberalismo.

2 **Jornalismo Comunitário: conceitos e história**

Uma possibilidade para a população encontrar espaço e discutir assuntos de seu interesse, que nos grandes veículos de comunicação não são abordados ou são tratados com um viés depreciativo para a comunidade. Assim pode ser entendida a mídia comunitária, ou seja, “o meio de comunicação que interliga, atualiza e organiza a comunidade e realiza os fins a que ela se propõe” (MARCONDES FILHO, 1987:160).

Raquel Paiva (1998: 155), por sua vez, define comunicação comunitária através do mosaico de características com que esse tipo de produção midiática é geralmente associado:

Começa quando os grupos de mais baixo status deixam de fazer esforços para se comunicarem através da hierarquia das elites intermediárias ou dos meios públicos ordinários e estabelecem seu próprio sistema de comunicação horizontal (PAIVA, 1998: 155).

Entende-se, a partir dessa definição, que a mídia comunitária é o instrumento de atuação política e social de uma determinada coletividade (uma associação de moradores, um grupo religioso, trabalhadores de uma fábrica).

Ao contrário da grande imprensa, que trata a informação como mais um produto no mercado, a mídia comunitária apresenta a informação como elemento educativo ou formativo, que resgata a os laços de identificação da comunidade e a ela presta serviços.

Ainda segundo Raquel Paiva: “o que permite conceituar um veículo comunitário (...) é a sua proposta social, seu objetivo claro de mobilização vinculado ao exercício da cidadania” (PAIVA, 1998: 167).

Sendo assim, esse jornalismo não pode seguir as mesmas características que as empresas jornalísticas e transformar a notícia em mais um produto no mercado, em que a maior preocupação é vender, e não o bem ou o mal que essa notícia pode causar ao público (MEDINA, 1988; SODRÉ, 2009). É o jornal feito na comunidade, pela comunidade e para a comunidade. Como avalia Raquel Paiva:

Jornalismo voltado para a produção de um modelo inclusivo, de comunicação interativa e reflexiva. Nosso pressuposto é de que, diante da superestrutura produzida pelo jornalismo comercial/industrial como gerador da narrativa da sociedade atual, e conseqüentemente promotor e gerenciador de uma estrutura do pensamento público vigente, concebe-se que se trata de uma ordem exclusivista, concentracionista e

correlacionada de maneira fulcral aos propósitos consumistas da atualidade. (PAIVA, 2006).

2.1 Jornalismo Comunitário: ontem e hoje

Antes de aprofundar as características e principais conceitos de um jornal comunitário, é preciso que fique claro o contexto em que surgiu esse tipo de comunicação.

Durante muito tempo, a temática da comunicação comunitária não foi motivo de preocupação dos estudiosos. Poucos professores e pesquisadores, ligados a estudos e práticas de comunicação desenvolvidos nas décadas de 1960 e 70, propuseram-se a estudar o tema, ratificando que a importância dada à questão ainda era muito pequena. Isto porque as discussões estavam voltadas para o impacto da mídia e as teorias da Escola de Frankfurt.

Estudiosos dessa escola, Horkheimer e Adorno (ADORNO; HORKHEIMER, 1985), criaram, em 1947, a expressão “indústria cultural” referindo-se ao processo de industrialização da cultura. Para os proponentes desta terminologia, a cultura era transformada em mercadoria, produzida em escala industrial de forma padronizada. Esses teóricos viam nos meios de comunicação de massa (cinema, rádio, música) uma ferramenta de dominação, de alienação e de manutenção das classes sociais.

No final da década de 1980, a sociedade passava por profundas transformações, com o fim dos regimes ditatoriais, os avanços tecnológicos e o fantasma da padronização global. É nesse contexto que as discussões em prol da democratização dos meios de comunicação entram na pauta dos debates nacionais.

Em 1984, em meio à mobilização nacional por eleições diretas, foi articulada a Frente Nacional de Luta Por Políticas Democráticas de Comunicação, com o objetivo de criar propostas políticas democráticas no campo da comunicação. No entanto, a derrota da emenda de Dante de Oliveira - que propunha eleições diretas para o Brasil – desmobilizou a Frente.

Nas eleições presidenciais de 1989, o episódio da manipulação do debate entre Fernando Collor e Luís Inácio Lula da Silva pela Rede Globo deu novo impulso à mobilização dos setores da sociedade civil e partido de esquerda na discussão da necessidade de quebrar o monopólio que as grandes empresas de comunicação tinham sobre a produção de informação.

A partir daí, entende-se que a perspectiva de um modelo de comunicação comunitária avança, na própria sociedade capitalista, como uma alternativa para se contrapor ao monopólio midiático imposto pelas grandes corporações nacionais e internacionais de comunicação. Primordialmente, esse tipo de comunicação busca resgatar a identidade individual e coletiva da sociedade na qual está inserida, procurando valorizar a cultura local através do despertar de um sentimento de pertença do indivíduo pela sua comunidade.

Por outro lado, é sabido que já não existe um modelo fixo para a caracterização do veículo comunitário “autêntico”, cuja única marca realmente distintiva seria a “motivação eminentemente política” (MALERBA, 2008: 153).

2.2 Comunitário x popular

Apesar de muitos estudiosos tratarem comunicação popular e comunicação comunitária como sinônimos, a exemplo de Cicília Peruzzo, que afirma que “conceitualmente a comunicação popular é também chamada de alternativa, comunicação horizontal, comunicação comunitária, comunicação dialógica, comunicação participatória, comunicação participativa etc, em geral tomadas como sinônimos” (PERUZZO, 1995: 32), essa simplificação é equivocada.

Segundo a autora (PERUZZO, 2000), a semelhança entre esses tipos de comunicação, estaria ligada ao fato de estarem vinculadas “aos movimentos populares e outras formas de organização de segmentos populacionais mobilizados e articulados e que têm por finalidade contribuir para a mudança social e a ampliação dos direitos de cidadania”.

O jornalismo popular pode ser entendido como aquele ligado a serviços e movimentos sociais, alternativo, de bairro. Na prática, a comunicação comunitária por vezes incorpora conceitos e reproduz práticas tipicamente dessa comunicação popular em sua fase original e, portanto, confunde-se com ela, mas, ao mesmo tempo, outros vieses vão se configurando. Ela percorre caminhos próprios e específicos, principalmente quando o contexto histórico que se impõe de forma hegemônica é o da globalização neoliberal e o das grandes corporações midiáticas.

Segundo o dicionário Aurélio:

Popular: 1. Do, ou próprio do povo, ou feito por ele. 2. Simpático ao povo. 3. Vulgar, trivial. 4. Homem do povo.
 Povo: 1. Conjunto de indivíduos que falam (em regra) a mesma língua, têm os mesmos costumes e hábitos idênticos, uma história e tradições comuns. 2. Os habitantes dum localidade ou região; povoação. 3. V. *povoado*. 4. Aglomeração de gente; multidão. 5. Plebe.
 Comunitário: Relativo à comunidade. Comunidade: *sf.* 1. Qualidade de comum. 2. O corpo social; a sociedade. 3. Grupo de pessoas submetidas a uma mesma regra religiosa. 4. Local por elas habitado. 5. *Ecol.* O conjunto das populações animais e vegetais que coexistem numa mesma região; biocenose.

Para analisar a questão, será tomada como referência uma definição apresentada por Cicília Peruzzo, que afirma que a comunicação popular, numa de suas possibilidades, pode ser entendida como aquela comunicação “[...] inserida na conjuntura sócio-econômica, política e cultural, ou seja, aquela comunicação de ‘resistência’ às condições concretas de existência, ligada aos movimentos e organizações populares de setores das classes subalternas, vinculadas a lutas pela melhoria das condições de existência, numa palavra, em defesa da vida” (PERUZZO, 1995: 30).

Assim, a comunicação popular não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares. Considerando essa definição de comunicação popular, acredita-se não ser pertinente a simples transposição deste termo para o conceito de comunicação comunitária. Substituir a expressão “comunicação popular” por “comunicação comunitária” pode levar a uma despolitização da comunicação popular e a uma desconfiguração das reais contribuições que as práticas de comunicação comunitária podem oferecer no contexto das lutas sócio-políticas e da disputa pela hegemonia no campo da comunicação.

A própria autora Cicília Peruzzo reconhece que “no percurso da democratização do País, nos anos recentes (mais especificamente a partir de meados da década de 1990) algumas dessas denominações foram se configurando com perfis mais específicos” (PERUZZO, 2008).

Segundo ela, a principal razão dessa alteração está na mudança de contexto histórico em que as bandeiras de lutas se ampliam, tendo em vista não existir mais o caráter explícito de oposição política – que unia as esquerdas – ao autoritarismo militar e seus desdobramentos.

Uma dessas denominações é comunicação comunitária, a qual acabou se configurando numa vertente mais específica em decorrência das práticas sociais desenvolvidas. A rádio comunitária, por exemplo, extrapola o cenário dos movimentos populares e se relaciona com públicos mais abrangentes. O boletim informativo às vezes assume características de jornal de bairro. À TV de Rua se somam os canais comunitários na televisão a cabo que falam para pequenas ou grandes cidades e assim por diante (PERUZZO, 2008).

Atualmente, esses dois tipos de comunicação, popular e comunitária, incorporam inovadores formatos e canais de difusão possibilitados pelas novas tecnologias de informações e comunicação (NTIC). São experiências ligadas a movimentos sociais, associações comunitárias, projetos de extensão (e de outros tipos) de universidades, iniciativas de rádio escola que muitas vezes extrapolam o espaço escolar e estabelecem elos com a “comunidade” local e assim por diante. Como lembra Peruzzo, “são pequenos jornais, fanzines, alto-falantes, jornal mural, webrádio, bicicleta de som, carro de som, grupos de teatro, vídeos, rádios comunitárias, canais comunitários de televisão, blogs, fotologs, sites etc., que servem de pretexto para a realização de atividades de educação informal ou não-formal” (PERUZZO, 2008).

Não há dúvida de que novas práticas atualizam as formas de comunicação de segmentos subalternos da sociedade e aprimoram as proximidades entre a comunicação popular e a comunitária. Mas, como resume Peruzzo:

Em última instância, por meio de diferentes formas de expressão, todas as vertentes representam as vozes dissonantes e sem vez na estrutura de poder político e econômico (excetuando aquelas de linha conservadora, se pautam em leituras diferenciadas e críticas da realidade e se manifestam a favor da transformação das estruturas econômicas e políticas que desrespeitam o interesse social e atropelam a plenitude da cidadania. Comunitário, portanto, é um termo de uso problemático, já que pode se referir a processos diferentes entre si. (PERUZZO, 2008).

2.3 Comunidade

Comunitário, como foi visto, é um termo de uso problemático, já que pode se referir a processos diferentes entre si. O ponto de partida para estabelecer uma conceituação sobre comunicação comunitária é entender o significado de comunidade. A relação entre os dois conceitos é muito próxima, já que o primeiro não pode existir

sem o segundo. No entanto, o termo comunidade tem sido amplamente empregado como um conceito de incrível abrangência, podendo ser interpretado como: comunidades virtuais da Internet, grupos de consumo, moradores de um determinado espaço geográfico. Segundo Downing:

É usado no sentido localista (esta comunidade mantém-se firme na questão de...), na retórica da política mundial (a postura da comunidade internacional contra o terrorismo), no sentido profissional (a comunidade científica), na política do uso da franqueza em questões sexuais (padrões de decência da comunidade) e no sentido nostálgico que remete a uma suposta era da harmonia (precisamos resgatar o sentido de comunidade) (DOWNING, 2002: 73,74.).

A autora Raquel Paiva já havia alertado sobre a complexidade do conceito de comunidade. No entanto, para ela, de uma maneira geral, o termo “tem aparecido investido de um poder de resgate da solidariedade humana ou da organicidade social perdida”. (PAIVA, 1998: 11). Em verdade, o termo relaciona-se originalmente ao agrupamento espaço-temporal de pessoas vinculadas por relações de afeto e intimidade, interesses comuns (GABBAY, 2009: 51).

Outros autores também se detiveram no estudo mais detalhado sobre o conceito de comunidade e, dentre eles, merece destaque Zygmunt Bauman, que atenta para a sensação sempre positiva que a simples presença do termo comunidade impõe: “ela sugere uma coisa boa: o que quer que ‘comunidade’ signifique, é bom ‘ter uma comunidade’, ‘estar numa comunidade’. [...] Comunidade, sentimos, é sempre uma coisa boa” (BAUMAN, 2003: 7). No entanto, Bauman chama a atenção para o movimento de fechamento simbólico provocado pela comunidade, ou seja, em troca da segurança e do aconchego, os membros inseridos na comunidade devem abrir mão de parte de sua liberdade individual, aderindo aos valores e dogmas que marcam a fronteira comunitária. Vale ressaltar que essa acepção de Bauman se deve a experiência muito próxima à chamada comunidade ariana, cujo discurso de fechamento foi o pivô do holocausto nazista da Segunda Guerra Mundial.

O espaço religioso talvez tenha sido o ambiente social em que o termo “comunidade” mais se disseminou. Isso se explica porque, segundo Paiva (1998: 92), “a idéia de comunidade como elemento de união entre os indivíduos reforça o espírito de fraternidade e convivência”, e estes valores são, fundamentalmente, “promovidos” e “aglutinados” pelas manifestações e cerimoniais religiosos.

Apesar de considerar a complexidade e pluralidade de significados do termo em questão, o trabalho será guiado pela ideia de que comunidade representa “aquela forma de organização que reúne as pessoas e resgata a sociabilidade perdida” (MARCONDES FILHO, 1987: 158).

O resgate dessa sociabilidade perdida implica buscar uma subjetividade no contexto da coletividade, ou seja, a identidade de cada indivíduo na era da homogeneização intercultural, promovida pela globalização. Segundo a perspectiva do educador Paulo Freire (1989), esse processo se realiza através do desenvolvimento de canais participativos no contexto do grupo social do qual o indivíduo se reconhece pertencente, possibilitando o estabelecimento de processos de desalienação, que conduz as pessoas a uma compreensão acerca de sua inserção no mundo. Essa seria a principal função de um jornal comunitário.

É necessário destacar que não basta a simples existência de agrupamentos sociais para afirmar a constituição de uma comunidade em um determinado lugar. Se assim fosse, as sociedades urbanas de maneira geral seriam comunidades e todo veículo de comunicação (inclusive a grande mídia) seria comunitário. Uma comunidade é estabelecida a partir de uma dinâmica social formada por um conjunto de indivíduos que se reconhecem como construtores de um sentimento coletivo de pertencimento no interior de um grupo da sociedade.

Ao se sentirem parte integrante de um determinado “nicho”, os indivíduos realizam ações de caráter cooperativo e possibilitam o desenvolvimento de valores comuns e individuais. Nas palavras de Marcondes Filho (1987: 160), a comunidade “é o espaço de realização da individualidade que a sociedade niveladora e generalizadora nega”.

Quando se aproxima essa questão da participação como elemento constitutivo da comunidade aos processos de produção de uma comunicação comunitária, Raquel Paiva oferece uma síntese:

A participação efetiva da comunidade na elaboração das produções é exatamente o que vai distinguir um veículo comunitário. É uma conquista a ser alcançada o envolvimento de todo o grupo social, mesmo que existam na comunidade pessoas exclusivamente responsáveis pela montagem do veículo. (PAIVA, 1998: 159).

2.4 Características do jornalismo comunitário:

Diante de que levantado até aqui, são identificados pelo menos quatro características marcadoras do jornalismo comunitário: valorização da realidade local; participação da comunidade durante todo o processo de produção; consagração das ideias de mobilização e de transformação e resgate de um viés pedagógico e educativo.

2.4.1 Valorização da realidade local:

Na comunicação comunitária, o local é quem define as pautas. Os veículos geralmente tratam de temas específicos, ligados aos interesses da comunidade. Por esse motivo, os assuntos tratados tendem a despertar a atenção do público pela informação, uma vez que conteúdo e personagens envolvidos têm relação bem próxima com os leitores.

Essa relação de proximidade, embora se manifeste essencialmente no plano geográfico – assuntos que estão mais perto da região onde vive a comunidade tendem a ter prioridade no noticiário –, pode também se revelar por meio de uma proximidade por demandas ou expectativas, ou seja, projetos culturais e sociais desenvolvidos na comunidade e problemas como o desemprego e a falta de escolas ou de postos de saúde.

No entanto, as notícias não são transformadas em espetáculo como acontece na mídia convencional. Marilena Chauí (2006) já havia atentado para isso ao supor a existência de um “simulacro do poder”, ou seja, realidades ilusórias criadas pelos detentores do conhecimento ou de seus meios de produção e divulgação, através da “grande” mídia, que divulga seus códigos ideológicos privados de compreensão do mundo, como se os mesmos fossem gerais, oferecendo informações sobre o “mundo real” como uma mercadoria. Pelo contrário, na comunicação comunitária, o público participa das informações e reconhece nelas dados – reais - do seu próprio cotidiano.

Apesar da prioridade dada ao local, os jornais comunitários também discutem assuntos de aspecto mais amplo, que sejam do interesse da comunidade e tenham impactos sobre ela. A narrativa precisa viabilizar estratégias capazes de criar vínculos, identidades e o sentimento do pertencimento, permitindo que o público se reconheça na notícia, ainda que ela não esteja diretamente ligada com o lugar onde mora. Isto se

materializa por meio de uma hierarquização alternativa da notícia, que tem como base o grau de importância social e interesse coletivo do assunto.

Uma caracterização importante é o acentuado uso didático, diferindo bastante da concepção usual que se tem de notícia, por exemplo. O destaque aos assuntos é dado em função da sua importância para o grupo social, numa relação direta com o cotidiano das pessoas. (PAIVA, 2003: 139)

2.4.2 Participação da comunidade durante todo o processo de produção

Em relação ao processo de produção, o jornalismo comunitário, de certa forma, quebra a lógica que garante a poucos e poderosos grupos o privilégio da emissão, e às grandes massas a tarefa da recepção.

De forma participativa, ou por meio de conselhos e de representantes, a comunidade pode e deve atuar durante todo o fluxo produtivo, da discussão das pautas à distribuição ou veiculação das notícias. O público deixa de ser visto como mero depositário de informações escolhidas e traduzidas por um grupo de iluminados e esclarecidos, e passa, democraticamente, a ser encarado como cidadão protagonista, ativo, pensante e atuante. A hierarquia de certa forma se rompe, e o diálogo se manifesta no sentido horizontal (*com*) e não na direção diagonal, de cima para baixo (*para*). As ações são compartilhadas, bem como as responsabilidades.

É válido destacar a relação desse modo de fazer jornalismo com os “estudos culturais” ingleses, surgidos na década de 60. Neles, o receptor não é mais um ser passivo. Ele transforma a informação e produz novos sentidos. Dentro dessa perspectiva, a mídia não determina a forma como o receptor interpreta a realidade. É o receptor quem filtra a mensagem midiática, a partir de seu repertório cultural, buscando sentidos convergentes com as suas experiências de vida (BARBERO, 2003).

Ao contrário da Escola de Frankfurt, que vê os processos de comunicação como expressão da ideologia econômica, os Estudos Culturais Ingleses os percebem como expressão das práticas culturais da sociedade e da negociação entre seus membros. Com eles, a mídia não é apenas uma instância dominadora, mas um produto cultural que se alimenta de outras culturas, a partir de uma relação de interdependência. Assim, o paradigma mercadológico, marca da globalização (SODRÉ, 2003), está imbricado na produção de práticas e discursos socioculturais constantemente renegociados na dinâmica social cotidiana.

Diante dessa perspectiva, é preciso considerar a participação coletiva em escala cada vez maior no funcionamento do veículo comunitário, na verdade, a participação dialógica da comunidade na produção e circulação da informação é a marca vital deste tipo de processo comunicacional.

Segundo André Pinto:

O que justifica o título de comunitário é a participação da população e seu envolvimento ativo como agente do processo comunicativo, o reconhecimento de sua própria imagem nas notícias, entrevistas, artigos, fotos e mesmo na publicidade. Se o espírito for comunitário, gradualmente a forma manifestada pelo veículo passa a ser também. (PINTO, 2004:37).

2.4.3 Consagração das idéias da mobilização e da transformação

Mobilização social pode ser compreendida como a reunião de sujeitos que pretendem resolver problemas e transformar uma dada realidade, em relação a uma causa que possa ser considerada de interesse público.

Esta mobilização está intimamente ligada à comunicação comunitária uma vez que é ela que permite o contato de pessoas com objetivos comuns e torna possível o compartilhamento de idéias e a articulação, que leva à ação.

Como falamos de interpretações e sentidos também compartilhados, reconhecemos a mobilização social como um ato de comunicação. A mobilização não se confunde com propaganda ou divulgação, mas exige ações de comunicação no sentido amplo, enquanto processo e compartilhamento de discurso, visões e informações.(TORO e WERNECK, 2004, p.14).

A mobilização social serve, ainda segundo Toro e Werneck (2004), para tornar possível uma sociedade produtiva. Não no sentido de produzir cada vez mais e comercializar a preços satisfatórios acumulando recursos financeiros, mas no sentido da produção racional e adequada de bens e serviços que permitam dignidade na vida de todos.

As relações entre comunicação comunitária e mobilização social são muito fortes. Os processos de mobilização social, historicamente, vêm sendo fortalecidos por experiências de comunicação comunitária, que avançam e se aprofundam, à medida que cresce a participação popular e o envolvimento dos grupos na organização social.

Não há dúvida de que a comunicação tem o poder de aprimorar as relações interpessoais na comunidade e fazer com que, interagindo, os atores sociais alcancem objetivos específicos. Segundo Raquel Paiva (1998) isso pode ser percebido no comprometimento de cada indivíduo com o exercício da cidadania, permitindo assim uma interferência em seu cotidiano e no das pessoas ao seu redor.

Como a participação das pessoas comuns está garantida na comunicação comunitária, o jornalismo produzido passa a ser encarado como um patrimônio da comunidade, estimulando mobilizações e lutas coletivas capazes de produzir transformações.

A verdade é que a comunicação comunitária constitui-se como um fenômeno social que põe em xeque as estruturas tradicionais dos meios de comunicação. Tal questionamento ocorre tanto em relação às suas estruturas de controle e propriedade, como pelos usos que são feitos quando transformados em empresas. Em última instância, a comunicação comunitária se revela como uma forma de mobilização social pela democratização da comunicação no processo de conquista de direitos de cidadania. É uma das expressões da realização do direito humano à comunicação. Possui diversas feições e se relaciona com lutas concretas de segmentos populacionais.

No entanto, é importante ressaltar que não se trata de uma prática calcada em palanques e holofotes, mas de discursos e narrativas que estimulam a reflexão crítica sobre os mais diversos assuntos, transformando informação em conhecimento e garantindo ao cidadão – e não a um mero consumidor – o direito de ampliar seu repertório intelectual e de participar com consistência dos debates que se estabelecem na arena pública. Trata-se de um jornalismo que se propõe a dialogar e a formar a cidadania, para que esta, ciente de seus direitos, possa lutar por eles.

2.4.4 Resgate de um viés pedagógico e educativo

A prática do jornalismo comunitário tem uma função social importante a cumprir: democratizar a informação e incentivar as ações da cidadania. Ao realçar o seu valor de uso, em detrimento do valor de troca (como em geral agem as grandes empresas jornalísticas), o jornalismo comunitário resgata as origens da profissão.

Segundo Paulo Freire (1970), através de uma educação dialógica problematizante e participante, alicerçada na confiança no povo, na fé nos homens e na criação de um mundo onde cada homem seja valorizado pelo que é, onde a liberdade do povo deve atender à perspectiva do oprimido e não do opressor, é possível conscientizar e capacitar o povo para a transição da consciência ingênua à consciência crítica com base nas fundamentações lógicas do oprimido.

A função pedagógica da comunicação, na maioria das vezes, é deixada de lado pelos conglomerados midiáticos contemporâneos, ávidos pelo lucro e pelo “furo” de reportagem. O comunitário, por sua vez, estreita seus laços de identidade com a educação e, ao criar espaços para que o conhecimento seja socializado e compartilhado, contribui pedagogicamente com a formação de sujeitos críticos e livres, capazes de fazer opções e de decidir seus destinos. E esse conhecimento não é estanque ou passivo – pelo contrário, consagra-se como motivador e mobilizador.

Raquel Paiva complementa:

É possível considerar, em relação ao tratamento dado à informação, o desenho de um esquema que remeta o jornalismo aos seus primórdios, quando seu exercício tentava ser sinônimo de justiça social. (...) O que permite conceituar um veículo como comunitário não é sua capacidade de prestação de serviço, e sim sua proposta social, seu objetivo claro de mobilização vinculado ao exercício da cidadania. (PAIVA, 2003: 140)

A comunicação comunitária abre espaço para temas deixados de lado pela grande imprensa, e, mesmo que os assuntos sejam também abordados pelos jornais de grande circulação, receberão, dos veículos comunitários, outros enfoques e tratamentos, voltados para as demandas e realidades das populações menos favorecidas. A partir daí, criam-se elementos formativos de resistência e contraponto, necessários em uma sociedade que se pretende democrática.

A verdade é que o veículo de comunicação voltado para uma determinada comunidade tem o potencial de construir uma nova organização popular, uma vez que possibilita a participação direta dessa comunidade nos mecanismos de planejamento, produção e gestão da notícia. Contribui, portanto, para a construção da cidadania. Além disso, oferece educação aos habitantes daquele grupo social, já que o conteúdo das mensagens transmitidas pela mídia comunitária pode ajudá-los a compreender melhor sobre as relações sociais, os mecanismos da estrutura do poder, os assuntos públicos do país,

esclarecer dúvidas sobre como prevenir doenças, os direitos do consumidor, o acesso a serviços públicos gratuitos (como registro de nascimento) e tantos outros assuntos de interesse social. Além disso, esse tipo de comunicação facilita a valorização das identidades e raízes culturais e serve de canal de expressão para os artistas da comunidade, que, dificilmente, conseguem penetrar na grande mídia regional e nacional.

A participação dos moradores da comunidade na produção e transmissão das mensagens, nos mecanismos de planejamento e na gestão do veículo de comunicação comunitária contribui para que elas se tornem *sujeitos* da informação, sintam-se capazes de fazer aquilo que estão acostumados a receber pronto, tornem-se protagonistas da comunicação e não somente receptores. Os veículos de comunicação produzidos por setores organizados de comunidades populares, ou a elas organicamente ligados, acabam por criar um campo propício para o desenvolvimento da educação e cidadania.

Em suma, a comunicação comunitária tem um papel educador muito forte, pois as pessoas envolvidas no processo de produção e recepção da notícia adquirem uma visão mais crítica, tanto pelas informações que recebem, quanto pelo que aprendem através da vivência de uma realidade difícil e, por isso, desafiadora. Tal papel educador está estreitamente ligado à proposta de formação com base na realidade local, fundamental na obra de Paulo Freire.

3 Veículo comunitário: cidadão até no nome

A proposta básica do jornal que circula gratuitamente no bairro da Maré já se encontra presente em seu próprio nome. O título de “O Cidadão” automaticamente remete à cidadania, que, por sua vez, lembra termos importantes como dignidade, humanidade, solidariedade e direitos humanos, ou seja, a verdadeira luta do jornal. Um veículo comunitário como “O Cidadão” é o que “confere valor à identidade, à proveniência, portanto, à origem: a via que conduz às raízes e às tradições. Comunitário é quem confere valor às relações sociais, religiosas, familiares e nacionais. Para o comunitário, a ligação não é a cadeia que o aprisiona e limita sua liberdade, mas o fio que o liga aos outros e o sustenta. Comunitário é quem reconhece o seu lugar originário, assumindo-o como sua pátria: para ele não é insignificante ou fortuita a sua origem ou seu destino e relações” (PAIVA, 2004: 64).

A atuação do jornal “O Cidadão” não é uma iniciativa isolada, ao contrário, o jornal é um braço de toda uma estrutura de solidariedade na Maré que se volta principalmente à educação e à cultura. O jornal se reúne com muitas outras iniciativas solidárias, educacionais ou culturais sob uma sigla comum: CEASM. Esta entidade, cuja sigla quer dizer Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré, criada em 1997, trabalha além do jornal, com outros 14 programas sociais na região, entre eles destacam-se o pré-vestibular (programa presente desde a fundação do CEASM), biblioteca, programas na área de teatro e música, cursos profissionalizantes de produção gráfica, fotografia, produção em vídeo, além do centro de memória do bairro.

Nota-se, sem muito esforço, que a criação do CEASM representa um momento de transição a respeito das reivindicações das 16 comunidades reunidas sob o nome de Maré. Antes, as manifestações giravam em torno de infra-estrutura básica (luz, água, saneamento, etc.), mas, a partir da criação do Centro, as demandas passaram a girar em torno de educação e cultura (na acepção do senso comum). O Centro define sua função na seguinte expressão: “O objetivo maior das diferentes atividades é estender aos moradores o acesso a novos produtos culturais e, também, meios para sua elaboração”¹.

¹ Disponível em www.ceasm.org.br, acesso em 24/09/2009.

É importante salientar que o Centro foi criado e é gerido exclusivamente por moradores e ex-moradores preocupados com o elevado nível de miséria e condições precárias de sobrevivência nas comunidades abarcadas pela Maré. Alguns poucos que conseguiram furar o cerco de exclusão social e chegaram ao nível superior, têm papel crucial na elaboração dos projetos, sendo maioria dentro da instituição. Contudo, chegar tão longe é bastante incomum na Maré. Até a criação do CEASM, reporta o site, apenas 0,6% da população possuía um diploma de nível superior, e um em cada cinco habitantes era analfabeto.

3.1 Jornal “O Cidadão”: história e características

Como foi descrito anteriormente, “O Cidadão” é uma publicação do Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré, o CEASM. É um jornal comunitário direcionado para as 16 comunidades - Morro do Timbau, Baixa do Sapateiro, Conjunto Marcílio Dias, Parque Maré, Parque Roquete Pinto, Parque Rubens Vaz, Parque União, Nova Holanda, Praia de Ramos, Conjunto Esperança, Vila do João, Vila do Pinheiro, Conjunto dos Pinheiros, Conjunto Bento Ribeiro Dantas, Conjunto Nova Maré e Salsa e Merengue - que compõem o bairro Maré, situado na periferia da Zona Leopoldina do Rio de Janeiro, às margens da Avenida Brasil.

O centro social sentiu a necessidade de fortalecer a comunicação local, e surgiu a ideia de um jornal impresso de circulação interna, como forma de divulgar os projetos e o que estava sendo feito pela e para a Maré. De forma voluntarista, algumas pessoas começaram a participar do projeto de implantação do jornal: profissionais da área (jornalista, fotógrafo, programador visual etc.), alguns da “grande mídia”, que já tinham tido contato com a comunidade, jovens do pré-vestibular do CEASM (sem experiência profissional na área jornalística).

A Ediouro, editora que tem um prédio na Baixa do Sapateiro, numa política de boa vizinhança, concordou em fazer gratuitamente a impressão mensal de cinco mil exemplares do jornal. Em julho de 1999 saiu o primeiro número de “O Cidadão”. Segundo André Luiz Esteves Pinto, em sua dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura, que participou do desenvolvimento do jornal, “o conjunto de forças sociais que permeiam a existência de “O Cidadão”, transformam-no em uma das mais ricas experiências de comunicação popular na atualidade” (PINTO, 2004:104).

Em 2006, o jornal alcançou a tiragem de 20 mil exemplares distribuídos gratuitamente em todo o bairro Maré. A partir de sua edição 45, obteve novas conquistas: publicação totalmente colorida, nova diagramação – passou por uma reforma gráfica com a participação dos leitores – e desenvolvimento de um espaço de entretenimento, como palavras-cruzadas, para agradar a cada vez mais leitores. A equipe principal é formada, hoje, por moradores da Maré que são auxiliados por outros profissionais da área de comunicação, que trabalham em outros veículos de informação.

As reportagens são feitas somente por moradores da comunidade que trabalham no jornal. Eles recebem ajuda na revisão das matérias (já que nenhum é formado na área, sendo necessária a assinatura de um jornalista responsável). A seleção das notícias é feita em uma reunião de pauta, na sede do jornal, no Morro do Timbau. Em cada edição surge uma possibilidade diferente. Isto quer dizer que o jornal não apresenta padronizações, comuns na “grande mídia”. Na reunião, são decididos a matéria de capa e o que vai ser publicado nas editorias fixas de cultura, saúde, esporte, notícias do CEASM, e na coluna perfil - as pessoas que se destacam na comunidade. Esta, particularmente, a mais comentada, pois é feita com o auxílio dos moradores do bairro, que contribuem com temas, comentários, propostas.

Todas as reuniões de pauta são abertas à participação dos moradores. O jornal da Maré não segue nenhum manual de redação. Existem algumas peculiaridades que acabam virando um estilo do jornal. A técnica de produção de textos, por exemplo, aproxima-se mais do discurso falado do que de um texto escrito; valoriza a linguagem popular, visto que o público-alvo do jornal é a população local, que apresenta uma multiplicidade de redes sociais. Coutinho (2007: 64) defende que, “nas favelas, a resistência fervilha na expressão oral cotidiana dos moradores”, revelando que, diante do padrão homogeneizante de linguagem da “grande mídia”, a fala cotidiana apresenta um potencial de diálogo mais concreto e orgânico, portanto, mais interessante à proposta coletivizante de um jornal comunitário.

Abaixo, figura que ilustra a capa do “O Cidadão”:

Figura 1: Capa de "O Cidadão"



Fonte: <http://www.jornalocidadao.net/>

A utilização de ilustrações e imagens de lugares conhecidos colabora, por exemplo, para que um morador analfabeto participe do conteúdo do jornal. Desta forma, a participação da população é essencial para a construção do perfil do jornal: o oposto da “grande mídia”. É importante que se destaque que a maioria das publicações de grande circulação só mostra uma pequena percentagem do que acontece na Maré: a violência, a criminalidade e o tráfico de drogas. Contudo, esses são problemas de toda a sociedade e não podem ser mencionados como se estivessem restritos a certos lugares.

3.2 Representação do Mareense

“O Cidadão” é feito para o mareense, ou seja, o morador da Maré. Por isso, procura mostrar assuntos do interesse dos moradores, funcionando também como denunciador de problemas sociais, como falta de saneamento básico, dentre outros. O jornal busca uma representação deste morador das diversas comunidades, conscientizando e construindo um discurso de identificação do mareense. As edições estão sempre focadas em matérias com temas pertinentes para todas as comunidades, “que permitem a abordagem bairro como uma unidade” (PINTO, 2004:112).

A visão do jornal comunitário é característica de quem mora e conhece a Maré. A publicação procura valorizar o que a comunidade tem de bom, os seus projetos sociais, a memória comum. A abordagem de temas ligados à realidade dos moradores faz com que eles se vejam representados no jornal. Por sua vez, eles ajudam na elaboração do veículo, formando uma rede de colaboração mútua; um ajudando o outro, na medida em que todos, a equipe do jornal e os leitores, moram na Maré.

A finalidade de “O Cidadão” é a integração e a valorização da comunidade, dando “voz” ao mareense, procurando desmistificar no imaginário social a visão de que a favela é o lugar de ausência. O jornal é tão significativo para a Maré que também é utilizado como material didático nas escolas locais: as matérias viram temas de prova, trabalhos, discussões em sala de aula. O jornal da Maré se explica pelas forças sociais que o movem. Segundo André Pinto (2004:26), faz parte de um projeto mais amplo dirigido pelo CEASM que busca alcançar um grande patamar no campo da produção cultural como instrumento de disputa de hegemonia de poder - em campos como o acadêmico, o discursivo.

Mesmo reconhecendo-se a importância social do jornal, a equipe ainda enfrenta diversas dificuldades para manter a circulação do veículo. O trabalho realizado é praticamente voluntário. A ajuda técnica e financeira recebida pelo “O Cidadão” ainda é muito pouca. A produção depende, em parte, de setores que estão localizados fora da “redação”, ou seja, o veículo ainda não é completamente detentor de aparatos e conhecimento técnico. O jornal da Maré também trabalha com a captação de anúncios. É uma fonte de recursos que auxilia nas despesas mais simples, além de criar uma relação do jornal com o comerciante local, que é um cidadão mareense.

No entanto, as adversidades não impedem o crescimento do jornal. A equipe procura manter um diálogo constante com os outros jornais comunitários, como as publicações feitas em Manguinhos e na Cidade de Deus. Além disso, são enviados exemplares para algumas instituições governamentais. A criação de relações fora da Maré pretende fortalecer o jornal dando-lhe maior “voz” e notoriedade nesse processo de construção social feito juntamente com a população. O projeto de comunicação comunitária tem a função de integrar as comunidades da Maré e auxiliar os moradores a terem uma visão crítica do mundo, formar agentes ativos, participantes da dinâmica do jornal. Para isso, os colaboradores de “O Cidadão” enfrentam diversas barreiras que são transpostas todos os dias pelos mareenses.

O maior desafio de “O Cidadão” é a construção de um elo identitário para o morador do bairro Maré. Esse espaço é habitado por uma grande complexidade social. Como já foi mencionado, dentro da Maré existem muitas comunidades, ao contrário do que mostra a visão hegemônica que apresenta as minorias como uma massa homogênea e indissociável. Os moradores concordam com a visão do jornal de unir as comunidades, no entanto, nem todos se veem como uma unidade mareense. Essa identidade ainda está sendo construída e fortalecida, mas a importância e pertinência do jornal são reconhecidas por todos que participam do projeto. Principalmente, porque o jornal está atrelado ao CEASM, que possui grande valor dentro e fora da Maré. Para Raquel Paiva, “O Cidadão é um jornal feito para e pelo o morador da Maré, por isso é representativo para aquela comunidade” (PAIVA, 2003).

3.3 A Maré tem Memória

Com o objetivo de resgatar aspectos que constituem as identidades dos seus tão diversos habitantes, foi criada a Rede Memória Maré, para que fossem preservadas suas práticas cotidianas. Este Museu tem o objetivo de guardar documentos, fatos e um acervo de história oral proveniente de entrevistas realizadas com os moradores mais antigos, a fim de conservar o relato dos moradores da Maré sobre si mesmos, enfim, de manter viva a voz do cidadão da Maré, para que ele não seja mero objeto da história escrita pelo outro.

Assim, no ano de 2004, iniciou-se a construção do Museu da Maré (concluída no segundo semestre de 2006), com um arquivo organizado e cedido pelo CEASM. Antes

da existência do Museu, a memória e a história da Maré eram contadas na última página do jornal *O Cidadão*. É interessante perguntar: por que incluir em um jornal de bairro uma parte que fale sobre memória? Uma resposta clara é o objetivo de fazer com os moradores se identifiquem com seu passado, criando um diálogo entre as gerações de pessoas que moraram e ainda moram na Maré. Afinal, se o jornal atua como uma forma de articulação da memória coletiva (BARBOSA, 2007: 51), “O Cidadão” faz desse papel uma missão politizante e fundamental.

A Rede Memória do CEASM e, posteriormente, o Museu da Maré apresentam como principal função o resgate da cultura local e a formação de uma identidade, estruturada em diferentes níveis, seja através de fotos, depoimentos, fitas de vídeo, documentos escritos, ou de qualquer outra forma que represente a lembrança viva da construção de uma noção de pertencimento comum (comunidade). De acordo com Gilberto Velho, as pessoas de uma mesma *comunidade* “compartilham, por algum tempo, uma definição comum de realidade, operando na mesma província de significados” (VELHO, 1994:17). A partir desta afirmação, é possível questionar se há ou não uma memória partilhada pelos moradores da Maré e até que ponto eles constituem uma comunidade de sentidos.

A análise dos editoriais do jornal “O Cidadão” e de diversas matérias relacionadas aos temas memória e identidade, permitem concluir que um dos maiores desafios deste jornal comunitário é construir um discurso representativo para os moradores, que dê voz às suas exigências, que os autorrepresente, em oposição aos noticiários da “grande mídia”, que eliminam o cidadão da construção das matérias jornalísticas, exibindo apenas os aspectos negativos daquilo que chamam de “favela da Maré”.

O discurso dos grandes veículos de comunicação, tal qual se apresenta, produz uma homogeneidade cultural e simbólica que não há na Maré, além da criação de estereótipos. Ao falar em “favela”, “comunidade” “e cultura”, anula os diversos matizes culturais que dão o tom à Maré, em uma fala notadamente reducionista. O jornal *O Cidadão* e sua parte dedicada a Memória, teria surgido, assim, para criar um contra-discurso e mostrar que não há uma cultura única da Maré e que este local não é uma massa uniforme, visto que lá habitam negros, nordestinos, homens das diferentes regiões do Brasil.

De acordo com André Pinto (2004: 32), a valorização da memória teria o objetivo de: “tirar o cidadão comum do anonimato imposto pela mídia nestes tempos de

globalização e transformá-lo em personagem de uma nova criação narrativa contada a partir da perspectiva e referência local”. (PINTO, 2004:32). A partir disso, é possível analisar a relação entre a produção de uma identidade a partir das páginas de “O Cidadão” e a auto-representação dos moradores, em detrimento ao discurso da “grande mídia”.

3.4 Comunidade(s) e identidade(s) da Maré?

Um fato bastante interessante percebido durante a pesquisa foi que a Maré aparece ora como comunidade, ora como favela. Por que tantas diferenças semânticas? Haverá também distinções simbólicas?

Comunidade, como já foi discutido, antes de tudo, significa o lócus no qual o ser habita e produz vínculos, tanto afetivos, quanto culturais. Seguindo essa linha, há várias “comunidades” dentro da Maré, visto que são dezesseis áreas que recebem nomes distintos, habitadas por pessoas com diferentes visões de mundo e vínculos sócio-culturais. Nas palavras de Raquel Paiva:

O que se coloca em questão quando se fala em comunidade é a possibilidade de haver um projeto comunitário em meio à heterogeneidade e atomização da esfera societária reinante na grande cidade. Talvez a primeira tentativa de se ingressar nesta ideia seja a vivência do ser comum. (PAIVA, 1998:84).

Uma importante asserção de André Esteves Pinto permite compreender melhor que a Maré não é homogênea como mostra a grande mídia:

Dentro da obtusa visão com que o imaginário social reconhece os espaços da favela, imagina-se sua população como uma massa social uniforme e homogênea, o que representa antes de qualquer coisa um pré-conceito social (...). Um olhar atento e desarmado desses pré-juízos percebe que as favelas são intrincados complexos humanos formados por uma imensa multiplicidade de grupos e redes sociais. (PINTO, 2003: 64).

Seguindo esta perspectiva de Pinto e através da análise de notícias tanto nas rádios, quanto nos jornais, pode-se concluir que há duas Marés: uma conhecida pelo senso comum, que é a de um dos lugares mais violentos do Rio de Janeiro, e outra, que trata de um local de solidariedade e de produção de uma nova visão sobre o que é, de fato, a Maré.

Se o morador da Maré, ao ler “O Globo”, não se sente representado, ao ler “O Cidadão”, identifica-se nas imagens, e logo vê pessoas e lugares comuns ao seu cotidiano, articulando assim a construção constante e sempre dinâmica de uma memória coletiva a partir das condições locais.

3.5 A coluna Perfil e a valorização do morador

Uma proposta do Jornal “O Cidadão” para fortalecer o senso de união entre os moradores da Maré é a coluna “Perfil”. A cada edição, traz a história de vida de um morador ilustre. Ao transformar pessoas que, aos olhos da maioria, seriam consideradas anônimas em “celebridades”, o jornal faz o morador se reconhecer no jornal do seu bairro.

Assim, aqueles que têm idade avançada e muitas histórias para contar, saem no jornal; aqueles que chegaram à universidade também, sem falar nos artistas da Maré. São valorizados aqueles integrantes da comunidade que romperam o campo de possibilidades dado por aquela sociedade.

Abaixo, segue matéria de “O Cidadão”, edição 47, com o aposentado Walter Fragoso, morador da Maré:

Casado, aposentado e pai de um casal de filhos, que lhe deram seis netos, Walter é uma pessoa feliz com tudo o que conquistou durante sua vida. Além das amizades no futebol, continua saindo todos os dias para uma transportadora em São Cristóvão, onde trabalha há 26 anos, como chefe de recursos humanos. Dessa função conseguiu ajudar mais de 50 moradores, com emprego. “Tudo que eu tenho agradeço a ele, que é uma pessoa de caráter. Ele me arrumou emprego e quando não tinha nada para comer, ele matou minha fome, não sei como recompensar”, disse William Santos, de 31 anos, hoje instrutor de futebol. Um fato marcante para Walter foi a implantação da arbitragem comunitária. Antes eram os juizes da federação, como o Ubiraci Damásio, que vinham apitar. Era uma fortuna e os profissionais vinham com um certo medo. Para continuidade do trabalho, ele conseguiu ao longo da jornada um colaborador, que virou sucessor: David Silva. O aluno disse que aprendeu muito com Walter. Hoje é escudeiro e em muitos lugares é reconhecido como o mesário da Vila. E, por isso, tem uma gratidão eterna ao mestre. Foram muitas histórias durante o trabalho em prol do campo. Uma foi a da sua bicicleta, que era muito emprestada e, as vezes, chegava a sumir dois dias. Quando reaparecia, descobria-se que tinham tentado vender, mas ninguém comprava pois sabiam que era do administrador. Outra foi em 2002, quando a paz permitiu que ele convidasse times de fora

para jogarem nos campeonatos. E, para surpresa de todos, dois times de fora, o Unidos da Nova Holanda e o Flecha, disputaram a final. Walter comenta que a idade vai chegando e, assim, ele deu lugar aos mais novos, mas que a bola continua rolando. “Futebol é emoção, e eu desenvolvi o futebol sem problema. Entre prós e contras, deixei mais a favor”, diz. Ele ainda completa que nunca ficou com dinheiro de nenhum time e que com as sobras sempre realizou churrascos e ceias de natal. “Sou respeitado por todos, pois não me envolvo com coisas erradas”, finaliza (O CIDADÃO, 2007).

Através da reportagem, percebe-se como “O Cidadão”, por meio da coluna, promove uma aproximação com os leitores, moradores da Maré. Quando leem a matéria estrelada por Walter, os integrantes da comunidade – e os conhecidos do aposentado – sentem-se representados e presentes no jornal. A comunicação comunitária cumpre seu papel de aproximar o leitor do veículo, fazendo com que, além de receptor, ele seja sujeito do discurso. Por meio dessas personagens, “O Cidadão” faz dos moradores agentes de identificação social e da memória coletiva da Maré.

3.6 A questão do bairro e a identidade mareense nas páginas do “O Cidadão”

A terminologia bairro foi imposta pela prefeitura no ano de 1994, mas os moradores, muitas vezes, não se acham parte do bairro Maré. A identificação territorial se dá mais pelas áreas habitadas. Um morador da Praia de Ramos, por exemplo, diz que mora no bairro de Ramos e não na Maré. (como lido em uma carta de um leitor, na edição de número 27 do “O Cidadão”).

O CEASM adotou o slogan “Jornal do bairro da Maré”, mesmo sabendo que esta é uma criação artificial, com o objetivo de melhorar a infraestrutura e a vida das comunidades, para que, enfim, a Maré vire um bairro.

Ao analisar a edição de “O Cidadão” de fevereiro de 2003, cuja capa tinha o seguinte título “Mareense?! Existe isso? Reflexões sobre um bairro em formação”, conclui-se que o objetivo do jornal, ao forjar o termo “mareense”, não era de impor uma identidade aos moradores das 16 comunidades, mas, antes de tudo, como o próprio jornal afirmou, “convidar a população a formar uma comunidade política ativa capaz de intervir (...), reconhecer que o bairro da Maré não está pronto, mas em formação...”. (O CIDADÃO, 2003: 10).

Ou seja, o próprio jornal reconhece a heterogeneidade da Maré, mas tem como bandeira a construção de uma identidade que possibilite uma mobilização de todos em prol da área geográfica chamada Maré, “um bairro à margem de uma avenida chamada Brasil” (O CIDADÃO, 2003:10).

3.7 Relação da ‘Grande Mídia’ com a Comunidade

Para fazer as considerações a respeito da relação entre a “grande mídia” e a Maré foram observadas reportagens do Jornal “O Globo” sobre a comunidade, de maio a agosto de 2009. Fatos como o preço, a orientação editorial e a seleção lexical nos permitem inferir que se trata de um veículo voltado às classes mais elevadas, ou de uma forma mais ampla, à classe média.

Como critério de avaliação, considerou-se notícia referente à Maré qualquer uma que se referisse a ela explicitamente ou ainda às 16 comunidades que compõem o bairro. Através do material e das fontes utilizadas, foi possível tirar algumas conclusões sobre a relação da comunidade com a chamada “grande imprensa”.

3.7.1 Violência

Sem dúvida, a violência é o ponto mais sensível na relação entre a comunidade e a “grande mídia”, que geralmente dá um considerável espaço à comunidade quando o tema está relacionado à apreensão de drogas, mortes, tiroteios e confrontos entre facções criminosas rivais.

Na análise do Jornal “O Globo”, a Maré foi citada muitas vezes na editoria Rio. O enfoque principal dado à comunidade foi a violência e seus desdobramentos. Destaque especial para confronto entre policiais e traficantes e para assaltos e outros crimes praticados por moradores das comunidades que formam a Maré. A editoria *Rio* é marcada principalmente por notícias sobre violência, tráfico de drogas e questões sócio-econômicas e estruturais do Estado, de modo que, quando representadas nesta seção do jornal, as comunidades periféricas aparecem, sobretudo, como locais de criminalidade.

O jornal separa, isola e enquadra de tal maneira os fatos, que é difícil perceber que ele trata da mesma comunidade quando ela aparece na editoria Rio e nas páginas de “O Cidadão”, por exemplo. Como os textos jornalísticos – independentemente de

ressaltarem os aspectos negativos ou positivos dos espaços populares – geralmente se concentram em uma pessoa ou num grupo específico, a percepção da comunidade como um todo, em sua diversidade, é ainda mais prejudicada.

A reportagem de “O Globo”, intitulada “Guerra de traficantes no Complexo da Maré deixa mortos e feridos”, de maio de 2009, exemplifica a maioria das matérias que saem sobre o bairro:

Depois de uma madrugada de pânico com intensa troca de tiros, quando traficantes da Baixa do Sapateiro, comandados pelo traficante Nei da Conceição Cruz invadiram as favelas rivais Vila dos Pinheiros e Vila do João, no Complexo da Maré, em Bonsucesso, o clima voltou a ficar muito tenso na manhã deste domingo. Policiais da 22ª BPM (Maré), quando três pessoas morreram (sendo dois bandidos e um morador, atingido por uma bala perdida) e mais oito moradores ficaram feridos (O GLOBO, 31 de maio 2009).

3.7.2 Fontes

Além do conteúdo das matérias, um outro ponto chama a atenção: as fontes. O morador não tem direito à voz. Nas reportagens, matérias e notícias que, de alguma forma, citaram o bairro, a maioria das fontes era formada por policiais e especialistas. Ao abordar os episódios de violência, muitas vezes “O Globo” se restringiu à versão dos fatos concedida pela polícia, não havendo um confronto com a visão dos moradores ou de outros atores envolvidos. A fala do morador, no entanto, é utilizada como uma estratégia retórica para dar dramaticidade aos textos. Ao contrário da polícia, que é utilizada como fonte de informações, os habitantes da Maré têm seus depoimentos publicados como forma de ilustrar o “drama” e o “caos” da violência do local. Histórias paralelas, em um *box*, mostrando como o relato apresentado se reflete na vida das pessoas.

Além da polícia, a visão de especialistas também foi empregada. As falas dos intelectuais são consideradas dignas de serem ouvidas, enquanto outras são tidas como desqualificáveis. No caso, a dos moradores. Assim, a “grande mídia” exerce um discurso etnocêntrico autoritário, caracterizado, principalmente, pela detenção de um monopólio da fala, isto é, exclusão da opinião do “objeto” da notícia, alegando que a única opinião válida é a do próprio veículo e de pessoas reconhecidas como importantes na construção da notícia.

3.7.3 Homogeneização

É interessante perceber que, ao se referir à Maré, o jornal “O Globo” o faz de maneira bastante genérica. Ao noticiar que o suspeito de um crime era morador do Complexo da Maré, por exemplo, não houve preocupação latente de explicitar em que comunidade especificamente este indivíduo residia. As dezesseis comunidades que compõem o bairro são reduzidas simplesmente à denominação de complexo e favela. Não existe uma preocupação em situar um contexto geográfico, social e econômico. Os leitores são informados sobre a Maré de uma maneira bem geral, não ficando explícito, algumas vezes, a que comunidade a matéria se refere.

3.7.4 Designação

A questão da nomenclatura da Maré também é algo bem marcante. Apesar de possuir *status* de bairro há mais de oito anos, nenhuma das notícias, matérias e reportagens analisadas designou a localidade como tal. No entanto, em todas as matérias analisadas, houve a menção da palavra “favela”.

A utilização do termo favela é uma característica única brasileira. O emprego do vocábulo remete à Guerra de Canudos. Ao final do conflito, os soldados pararam de receber o soldo e, com isso, passaram a ocupar a encosta de morros, que eram cobertas com uma planta chamada favela. As características das moradias dos ex-combatentes, construções improvisadas e mal-acabadas, sujeira e falta de organização, viraram, então, sinônimo de favela.

Hoje, o conceito de favela está plenamente enraizado no senso comum e, mesmo que nenhuma das comunidades da Maré tenha sido criada à época de Canudos, é a este vocábulo que esta comunidade mais é relacionada na mídia. Em menor número que favela, aparece também a palavra “complexo”. A utilização de complexo, no entanto, não se refere às grandes diferenças entre as comunidades e as particularidades existentes entre elas. Ela designa simplesmente a condição de reunião de diversas favelas. Este fato gera um paradoxo semântico interessante, visto que o termo “complexo” é usado como forma de simplificar a denominação da Maré, excluindo-se qualquer explicação acerca da “complexidade” do local.

3.7.5 Colaboração da grande mídia

As críticas à grande mídia se fazem presente, de alguma forma, em “O Cidadão”. Apesar de não poderem opinar nas pautas e no conteúdo do jornal, alguns profissionais da “grande imprensa” colaboram indiretamente com a publicação, geralmente dando dicas de formatação e de confecção das matérias. O jornal conta também com a assinatura de um jornalista responsável, condição obrigatória para sua publicação.

Além disso, muitos dos repórteres do jornal participaram de cursos e oficinas oferecidos por veículos e profissionais da “grande imprensa”. Do jornal “O Globo”, inclusive. Apesar das críticas, o CEASM, responsável pela publicação de “O Cidadão”, utiliza a “grande mídia” como forma de legitimação. A página do centro na Internet (<http://www.ceasm.org.br>) conta com uma seção de *clipping* onde é possível verificar o que foi veiculado na mídia sobre ele.

3.8 Relação do Jornal “O Cidadão” com a Grande Mídia

Apesar da colaboração pontual de atores da imprensa massiva – devida mais ao empenho pessoal do que qualquer tipo de apoio institucional – a relação que o jornal “O Cidadão” possui com a grande mídia não é amigável. O principal motivo para isso é o fato de os grandes jornais apenas enfocarem a criminalidade no Complexo da Maré. No entanto, segundo censo efetuado no bairro, apenas 2% de sua população está ligada ao tráfico e ao crime em geral. Isso mostra que não há razão para a grande mídia destacar somente este lado da Maré.

Apesar disso, quando é de seu interesse, o lado não-criminal também é apresentado: a comunidade também já foi procurada para matérias sobre cultura, ou seja, sendo também enfocada como um grupo social produtor de costumes, crenças e valores, não apenas inscrito no âmbito social como marginalizado.

Devido a todos esses fatores, a equipe do jornal “O Cidadão” opôs-se à participação de profissionais da grande mídia quando lhes foi proposta sua colaboração, há três anos. Todos eram contra ajuda de fora, porque estes não possuem a visão de quem conhece a comunidade, não estão inseridos no mesmo ambiente da equipe, que é toda composta por mareenses. Logo, deturpariam o jornal com a visão etnocêntrica da

“grande mídia”, de onde eram provenientes. Entretanto, após um diálogo, concordou-se que eles participassem, não fazendo matérias, mas apenas ajudando com dicas com relação ao foco da notícia, à estrutura, à abordagem, e fazendo a revisão e formatação dos textos, bem como a diagramação no programa *Adobe PageMaker*.

Tais profissionais são Flávia Oliveira (repórter especial do caderno de Economia de “O Globo”) e Aydano André Motta (jornalista de “O Globo”), que trabalham voluntariamente como coordenadores de Edição de “O Cidadão”, e Carla Baiense (ex-jornalista do caderno de Informática do *Jornal do Brasil*), coordenadora de reportagem. Esta última vivera na Maré até os 23 anos, voltando um ano e meio depois, por causa do jornal, não podendo, portanto, ser considerada tão exterior a sua realidade.

No entanto, a recusa em efetuar uma “mistura” com a “grande mídia” também constitui, ainda que não seja considerado pela equipe, etnocentrismo, na visão de Clifford Geertz. Em seu texto *Os usos da diversidade*, Geertz (1999: 17) critica a posição de Claude Lévi-Strauss com relação a este assunto. Lévi-Strauss argumenta que o etnocentrismo pode ter um lado bom, desde que seja controlado. Segundo ele, a “surdez ao apelo de outros valores” (GEERTZ, 1999:17), a indiferença pela outra cultura pode ser benéfica. A incomunicabilidade com o “outro” fará com que o sistema de valores de ambas as culturas se conservem, não comprometendo a integridade “estrangeira” nem originando julgamentos preconceituosos. E, mesmo que o contato entre as culturas não levasse à condenação mútua, haveria, então, uma celebração mútua, em que elas perderiam suas identidades ao se misturarem, se descaracterizando.

Geertz, ao contrário, ataca o etnocentrismo, seja qual for a sua forma. Para o antropólogo, manter-se afastado só piora a situação, pois significa nos isolar da possibilidade de mudar nossa mentalidade. Os indivíduos não podem ter “tanto medo de destruir a criatividade e a integridade cultural, (...) pelo fato de se aproximar das outras pessoas, envolvendo-as, procurando compreender sua condição imediata e suas diferenças” (GEERTZ, 1999:20). Essa compreensão leva, inclusive, ao entendimento de nossa própria cultura, porque a vemos do ponto de vista do “outro”.

Na relação entre a grande mídia e o jornal, o termo “cultura” pode ser mais bem entendido não como “um repositório estático de hábitos e costumes, (...) mas [como] o próprio elemento através do qual a vida social se processa – a simbolização”, “a produção simbólica” (VELHO, 1981:105). Ou seja, a forma como ambos produzem e transmitem seus valores por meio de símbolos. Contudo, nesse contexto, não há nem

mesmo o respeito à diferença, que aparece no “bom etnocentrismo” de Lévi-Strauss: a atitude do jornal é de repúdio ao “estrangeiro”, e os profissionais que trabalham com o jornalismo das comunidades são vistos de forma preconceituosa.

Por viverem juntos na sociedade carioca, em que há “coexistência de diferentes estilos de vida e visões de mundo”, (VELHO, 1994:14), a “grande mídia” e o jornal comunitário necessitam buscar vias de diálogo para conviver de forma menos conflitante, um buscando aprender com o outro. É necessário que se promova uma negociação da realidade, o que “implica o reconhecimento da diferença como elemento constitutivo da sociedade” (VELHO, 1994: 21). Dessa forma, “O Cidadão” precisa saber lidar com os fatores (econômicos, sociais, políticos etc.) e com os outros agentes da sociedade para que consiga realizar seu projeto individual e prosseguir sua trajetória de dar voz aos moradores da Maré, sem, no entanto, perder de vista seu posicionamento contra-hegemônico na produção de discursos locais e alternativos.

3.9 Comunidade Gerativa

A partir da análise do veículo impresso, pode-se perceber claramente que “O Cidadão” remete à comunidade gerativa, ou seja, tem como foco “um conjunto de ações norteadas pela preocupação com o bem comum, especialmente no momento em que se detecta a falência dos projetos políticos voltados para as formas do Estado liberal clássico.” (PAIVA, 2004: 57).

No interior da globalização, surgem as idéias de desterritorialização, supressão dos confins, universalismo. O Estado Liberal pode ser encarado como aquele que postula a libertação do indivíduo dos vínculos sociais, territoriais, familiares. É a decadência da tradição, dos rituais religiosos, culturais, de uma base que mantenha o cidadão seguro, ciente de onde veio e a que grupo pertence. A cultura liberal é um projeto entre individualismo e internacionalismo, com o propósito de formar o cidadão do mundo. É a cultura da instabilidade, em que tudo é volátil, até mesmo as instituições propiciadoras de identidade como a escola, o trabalho e a família.

Segundo a autora Raquel Paiva (2004: 42), a proposição ‘comunidade gerativa’ parte da evidência de que o horizonte que caracteriza a sociedade contemporânea – a falência da “política de projetos”, a descentralização do poder, a forte tônica individualista e cosmopolita - produz a busca de alternativas. E, dentre elas, está a

atuação de uma política gerativa, ou seja, a ênfase nas ações práticas do cotidiano e da localidade. Estão ainda presentes nessa proposta aspectos próprios da sociabilidade que parecem ter perdido o sentido na nova era, como cooperação e solidariedade.

“O Cidadão” está inserido na lógica gerativa na medida em que aborda temas que se relacionam ao cotidiano da comunidade a qual se destina e tem o objetivo de provocar nos indivíduos a sensação de pertença a um grupo social, que luta junto, que enfrenta os problemas diários e que, todos os dias, busca soluções para uma vida mais digna e justa. O jornal comunitário é a própria comunidade falando a seus pares. A proposta de “comunidade gerativa” ou “comunidade inclusiva” debruça-se, então, na “geração de narrativas inclusivas e ancoradas no cotidiano das coletividades da região” que possam desencadear ações, debates e repercussões políticas práticas no cotidiano da comunidade (PAIVA e GABBAY, 2008: 283).

4 Do Impresso ao On Line: o Blog

Depois de analisar o jornal “O Cidadão” e seu papel na realidade das 16 comunidades que compõem a Maré, é importante mostrar como esse veículo, através de um blog, está buscando seu lugar na sociedade contemporânea.

A frase de apresentação do layout do blog de “O Cidadão” - www.ocidadaonline.blogspot.com - já remete à sensação de orgulho que se tem pelo fato de o jornal comunitário agora estar também na rede: ““O Cidadão”. Agora, on-line”. Esse ingresso no mundo virtual se deu no dia 13 de março de 2009, com a publicação do primeiro post no blog, que coincide com a comemoração dos dez anos do jornal impresso:

Durante estes dez anos, O Cidadão tem ampliado e consolidado o direito humano básico de se comunicar, aos moradores das 16 favelas que compõem o bairro Maré, através da produção e circulação do Jornal “O Cidadão”. Venha comemorar conosco estes dez anos do “O Cidadão”.

Cabe, agora, analisar as questões que levaram ao surgimento do blog e as motivações que fizeram com que um veículo tradicional comunitário fosse transposto para a blogosfera. Como se comporta “O Cidadão” na rede mundial de computadores?

4.1 Mas, o que é um blog?

Antes de explicar mais detalhadamente como o jornal comunitário “O Cidadão” está se apresentando em uma página da Internet, é preciso entender a origem dos blogs, sua importância, marcas de linguagem, estilos de texto, edição e estrutura.

Para Pierre Levy, (*apud* BARBOSA E SERRANO, 2005: 5), “o ciberespaço designa o universo das redes digitais, um espaço no qual “todo elemento de informação encontra-se em contato virtual com todos e com cada um”. Ao citar o caráter aberto e indeterminado do ciberespaço, este é definido como um espaço eletrônico, acessado por computador, onde se trabalham com dados, informações e memória coletiva. (BARBOSA e SERRANO, 2005: 5).

Estes autores complementam a definição de blog:

Blog: é uma abreviação de weblog, ou registro eletrônico, e apresenta um caráter dinâmico e de interação possibilitados pela facilidade de acesso e de atualização. O que distingue o blog de um site convencional é a facilidade com que se pode fazer registros para a sua atualização, o que o torna muito mais dinâmico do que os sites pois sua manutenção é mais simples e apoiada pela organização automática das mensagens, ou posts, pelo sistema, que permite que novos textos sejam inseridos sem a dificuldade de atualização de um site tradicional. (BARBOSA e SERRANO, 2005: 5).

Os blogs surgiram em 1994, época em que o Brasil nem sonhava com a Internet e com seu posterior advento. Os primeiros funcionavam como um diário on-line, relatando o cotidiano das pessoas. Em 1997, Jorn Barger criou uma ferramenta que seria a nascente ou origem do que seria o blog, o weblog, usado para descrever o que ele estava fazendo em sua página pessoal, Robot Wisdom²: publicando comentários curtos e links. Dois anos depois, surgiu a abreviatura ‘blog’ e ferramentas para facilitar a publicação.

Com o advento da Web 2.0, os blogs se tornaram formas de publicação, neste caso, uma evolução do que eram antes as páginas pessoais. Neste momento, cabe realçar que a Web 2.0 acaba com a dependência dos meios físicos de armazenamento de dados, pois, através das ferramentas disponibilizadas, o utilizador pode manter tudo online de forma pública ou privada, aumentando desta forma a sua divulgação ou privilegiando a segurança, se esta estiver disponível apenas a um número restrito de utilizadores. (COUTINHO e JUNIOR; 2007). A popularização dos blogs se deu nessa época, em 1999, quando vários Websites começaram a oferecer serviços de hospedagem e criação. Atualmente existem mais de 70 milhões de blogs no mundo virtual.

Contudo, o que é um Blog? Em suma, é um *site* cuja estrutura permite a atualização rápida a partir de acréscimos dos chamados artigos, ou *posts*. Estes são, em geral, organizados de forma cronológica inversa, costumam abordar a temática do blog e podem ser escritos por um número variável de pessoas.

Os blogs podem ser de diferentes tipos, fornecendo desde opiniões a notícias, truques, receitas e, em geral, todo tipo de temáticas. Muitos exibem comentários ou notícias sobre um assunto em particular; outros funcionam mais como diários on-line.

² www.robotwisdom.com, acesso em 13/11/09.

Além disso, um blog típico combina texto, imagens e *links* para outros blogs, páginas da web e mídias relacionadas a seu tema.

A maioria deles é primariamente textual, embora uma parte seja focada em temas exclusivos como arte, fotografia, vídeos, música ou áudio. É válido destacar ainda a existência do microblogging, que consiste em blogs com textos curtos, a exemplo do *twitter*. A possibilidade de leitores deixarem comentários a respeito dos textos é um recurso que dá ao visitante a oportunidade de interação com o autor, respondendo ou opinando em relação aos artigos.

Foi através do site *blogspot* que o jornal “O Cidadão” criou seu blog para que suas informações chegassem não só ao público da Maré, mas também ao mundo, informando como se dá um jornalismo comunitário em regiões onde a mídia não atende - ou não entende - a realidade com a complexidade com que deveria entender. O blog atua mostrando suas mazelas, seus principais métodos de sobrevivência e, claro, o dia a dia de pessoas que conseguem sobreviver na “Lei da Selva”.

4.2 Características do blog de “O Cidadão”

Através de sínteses diferenciadas, serão mostradas características próprias do blog de “O Cidadão”, que o diferenciam e o fazem percorrer os computadores da sociedade contemporânea. A análise torna-se fundamental para entender o paradoxo que norteia um blog oriundo de um jornal impresso que tem circulação restrita a um grupo de pessoas: se a maioria dos moradores das comunidades que integram a Maré não tem acesso ao blog, qual seria seu real objetivo?

O surgimento de um veículo comunitário pode ter justificativas que vão desde a necessidade de promover a circulação de informação entre os membros de uma comunidade, possibilitando assim vínculo mais estreito entre eles, até a divulgação de propostas e reivindicações (...) Um instrumento de comunicação supriria assim a necessidade dos contatos freqüentes e cumpriria a função primordial de circulação de informação. (PAIVA, 2003: 161).

Segundo a coordenadora da área de projetos e jornalista responsável pelo “O Cidadão”, Renata Souza, o blog surgiu diante da não regularidade do jornal impresso em 2009, ano em que completa dez anos de existência:

O blog vem como uma necessidade imediata de atualizar as informações relacionadas ao cotidiano da Maré. Fazemos algumas coberturas de fatos que, para o jornal impresso, terão necessariamente uma abordagem diferente por conta do espaço temporal. Lançamos o blog em março deste ano, com postagens muito tímidas, mas infelizmente foi com a morte de morador Felipe – assassinado por policiais em abril de 2009 -, que vimos que o blog serviria para a gente gritar contra a política pública de segurança do Rio de Janeiro. Daí as postagens ganharam uma maior importância e a cobertura sobre segurança pública tomou conta do blog, pois o jornal não sairia em tempo hábil para tal intento (SOUZA, 2009).

Ela explica que a maneira que os responsáveis pelo blog encontraram para divulgá-lo foi através do site de relacionamentos Orkut:

O que fazemos é postar mensagem no nosso Orkut, que tem aproximadamente 400 "amigos" e linkamos as matérias do blog. Muitos só ficaram sabendo de sua existência através dessa ferramenta. Também estamos no twitter e o utilizamos para divulgar os textos postados no blog. Além disso, queremos fazer uma parceria com as lan houses para que o blog possa ficar na primeira tela que o internauta acessar (SOUZA, 2009).

Sobre o enfoque desse trabalho, Renata atenta para a necessidade de reinvenção do jornalismo comunitário e sua expansão na Internet como uma forma não só de atualização de linguagem, mas de ampliação de alcance, uma vez que, publicado na rede, o jornal está aberto à recepção e interação por parte de um contingente muito mais amplo de leitores que, inclusive, extrapolam os limites físicos da Maré.

Temos que entrar na era digital, mesmo que a tal da democratização digital seja uma falácia, pois nas favelas os moradores não têm dinheiro para comprar um computador e ter acesso à rede. Ainda assim, sentimos a necessidade de apresentar o jornal O Cidadão ao mundo (SOUZA, 2009).

4.2.1 Temas abordados

O blog de O Cidadão - www.ocidadaonline.blogspot.com – trata de assuntos ligados especificamente à Maré, não fugindo da característica do jornalismo comunitário de abordar temas de interesse da comunidade. Textos referentes a eventos comemorativos, passeatas, protestos, e assuntos políticos que refletem diretamente na vida da comunidade prevalecem entre os artigos publicados.

Na comunicação comunitária, de um modo geral, o conteúdo dos textos também é mais didático e subjetivo, como na citação de Raquel Paiva:

Uma caracterização importante é o acentuado uso didático, diferindo bastante da concepção usual que se tem de notícia, por exemplo. O destaque aos assuntos é dado em função da sua importância para o grupo social, numa relação direta com o cotidiano das pessoas. (PAIVA, 2003: 139).

De acordo com a jornalista Renata Souza, o blog é atualizado semanalmente e a ideia é trabalhar basicamente com a divulgação de cursos, manifestações sociais de ordem política e cultural, enfim, abordar temas no calor dos acontecimentos e não depois do fato ocorrido como é feito no jornal impresso. “Quando digo ‘calor das emoções’, me refiro também às postagens sobre as vítimas fatais do Estado” (SOUZA, 2009).

Abaixo, uma matéria publicada no blog deixa clara sua função social, de abordar assuntos pertinentes para a comunidade e mostrar a visão que os moradores da Maré têm a respeito dos acontecimentos. Na reportagem intitulada de ‘Remoção, Muro e Pacificação’, os moradores da Maré opinam sobre a remoção das favelas, projetada pelo governo para acontecer até 2012.

Na mesma semana em que saiu o resultado de que o Rio de Janeiro sediaria a Copa do Mundo em 2014 e as Olimpíadas em 2016, as autoridades governamentais do Rio de Janeiro divulgaram na imprensa listas de favelas que serão removidas, pacificadas e muradas até 2012. Algo parecido ocorreu quando o Rio sediu o PAN em 2007, onde moradores de favelas sofreram graves repressões pela entrada das Forças Armadas e caveirões, sem contar nas inúmeras remoções e muros que foram feitos na época. Esta semana, em entrevista com a assessoria de comunicação da prefeitura, ela afirmou o seu posicionamento em relação à remoção de algumas comunidades, principalmente as que se encontram localizadas em torno das vias expressas, na Zona Sul e Oeste do Rio de Janeiro. Uma delas é a Vila Autódromo, que já existe há mais de 40 anos, com um total de mais de quatro mil moradores. “Cada favela haverá o seu planejamento. Por causa das Olimpíadas e da Copa do Mundo, custa como uma das ações o reassentamento de algumas comunidades. Serão construídos planos para as Olimpíadas com o programa Minha Casa Minha Vida”, afirmou. Segundo a Prefeitura, as negociações com os moradores já foram feitas, mas não é isso que os moradores dizem. “A Prefeitura não nos procurou ainda, e só sabemos que seríamos removidos através da mídia. Aqui interessa muito a eles porque o terreno está localizado Barra, que é um lugar de grande poder aquisitivo”, diz o morador Altair Antunes Guimarães, de 54 anos, que já sofreu diversas outras remoções. Além da Vila Autódromo, outras comunidades como: Morro da

Babilônia, Morro da Providência, dentre outras, sofreram o mesmo. (MARTINS; 2009)³

4.2.2 Layout do Blog

Abaixo, o layout do blog alvo deste estudo:

Figura 2: o Blog de "O Cidadão"



Fonte: www.ocidadaonline.blogspot.com. Acesso em 11/11/2009

Como pode ser visto acima, um layout simples, com as cores vermelha e branca, compõe a estética do blog. O vermelho reflete a utilização da página como ferramenta de protesto contra os acontecimentos externos que prejudicam a comunidade. Historicamente, vermelho representa a esquerda ou oposição, o que nos leva a pensar que o jornal não defende os interesses da situação, do governo, e sim da comunidade e dos moradores que nela vivem.

Um veículo comunitário deve valorizar a cultura local, prestigiando suas formas. Deve, necessariamente, fomentar a participação da população tanto em projetos urbanos quanto no próprio veículo. Promover a educação é uma das principais diretrizes, especialmente por se tratar de lugares onde o acesso às instituições formais de ensino é bastante reduzido (PAIVA, 2003: 145).

As notícias (*posts*) estão organizadas de forma cronológica inversa, do lado direito da página, em um menu vermelho. No mesmo menu, existe a guia 'Seguidores', ferramenta do Blogspot, semelhante a do Twitter, que reúne *links* (com pequenas fotos) dos organizadores, colaboradores e frequentadores do blog Jornal "O Cidadão". Clicando nos *links*, o internauta tem acesso a outros sites e blogs, de quem elabora,

³ Acessado em 12/11/09

produz matérias para o “O Cidadão” ou apenas participa com comentários e sugestões. Qualquer leitor que se identificar com o blog, pode segui-lo e, assim, estar, literalmente, dentro dele, com sua foto estampada na página principal. O item ‘Quem Sou Eu?’ apresenta “O Cidadão” ao internauta:

"O CIDADÃO" visa ampliar e consolidar o direito básico de se comunicar aos moradores das 16 favelas que compõem o bairro Maré. Isso se dá por meio da produção e circulação do Jornal que tem tiragem de 20 mil exemplares. É distribuído de forma gratuita e os seus principais pontos de distribuição: escolas, organizações e associações de moradores (www.ocidadaonline.blogspot.com)⁴

4.2.3 Imagens

O blog utiliza poucas imagens para ilustrar os artigos. As fotografias não têm o objetivo de chocar e chamar mais atenção que o texto. São apenas complementares ao que foi escrito e não parecem ser a preocupação dos autores. Além de fotos de protestos e manifestações culturais, são recorrentes imagens de folders, usados para divulgar eventos realizados na comunidade.

Figura 3: Folder de divulgação de evento na comunidade



Fonte: <http://ocidadaonline.blogspot.com/>

⁴ Acesso em 02/11/2009

4.2.4 Autores

Os textos publicados se dividem em duas categorias. Enquanto a maioria é de autoria dos próprios moradores e dos jornalistas responsáveis pelo “O Cidadão”, outros têm origem em vozes que vêm de fora: da assessoria de comunicação de um partido político, de uma agência de notícias, de um deputado. É sabido que um jornal comunitário fala de comunidade para comunidade. Logo, utilizar textos de pessoas alheias à realidade de um mareense pode significar a descaracterização do jornal comunitário. Segundo Raquel Paiva:

O processo de comunicação popular começa quando os grupos de mais baixo *status* deixam de fazer esforços para se comunicarem através da hierarquia das elites intermediárias ou dos meios públicos ordinários e estabelecem seu próprio sistema de comunicação horizontal. (PAIVA, 2003: 139)

No entanto, as vozes de fora participantes do blog defendem os interesses da comunidade, como observado no texto da jornalista Fátima Lacerda, da Agência Petroleira de Notícias, sobre os muros criados pelo prefeito do Rio, Eduardo Paes, no início deste ano, para impedir o crescimento das favelas.

(...)Mas a humanidade não caminha em linha reta. Vive em permanente queda de braço. O capitalismo neoliberal reforçou novamente as muralhas, reinventando justificativas para encobrir a velha luta de classes. Conter o crescimento de favelas com muros, atribuir aos pobres a responsabilidade pela destruição das matas que restam (a maior parte já foi destruída por séculos de dominação branca); culpar, punir quem fica de fora das políticas públicas, é fazer uma aposta na guerra. (LACERDA;2009).

Portanto, mesmo não fazendo parte dos limites físicos da comunidade, o autor externo compõe um discurso coerente com a política afirmativa de “O Cidadão” colaborando com o fortalecimento dos propósitos próprios do veículo comunitário.

4.2.5 Alcance: amplo x restrito

Em um blog, qualquer um que tenha acesso à Internet poderá ter conhecimento de seu conteúdo e da ideia que os textos pretendem passar. Nesse sentido, o jornal “O Cidadão” deixa de ser dirigido a um público interno, específico. Continua sendo representante de um jornalismo horizontal, que permite a participação do receptor-sujeito – já que existem os comentários que caracterizam a interatividade da Blogosfera – mas, agora, nem o receptor e nem o sujeito fazem necessariamente parte da comunidade.

A comunicação pode ser o espaço por meio do qual pode ser formada a esfera pública, vista como conjunto de cidadãos participantes, comprometidos com o veículo, a interatividade, a horizontalidade do discurso e atuando como sujeitos políticos. Nesse sentido, a comunicação por rede pode se constituir no paradigma da nova democracia (...) Talvez possa residir nessa perspectiva inventiva da tecnologia: o seu uso mais democrático. A rede pode tornar-se meio de informação horizontal capaz de combater a verticalidade dos meios tradicionais de comunicação de massa. (PAIVA, 2003: 168)

Para manter as características de comunitário, é necessário que o veículo esteja voltado para o chamado “público interno”, sendo o diferencial dos demais meios de comunicação. Para isto, o jornal deve ser feito a partir dos interesses e expectativas desse público, da pauta ao produto final.

Quanto mais estreita for a relação entre o veículo e os propósitos e objetivos duma comunidade, mais seus membros vão estar envolvidos em sua produção, e proporcionalmente maiores serão sua representatividade e reconhecimento como veículo comunitário. (PAIVA, 2003: 137).

Porém, uma vez publicado na Blogosfera, sua linguagem e abordagem podem voltar-se, cada vez mais, para a abertura de um diálogo com o público mais amplo, externo à realidade local. Tal abertura dialógica pretenderia fazer o “uso democrático” da tecnologia referido por Paiva (2003: 168).

4.2.6 Acesso

Além disso, é preciso que se leve em conta o acesso dos moradores da Maré. Será que a maioria dos mareenses tem acesso à Internet? A quantidade pequena de comentários do blog pode ser um indicativo de que ele não faz uma interação efetiva com a comunidade. Nesse sentido, qual seria objetivo do blog de um jornal comunitário, cujo acesso dos moradores da comunidade é restrito? Seria levar os problemas internos da Maré à população de fora e/ou chamar atenção de vozes de cima sobre a situação da comunidade?

Segundo Renata Souza (2009), o jornal não perde o caráter comunitário quando entra na Internet. “O blog potencializa o jornalismo comunitário, afinal é quando a comunidade se abre. O jornalismo comunitário não pressupõe guetos, pressupõe ideologicamente o lugar de fala daqueles que não tem voz na grande mídia. É uma forma de gritar mais alto, cutucar os diferentes e os indiferentes” (SOUZA, 2009).

Mas, até que ponto a exclusão digital, que é maior em países em desenvolvimento, afeta a possibilidade de acesso à Internet no Brasil? Pesquisa efetuada pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (entidade civil, sem fins lucrativos, que desde dezembro de 2005 implementa as decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet no Brasil) sinaliza a baixa proporção de domicílios que possuem acesso à Internet no Brasil.

Tabela 1: Proporção de indivíduos que já utilizaram um computador
PROPORÇÃO DE INDIVÍDUOS QUE JÁ UTILIZARAM UM COMPUTADOR
Percentual sobre o total da população

Percentual (%)		Sim	Não
TOTAL BRASIL		47	53
ÁREA	URBANA	51	49
	RURAL	25	75
REGIÕES DO PAÍS	SUDESTE	52	48
	NORDESTE	36	64
	SUL	48	52
	NORTE	42	58
	CENTRO-OESTE	54	46

Fonte: <http://www.cetic.br/usuarios/tic/2008-total-brasil/rel-comp-01.htm>, acesso em 12/11/09.

A tabela anterior demonstra que, da amostra pesquisada, 53% dos brasileiros responderam não haver usado um computador, ou seja, mais da metade dos brasileiros.

Abaixo segue tabela que ilustra a proporção de domicílios brasileiros com acesso à Internet:

Tabela 2: TIC DOMICÍLIOS e USUÁRIOS 2008 - TOTAL BRASIL

PROPORÇÃO DE DOMICÍLIOS COM ACESSO À INTERNET			
<i>Percentual sobre o total de domicílios</i>			
Percentual (%)		Sim	Não
TOTAL BRASIL		18	82
ÁREA	URBANA	20	80
	RURAL	4	96
REGIÕES DO PAÍS	SUDESTE	25	75
	NORDESTE	7	93
	SUL	20	80
	NORTE	7	93
	CENTRO-OESTE	21	79
RENDA FAMILIAR	Até R\$415	1	99
	R\$416-R\$830	4	96
	R\$831-R\$1245	16	84
	R\$1246-R\$2075	33	67
	R\$2076-R\$4150	58	42
	R\$4151 ou mais	81	19
CLASSE SOCIAL	A	91	9
	B	58	42
	C	16	84
	DE	1	99

Fonte: <http://www.cetic.br/usuarios/tic/2008-total-brasil/rel-geral-04.htm>, acesso em 11/11/2009.

Como pode ser observado, 99% dos brasileiros integrantes das classes D e E não possuem computador em seus domicílios. Este número diminui para 82% quando consideramos o Brasil como um todo. É um dado realmente alarmante!

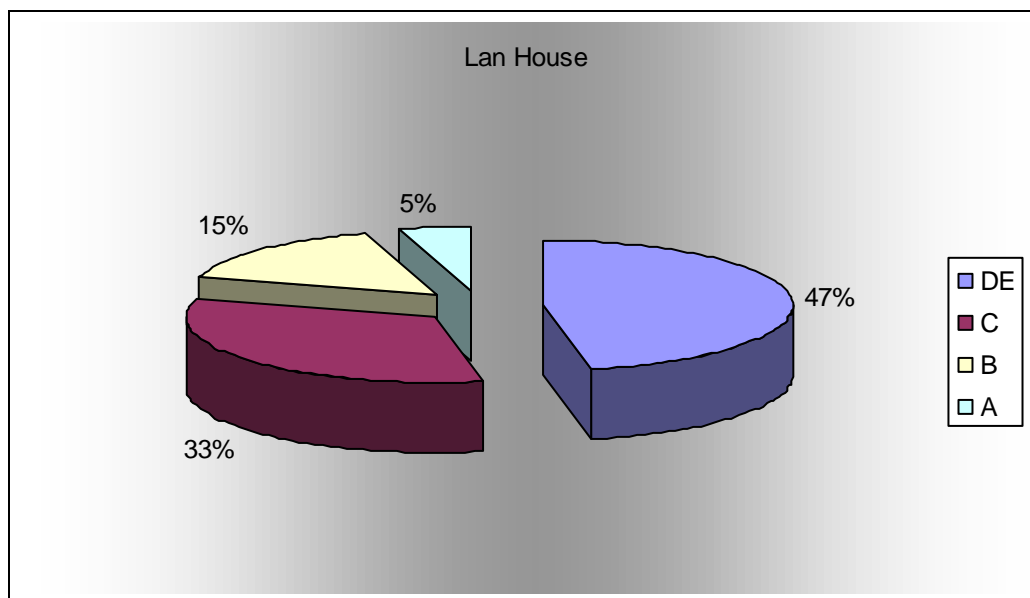
Essa população depende de centros públicos para poder acessar à Internet. Na Maré não é diferente. E principalmente por esse motivo as *lan houses* se expandiram tanto pelo bairro, chegando a existir uma ao lado da outra.

Lan House (Local Area Network - ou rede local de computadores, na sigla em inglês) é um estabelecimento comercial onde as pessoas podem pagar para utilizar um computador com acesso à Internet e a uma rede local, com o principal fim de acesso à informação rápida pela rede e entretenimento através dos jogos online.

São nas *lan houses* que, em geral, a população de baixa renda tem acesso à Internet. De acordo com o Presidente da Associação Brasileira de Centros de Inclusão Digital, Mário Brandão, existem cerca de 106.000 *lan houses* no Brasil, das quais 85%

trabalham na informalidade. No gráfico abaixo podemos visualizar que 47% dos usuários da internet pertencem às classes D e E:

Figura 4: Gráfico, acessos à internet por classes sociais



Fonte: <http://cetic.br/usuarios/tic/2008-total-brasil/rel-int-04.htm>, adaptado pelo autor.

Nas favelas, as *lan houses* são informais, não estão legalizadas, e apresentam um perfil diferente daquelas localizadas no asfalto: comportam uma menor quantidade de computadores, cerca de seis máquinas, enquanto as outras são compostas por 20 máquinas. Ao todo, nas comunidades do estado do Rio de Janeiro, existem cerca de 16 milhões de habitantes para 8.000 *lan houses*.

Segundo o Comitê Gestor de Internet no Brasil, em 2008, o acesso à Internet a partir de *lan houses* ultrapassou o acesso doméstico: 49% contra 40%. Ainda de acordo com dados levantados pelo mesmo estudo, há mais *lan houses* (106 mil) do que livrarias (2.676) ou salas de cinema (2.300) no País. Entre elas, 100 estão na Favela da Rocinha, 30 na Cidade de Deus e 150 no Conjunto de Favelas da Maré. “A *lan house* é uma importante e fundamental ferramenta para acesso à cultura e está revolucionando a inclusão e alfabetização digital. Elas ajudam a suprir a carência de acesso à cultura e prestação de serviços públicos pela população que vive em comunidades populares ou distantes dos grandes centros” (BRANDÃO, 2009).

A mesma pesquisa demonstra que a população com renda familiar até R\$ 300 é responsável por quase 50% dos acessos em *lan houses*, que costumam cobrar R\$1 por hora de navegação. A procura é tão grande que, na Maré, os internautas disputam os

computadores até de madrugada. Segundo Mário Brandão, sexta-feira é o dia mais concorrido. Isso porque algumas salas oferecem o ‘viradão’, promoção em que o internauta paga R\$ 6 para navegar até o amanhecer, com direito a refrigerante e pão no café da manhã.

Morador da Maré e frequentador de *lan house*, Ricardo Ribeiro, de 19 anos, gasta até cinco horas de navegação por dia trocando mensagens com pretendentes. Foi dessa maneira que ele conheceu a atual namorada, a estudante Gabriela, de 16 anos.

É bonzão. Muito bom paquerar as mulheres pelo msn e pelo Orkut. Peguei umas sete. Tudo na conversa. Tem alguns amigos que mandam pra gente o endereço de e-mail ou pegamos no Orkut mesmo. Um vai apresentando para o outro. Foi assim que conheci minha namorada. Estou com ela há seis meses. Levei três semanas teclando direto até descobrir que ela morava perto da minha casa e nos conhecermos pessoalmente. Mas eu continuo indo à *lan house* (RIBEIRO, 2009).

Ainda segundo Ricardo Ribeiro (2009) “cada lan house tem uma determinada galera. Algumas têm música ambiente, outras são silenciosas e tem as que são festa o tempo todo com música funk, pagode ou hip hop. Tudo com refrigerante e biscoito. Bebida alcoólica não entra”. No entanto, o rapaz confessou nunca ter entrado no blog de “O Cidadão”, apesar de conhecer o jornal impresso.

Mário Brandão (2009) explica que existe uma carência de espaços públicos nestas comunidades. A *lan house* estaria preenchendo esta lacuna. Mais do que isso: no Rio, a Internet nas favelas estaria furando as barreiras geográficas impostas pela guerra do tráfico. As salas de computadores serviriam para aproximar pessoas de favelas rivais.

Isto está ganhando uma dimensão social importante. O pessoal tem usado para conversar com pessoas de morros vizinhos por sites de relacionamento. Você acaba fazendo amizade com uma pessoa que você via como inimigo e não é inimigo. Acaba furando as barreiras geográficas impostas pela guerra do tráfico no Rio (BRANDÃO, 2009).

No entanto, Mário Brandão atenta para o fato de que a maior procura é por jogos e sites de relacionamento.

Eles subutilizam muito a ferramenta que têm nas mãos. Perdem tempo em sites de relacionamento, Orkut, Msn. A impressão que eu tenho é que as pessoas ainda não se deram conta de que podem ir para as *lan houses* para se informar, tirar segunda via de documento, ver perícia médica. Os moradores só correm atrás desses espaços em épocas importantes, como

período de matrícula em escola pública, que só pode ser feito pela Internet (BRANDÃO, 2009).

Ele faz duras críticas à política governamental de incentivo ao acesso individual das pessoas à Internet.

As pessoas não se tocam que Internet é um mundo de oportunidades, porque o governo não educa, não capacita o dono de uma *lan house*, não estimula o uso responsável da Internet, não tem uma postura pró-ativa de conscientização. Pelo contrário o que os ‘nanoempresários’, como são conhecidos os donos das *lan houses* das comunidades, sofrem é repressão por não estarem com seu negócio legalizado. A grande verdade é que essa repressão fomenta a informalidade. E, quanto mais informal, mais distante do Estado, e das práticas que estimulam a inclusão digital dos habitantes das comunidades. Dos 12 milhões de computadores vendidos no ano passado, apenas 470 mil foram parar nas *lan houses*, que têm o poder de inclusão muito maior. O País não está preparando uma matriz eficiente e democrática de acesso. (BRANDÃO, 2009).

Mário Brandão (2009) apontou o custo elevado provocado por esse “erro estratégico” de não incentivar as *lan houses*. Na avaliação dele, as autoridades esquecem que o custo da hora na Internet é de R\$ 1 nas lans e R\$ 7 nos telecentros oferecidos pelos estados. Ele acredita que a *lan house* é a melhor forma de promover a inclusão social e digital do pobre. “*Lan house* é de pobre para pobre” (BRANDÃO, 2009).

Em pesquisa realizada pelo Observatório de Favelas, em 2008, no Complexo da Maré os moradores foram questionados sobre se achavam que as novas tecnologias poderiam contribuir de alguma forma para o aumento da produção audiovisual das periferias. Todos os que responderam, concordam que estas tecnologias podem ser de grande valia para a periferia trabalhar suas próprias representações. Um morador enfatiza que “nós que moramos nas favelas, subúrbios, morros e asfaltos temos que utilizar sadiamente esses meios de produção. Essa é uma forte ferramenta de distribuição de informação”.

No entanto, a preocupação quanto ao conteúdo que é produzido a partir da popularização das novas tecnologias foi comum a pelo menos metade dos moradores que responderam à enquete. Um deles diz que os meios de comunicação não devem ser

utilizados, apenas para retratar estigmas e preconceitos presentes no senso comum, “como no caso específico do Rio no qual se mostra a favela enfatizando a violência”.

Tem-se aí então uma contradição: ao mesmo tempo em que a comunicação reproduz uma imagem fragmentada e preconceituosa dos moradores de periferia, ela também abre brechas para novas iniciativas. Daí a importância de meios locais de comunicação, como TVs, rádios e jornais comunitários, que contribuem para a construção e difusão da identidade de seu público. As novas tecnologias sinalizam, assim, serem meios que vêm para somar a estas experiências mais locais e com maior participação popular.

Em relação ao papel de um jornal comunitário no mundo digital, Mário Brandão afirma:

A Internet é uma mídia de frente, voltada para o mundo. E um jornal local é direcionado a pessoas de uma determinada região geográfica. Vendo por esse lado, a possibilidade de um jornal comunitário impresso sensibilizar alguém que esteja do outro lado do mundo é zero. A amplitude da Internet é diferente. A quantidade de gente interessada em saber sobre a guerra no Morro dos Macacos foi enorme. E muitos acompanharam a história através dos blogs e sites. A Internet não mata a iniciativa do comunitário. O que muda é a maneira de se comunicar. O mundo digital não transmite o mesmo tipo de informação que o impresso. É um novo meio, com uma regra própria. É outra história. As pessoas devem se adequar e aprender a produzir conteúdo próprio para a Internet (BRANDÃO, 2009).

A estudante Suelen Correa, de 23 anos, moradora do Morro do Timbau, onde está localizada a redação de “O Cidadão”, é uma das “seguidoras” do blog “O Cidadão”. Contudo, ela é uma das poucas moradoras que têm computador em casa e não tem o costume de freqüentar *lan houses*.

Eu acompanho o jornal desde o início e acredito na sua proposta e luta por uma comunidade mais consciente de seus direitos e deveres. Quando soube do blog, comecei a acessar quase que diariamente. É uma forma de saber notícias sobre os acontecimentos e eventos da minha comunidade. (CORREA, 2009).

A partir de toda a análise, entende-se que o blog de um jornal comunitário deixa de falar de comunidade para a comunidade e passa a transmitir informações para todo o mundo. No entanto, sem a Internet, os moradores da Maré só vão ter o jornal impresso (com tiragem de 20 mil exemplares) como alternativa de leitura. Assim, no blog, as notícias passam a ser um fragmento de um universo de possibilidade e os habitantes das comunidades passam a ter mais uma alternativa para conhecer o mundo.

4.3 Sobrevivência no mundo globalizado

Citando Raquel Paiva:

Hoje é possível admitir que a presença do veículo comunitário possa destinar-se até mesmo a substituir as freqüentes reuniões e assembléias decisórias – e em se tratando de sociedade atual isto é fundamental, definitivo mesmo, em função da reduzida disponibilidade de tempo e dificuldade de deslocamento. Um instrumento de comunicação supriria assim a necessidades dos contatos freqüentes e cumpriria a função primordial de circulação da informação”(PAIVA, 2003; p. 161).

Tal concepção para a criação de veículos comunitários, de certa forma, consegue adequar a comunicação comunitária à sociedade contemporânea, uma vez que a coloca como instrumento capaz de substituir a presença física em reuniões e assembleias. Nesse caso, a questão da territorialidade, estreitamente associada com o termo comunidade está sendo tratada de uma forma flexível, adequada ao mundo dos avanços tecnológicos nos meios de transporte e do encurtamento do tempo e distância entre as regiões.

Outra questão inserida aí é da interatividade existente entre pessoas de todo o mundo através das redes de informação. Graças à Internet, os indivíduos podem suprir a ausência do contato físico e fomentarem discussões de ideias e trocas de informações. De acordo com Raquel Paiva (2003:162), “seria então adequado supor a existência de novo tipo de relação, que inaugurasse ‘comunidades virtuais’, e pensar na civilização a partir de uma visão histórica capaz de organizar a sociabilidade pelos sistemas de informação”.

Ainda vislumbrando o futuro da comunicação comunitária, a autora sintetiza:

“A comunicação pode ser o espaço por meio do qual pode ser formada a esfera pública, vista como conjunto cidadãos participantes, comprometidos com o veículo, a interatividade, a

horizontalidade do discurso e atuando como sujeitos políticos (...). A rede pode tornar-se um meio de informação horizontal capaz de combater a verticalidade dos meios tradicionais de comunicação de massa” (PAIVA, 2003; p. 161).

5 Conclusão

A partir da pesquisa e das entrevistas, chega-se a uma possível resposta para a dúvida que permeia a maior parte do trabalho: um jornal impresso voltado para a comunidade perde o caráter comunitário quando entra na Internet?

Sim e não. É óbvio que, no mundo virtual, um meio de comunicação voltado para um nicho específico de pessoas passa a se dirigir a um número muito maior de leitores, que não necessariamente fazem parte do grupo de moradores daquela determinada comunidade. Além disso, com a possibilidade de comentarem no blog, internautas do mundo inteiro passam a participar efetivamente da produção do jornal. As características da comunicação comunitária de falar para um público restrito e de ser produzido apenas por pessoas pertencentes à comunidade são, sim, perdidas.

Contudo, o ideal da mídia comunitária, de provocar uma mobilização social e de mostrar a comunidade como realmente ela é – e não como a “grande mídia” sugere que seja - permanece. O blog de “O Cidadão” é um exemplo, na medida em que as notícias tratam de manifestações, acontecimentos e eventos que ocorrem na comunidade. Esteja onde estiver, na Maré ou na China, o leitor que estiver conectado à Internet vai poder adquirir conhecimento maior sobre a rotina, os problemas e desafios da comunidade situada às margens da Avenida Brasil.

A grande questão aí é que a maioria dos moradores da Maré não acessam à Internet. Como mostrou o gráfico (Figura 4), 53% dos brasileiros não têm computador em casa e os que frequentam lan houses, segundo constatou o Presidente da Associação Brasileira de Centros de Inclusão Digital, subutilizam a Internet, freqüentando sites de relacionamento e salas de bate-papo.

O baixo acesso dos moradores das comunidades carentes ao mundo virtual é, sem dúvida, um empecilho para o sucesso do blog de “O Cidadão” com os habitantes da Maré. No entanto, a possibilidade de mostrar a comunidade para o mundo através da autorrepresentação, do olhar de quem vive nesse grupo, deixa clara a importância desse blog e da inserção da comunicação comunitária na era digital. Acompanhar as evoluções tecnológicas não significa remar a favor da ‘maré’ de injustiça e desigualdade que as ondas do mundo globalizado trazem. Mas sim extrapolar quaisquer obstáculos que impeçam de ecoar a voz dos prejudicados por uma sociedade capitalista e desigual.

Os gritos da comunidade continuam, mas agora, são pronunciados de forma mais potente e atingindo um número maior de pessoas. Os habitantes da Maré podem não entrar no blog, mas através das matérias publicadas, fazem com que o mundo e as pessoas ‘do asfalto’ tomem conhecimento de suas opiniões sobre os fatos que interferem em seu cotidiano.

É improvável que aconteça a completa substituição dos meios de comunicação tradicionais por mídias novas, digitais. No entanto, não se pode fechar os olhos para a necessidade de adaptação a uma nova realidade. E aí está o grande desafio. A reinvenção da comunicação voltada para a comunidade ficará por conta da adaptação de suas linguagem e abordagem ao universo virtual, mantendo, é lógico, o espírito da comunicação comunitária de expor os anseios da comunidade e buscar um novo desenho social, mais igual e mais justo.

6 Referências

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Tradução: Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

BARBOSA, Conceição Aparecida Pereira, SERRANO, Claudia Aparecida. **O blog como ferramenta para construção do conhecimento e aprendizagem colaborativa**. 04/2005.

BARBERO, Jesus Martin. **Dos Meios às Mediações**. Editora UFRJ, RJ. 2003.

O CIDADÃO. Rio de Janeiro. Nº27. Fevereiro 2003.

COUTINHO, Clara Pereira, JUNIOR, João Batista Bottentuit. **Blog e wiki: os futuros professores e as ferramentas da web 2.0**. SNE 2007, 2007: 14-16.

COUTINHO, Eduardo G. **A comunicação do oprimido: malandragem, marginalidade e contra-hegemonia**. In: PAIVA, Raquel e SANTOS, Cristiano (orgs.) *Comunidade e contra-hegemonia: rotas de comunicação alternativa*. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

DOWNING, John D.H. **Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: Editora Senac, 2002.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro, Ed. Paz e Terra, 1970. 184 pag.

FREIRE, Paulo. **Educação e mudança**. 15.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

GABBAY, Marcelo M. **A Cultura Marajoara: um estudo sociocultural sobre a relação mídia-poder e a formação de narrativas hegemônicas**. Dissertação de Mestrado. ECO/UFRJ, 2009. 124 pp.

GEERTZ, Clifford. **Os usos da Diversidade**. In *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, ano 5, número 10. Maio de 1999.

LACERDA, Fátima. **Moradores da favela lutam para derrubar os muros**, publicado no blog www.ocidadaonline.blogspot.com, em 20/05/09).

MALERBA, João Paulo C. **A comunicação comunitária no limite**. In: PAIVA, Raquel e SANTOS, Cristiano (orgs.). *Comunidade e contra-hegemonia: rotas de comunicação alternativa*. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Jornal comunitário e mobilização popular**. In: **Quem manipula quem: poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil**. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.

MARTINS, Gisela, ‘**Remoção, Muro e Pacificação**’, artigo publicado no blog www.ocidadaonline.blogspot.com, em 16/11/09).

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Summus, 1988.

MELUCCI, Alberto. *A Invenção do Presente. Movimentos sociais nas sociedades complexas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum – Comunidade, mídia e globalismo**. Rio de Janeiro, Mauad, 2003:161.

PAIVA, Raquel e GABBAY, Marcelo M. **O poder de dizer “cultura”**: cultura marajoara e ecoturismo. In: COUTINHO, Eduardo G.; FREIRE FILHO, João e PAIVA, Raquel (orgs.). *Mídia e poder: ideologia, discurso e subjetividade*. Rio de Janeiro: Mauad, 2008d.

PAIVA, Raquel. **Jornalismo Comunitário – Uma Reinterpretação da Mídia**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 30 , agosto 2006, quadrimestral

— . **Comunidade Gerativa**, 2000, 19 pág.

PINTO, André Luis Esteves. **O Cidadão: um jornal comunitário na Era da Globalização** (dissertação de mestrado), 2004 – Escola de Comunicação, UFRJ.

PERUZZO, Cicília M.K. (org.). **Comunicação e culturas populares**. São Paulo: Intercom,1995.

PERUZZO, Cicília M.K. **Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. Natal, RN: Intercom, 2008.

SODRE, M. O globalismo como neo-barbárie. In: MORAES (Org.) **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

_____. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

TIC DOMICÍLIOS e USUÁRIOS 2008 - TOTAL BRASIL. Disponível em <http://www.cetic.br/usuarios/tic/2008-total-brasil/rel-comp-01.htm>, acesso em 12/11/09.

TORO, José Bernardo & WERNECK, Nísia Maria Duarte. **Mobilização Social: um modo de construir a democracia e a participação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

VELHO, Gilberto. **Projeto e Metamorfose**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

Documentos sonoros (entrevistas)

BRANDÃO, Mário. **Presidente da Associação Brasileira de Inclusão Digital.** Entrevista concedida a Mylena A. de Castro Honorato. Rio de Janeiro, 2009.

CORREA, Suelen. **Estudante, moradora da Maré.** Entrevista concedida a Mylena A. de Castro Honorato. Rio de Janeiro, 2009.

RIBEIRO, Ricardo. **Estudante, morador da Maré.** Entrevista concedida a Mylena A. de Castro Honorato. Rio de Janeiro, 2009.

SOUZA, Renata. **Coordenadora da Área de Projetos e Jornalista Responsável pelo jornal “O Cidadão”.** Entrevista concedida a Mylena A. de Castro Honorato. Rio de Janeiro, 2009.