



Revista Araguaense: O jornalismo centrado no povo a partir de uma mídia alternativa¹

Aline Oliveira BARBOSA²

João José ALENCAR³

Dr^a Cássia Regina TOMANIN⁴

Universidade do Estado de Mato Grosso, Alto Araguaia, MT

RESUMO

A revista *Araguaiense* é um projeto experimental que visa discutir a relação do jornalismo como documento social. Através de um dossiê por edição, com conteúdos jornalísticos, analisa temas que pautam o cotidiano dos municípios de Alto Araguaia – MT e Santa Rita do Araguaia- GO. O projeto possui dentro da narrativa dos textos um enredo que permita o leitor conhecer o assunto que está em debate, de forma, que gere uma reflexão. O objetivo é criar um meio de comunicação independente, que possa trazer com profundidade temas que não são discutidos pelos veículos midiáticos locais. Tendo um compromisso ético com o público, esse que nos moldes de viabilização da revista, além da função de leitor e personagem das reportagens, desempenha a função de financiador do projeto.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo de revista; Documento social; Dossiês; Compromisso com o público; Meio de comunicação independente.

TEXTO DO TRABALHO

Introdução

O projeto experimental de conclusão de curso, revista *Araguaiense*, tem como objetivo ser um canal de comunicação de massa alternativo, um veículo de informação diferente na região do Alto do Araguaia (Alto Araguaia – MT e Santa Rita do Araguaia – GO), seja no que tange ao conteúdo até a distribuição.

A função do meio não é unicamente a de informar, mas de fornecer um espaço público, que abre um canal de voz para os cidadãos debaterem os seus pontos de vista, mostrando as ideologias de cada um diante de um determinado fato, com foco nos moradores dos municípios de Alto Araguaia (MT) e Santa Rita do Araguaia (GO).

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior DT1 - Jornalismo

² Jornalista recém formada, email: alinejournalist@gmail.com

³ Jornalista e co- orientador, email: jjaspc@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor Doutora da Universidade do Estado de Mato Grosso, email: cassiatomanin@bol.com.br



O público-alvo da revista não se baseia em gêneros sexuais. Classificamos os leitores do nosso produto em moradores da localidade e quem se interessarem pelo tema discutido. Por se tratar de assuntos regionais não podemos limitar o interesse dos leitores por faixa etária, já que *Araguaiense* se trata de uma revista com conteúdo local, sendo assim, o interesse do leitor em saber sobre a sua região não tem limite ou restrição de idade.

A necessidade de construir uma revista para uma população carente de informações, sobre a sua comunidade, baseia-se na necessidade da criação de um veículo de massa independente. Esse que sem vínculos com grandes empresas, através de um projeto experimental retrata assuntos de interesse público com profundidade jornalística, mecanismo que uma revista, como meio de comunicação, pode fornecer de forma concisa.

A *Araguaiense* possui um caráter documental. Na edição número 01 trata sobre a festa religiosa que acontece no mês de maio na Igreja católica de Santa Rita do Araguaia – GO. Essa que é em homenagem a Santa Rita de Cássia, a intercessora das causas impossíveis, retratando a visão de quem faz a festa e de quem participa, mostrando diferentes ângulos sobre um mesmo assunto. Tal conteúdo é apresentado em forma de dossiê e acarretando um caráter documental com ênfase na vivência de cada personagem, mostrando o seu lado da história e permitindo reflexões por parte do leitor.

A estrutura das reportagens foi construída com o intuito de debater o assunto de forma igualitária, exposto todos os lados de quem fazem e participam da festa. O objetivo não é formar a opinião do leitor, mas entregar a informação em suas mãos, permitindo que o juízo de valor fique com cada um que ler a revista.

Para a elaboração do projeto, autores como Jorge Pedro Souza (2005), Marília Scalzo (2004), Clóvis Rossi (1980), Cremilda Medina (1988), Sergio Villa Boas (1996), Eugênio Bucci (2000), nos ajudaram.

Ao todo a pesquisa resultou em um registro da festa em homenagem a Santa Rita de Cássia, abordando a biografia da Santa, o contexto histórico dos festejos, o atual modelo de festa, o debate sobre as polêmicas do evento e um artigo com sugestões que estão sendo aplicadas em eventos religiosos de outras cidades. Com isso, *Araguaiense* traz a concepção de refletir as problemáticas das cidades recortadas, como um exercício constante de cidadania, para viabilização de um modelo comunicacional e jornalístico a serviço da sociedade.



Jornalismo – profissão, ideologia e ética

De acordo com o Dicionário do Aurélio (2013, ?) o verbete “jornalismo” vem definido da seguinte forma: s.m. “profissão de jornalista. Conjunto dos jornais ou dos jornalistas; imprensa periódica”. Mas essa definição reducionista não define o jornalismo em sua essência, já que esse possui um forte caráter social e corresponde a uma série de fatores que propicia reportar a informação.

Com base nas experiências vivenciadas no universo acadêmico podemos definir jornalismo como a atividade responsável pela formação da opinião pública, fornecendo os instrumentos necessários para se discutir as problemáticas que envolvem a sociedade.

A profissão provê espaço de discussão através de canais midiáticos, os chamados veículos de comunicação de massa, como jornais, revistas, televisão, rádio e Internet e tem como premissa ser um serviço à sociedade, trazendo a tona os fatos de relevância, além daqueles que estão escondidos ou camuflados para a população.

O jornalismo não lida prioritariamente, portanto, com a “divulgação” de relatos. Ao contrário, sua justificativa é descobrir segredos que não se quer divulgar. Seu objetivo primordial não é difundir aquilo que governos, igrejas, grupos econômicos ou políticos desejam contar ao público, embora também se sirva disso, mas aquilo que o cidadão quer, precisa e tem o direito de saber, o que não necessariamente coincide com o que os outros querem contar. (BUCCI, 2000, p.42)

Kunczir (2002) apresenta duas definições do jornalismo, que são especificações contraditórias, mas que, segundo o autor, não se anulam:

Um é o jornalismo objetivo e neutro, distanciando passivamente dos eventos de que trata. O oposto é o jornalismo ativamente comprometido, participativo e socialmente engajado, que promove causas. Na realidade, essas duas imagens normativas não se excluem mutuamente. Um jornalista pode sentir-se igualmente comprometido com a reportagem objetiva e neutra e com uma obrigação social. (KUNCZIR, 2002, p. 97)

Com isso, mostra que inerente à identificação ideológica do jornalista, no que tange a objetividade, esse necessita estabelecer um compromisso em seu recorte (notícia, reportagem), com a veracidade dos fatos.



Ao informar os indivíduos, sobre os acontecimentos da realidade em que vivem e que nem sempre lhes é visível, o jornalismo cumpre a sua função social, tornando-se espaço público para discussão de temas da comunidade em que é atuante. Os relatos de fatos de interesse público mantêm a sociedade informada sobre o que acontece em seu redor, transmitindo informações para os mais diferentes públicos.

O jornalismo, enquanto segmento da comunicação de massa, exerce a “função aparente” de informar, explicar e orientar. As funções subjacentes são muitas, variadas, incluindo-se no rol a função econômica, a ideológica, a educativa, a social e outras. Mas o que diferencia de fato o jornalismo de outras atividades é o desempenho da tarefa informativa e orientativa. O alimento desta função é a ocorrência social, sobre a qual se debruça o jornalismo para, a partir daí, manter sua audiência a par dos acontecimentos cotidianos da sociedade moderna (MORRIN apud HENN, 1996, pág. 64).

Rossi (1980) em uma visão apaixonada da profissão a define como uma “batalha pela mente e corações do leitor”. Essa expressão surge como uma metáfora para mostrar que o profissional possui uma bagagem cultural muito própria. Cada pessoa possui experiências de vida individuais e isso faz com que cada um tenha opiniões distintas dentro de uma redação.

O jornalista, ao transcrever ou editar uma determinada notícia tem de fazer uma intervenção para que o produto seja comercializado. Ao lapidar as informações usando as técnicas jornalísticas colabora para expor a objetividade a riscos. Para Rossi, o jornalista está propenso em colocar suas emoções, sejam elas positivas ou negativas sobre um determinado fato.

Rossi (1980) se refere à objetividade como algo possível, dentro de uma empresa jornalística, apenas quando o jornalista precisa fazer uma narração do fato tão qual como aconteceu, mas adverte que o jornalista deve presenciar o acontecimento ou ter uma fonte de extrema confiança:

A objetividade é possível, por exemplo, na narração de um acidente de trânsito – e, assim mesmo, se nele não estiver envolvido o repórter, pessoalmente, ou algum amigo ou parente. Esse tipo de acontecimento ou seja, aquele que afeta apenas um pequeno grupo de pessoas, sem maior incidência política e/ou social – ainda permite o exercício da objetividade. Nos demais, ela é apenas um mito. (ROSSI, 1980, pag. 10)

O autor aponta que a melhor maneira para suprir essa deficiência, consiste em no momento da apuração, o jornalista deve sempre ouvir os dois lados da história, partindo do pressuposto de que dentro de um determinado fato noticioso existam versões



diferentes de cada personagem. Cabe ao leitor, a partir do que lhe foi exposto, sejam na argumentação das fontes e na apresentação de documentos, estabelecer de forma reflexiva, qual das versões apresentadas aceitará como verdade.

Kovach e Rosentiel (2004) através de uma abrangente pesquisa vão mais além, e apontam a verificação como um dos principais preceitos do jornalismo, tornando como regra ouvir diferentes fontes no processo de apuração. Daí pode-se concluir que a reportagem ou notícia que apresenta apenas uma fonte tende a ser tendenciosa e fere os princípios de investigação atrelados ao fazer jornalístico.

Para os pesquisadores, o jornalismo é a disciplina da verificação. O jornalismo se concentra primeiro em registrar direito o que aconteceu. Para exemplificar esse pensamento citamos Walter Lippman (apud 2004), um dos percussores da ideia de estabelecer um método que permita a objetividade jornalística.

Walter Lippman diz que “não pode haver liberdade em uma comunidade que não conta com a informação por meio da qual se detectam as mentiras”. Tal ideia pode ajudar a definir a objetividade pregada por Lippman como um método que permita criar mecanismos, para expor em um texto, as possibilidades e os fatos, de forma que caiba ao leitor estabelecer o seus julgamentos. Com isso Lippman apontava que o método de apuração deveria ter um rigor próximo do científico e, a educação jornalística deveria em vez de ser um ensino técnico com os anseios capitalistas buscar como foco o estudo da prova e da verificação.

Segundo Kovach e Rosentiel os métodos de verificação encontram-se no campo pessoal, onde cada jornalista desenvolve o seu com base em suas experiências ou nas experiências de colegas de trabalho.

Pela falta de um método que contemple o jornalismo de forma ampla, permitiu que o sentido de objetividade de Lippman fosse mal compreendido e tivesse suas intenções distorcidas. O jornalismo compreende a objetividade jornalística por um texto direto com todas as informações que compete ao lide (o que, quem, onde, como, quando, porque). Quando essa se entende por uma apuração que contemple todos os pontos do fato, para que o leitor possa resguardar a sua opinião, amparado por um quadro completo do assunto e não só pelo reportar de uma das versões do fato.

Lippman, ao contrário desse pensamento, acreditava que o jornalista era munido de muitos preconceitos, mas que devia ter critérios quase que científicos na hora de apurar. Tendo como ponto central o estudo da prova e da verificação. Com isso



esclarece que é o método usado pelo jornalista que deveria ser objetivo e não, necessariamente, o jornalista.

Contudo, para Kovach e Rosentiel, o jornalista tenta manipular o conceito de objetividade, utilizando-se das fontes que dizem o que ele quer, enquanto o mesmo se mantém neutro. Dentro desse contexto, o termo objetividade jornalística é considerado ilusório e pouco tem sido feito para que se desenvolva um sistema para testar a confiabilidade da interpretação jornalística.

Os autores ainda abordam que devido às novas tecnologias, muitos veículos de comunicação buscam apenas acrescentar algo, seja com uma nova fonte ou um detalhe, ao que já foi dito por outro. Isso cria um problema, pois o fato pode ser mencionado por vários veículos, mesmo que a notícia esteja distorcida.

Para desenvolver um trabalho com objetividade jornalística, os autores apontam cinco princípios intelectuais da ciência da reportagem. “Nunca acrescente nada que não exista. Nunca engane o público. Seja o mais transparente possível sobre seus métodos e motivos. Confie só no seu próprio trabalho de reportagem. Seja humilde” (KOVACH E ROSENTIEL, 2004, p.123).

Portanto, mais que um aspecto ideológico, a verificação dos fatos dentro do jornalismo é considerada e apontada pelos autores, baseados em uma rica pesquisa bibliográfica e em práticas jornalísticas, como uma obrigatoriedade do jornalismo, já que cabe ao profissional de comunicação derrubar mentiras e esclarecer a sociedade.

A escolha do meio de comunicação (revista)

A revista é um meio de comunicação que consegue falar diretamente com o leitor, alcançando grupos singulares, as modernas “tribos”, e traz assuntos que refletem o que esses públicos buscam. Por possuir uma linha editorial definida e um público alvo restrito, cada produto possuirá temáticas com uma abordagem em que as pessoas inseridas dentro do universo do público alvo encontrarão assuntos que o desperte para leitura.

Scalzo (2004) aponta que “no jornalismo de revistas, o leitor é alguém específico, com cara, nome e necessidades próprias” (SCALZO, 2004, p.54), possui uma identidade com o leitor. Essa identidade construída através das temáticas faz com que o leitor queira ter autonomia sobre aquilo que gosta e demonstra isso comprando a



sua revista e a lendo em ambientes públicos. Por isso, a autora ressalta que quem define o editorial da revista é o leitor, ele é o termômetro para que se saiba quando a redação está apropriada ou não.

As reportagens de revistas são compostas por dados que, nem sempre, vão trabalhar com temas imediatos e inéditos, pois a sua publicação é esporádica e não diária. Assim as publicações são distribuídas semanalmente, quinzenalmente ou mensalmente, nesse espaço de tempo, as redações podem fazer uma cobertura melhor com análises, reflexões e investigação jornalística.

Trazendo essa análise para o contexto local, em que a proximidade entre as pessoas torna-se maior por serem ambientes com menos aglomerações populacionais, os problemas acaba se refletindo mais diretamente na população e cobrança por melhorias ganha maiores proporções.

Com isso o jornalismo adquire uma significação maior porque as reivindicações são feitas e aderidas pelo povo por estarem mais próximos de suas realidades. Nesses casos a configuração política da localidade por ficar mais suscetível a cobranças tem a sua atuação mais controlada, o que exige da denúncia uma resolução mais imediata.

O grande problema é que o fator ideológico do jornalismo não reflete o praticado no interior, que muitas vezes se restringe a jornalistas sem graduação, com ausência de equipe de reportagem e que para manter se financeiramente acaba aderindo à publicação de textos institucionais. Essa situação acaba por transformá-lo em um “jornalismo chapa branca” no qual os meios são usados para difundir ideologias das elites dominantes, em vez de cumprir o caráter ideológico em que se sustenta a profissão.

Quando o poder político coopta a imprensa em benefício próprio, tem-se aí uma incongruência: se a imprensa surge para sanar a ânsia social por informação, como pode haver meios que trabalhem no sentido oposto a essa prerrogativa? Quando isso acontece, eis em voga um conflito, proporcionado de forma intencional pela política, por saber que a comunicação tem forte apelo popular, e pela mídia, em busca de regalias e favorecimentos. Ao estender seus tentáculos sobre a mídia, os políticos impedem a transmissão de conteúdos contrários a eles e só permitem a veiculação daquilo que lhe é conveniente (LUIZ, 2012, p. 133).

Através desse contexto para o jornalismo de revista, a *Araguaiense* torna se um projeto que vem a ser um contra ponto dessa situação. Com um viés alternativo, a publicação traz a proposta de ser publicada semestralmente e oferece em sua linha



editorial a sugestão de trabalhar pautas de relevância social, com uma vertente em informar e prestar serviço à sociedade.

Financiada pelo público, com a possibilidade de ser distribuída em meio digital e impresso, a revista permite que o trabalho seja desenvolvido com uma proposta mais voltado em servir a comunidade, evitando que compromissos comerciais impeçam a divulgação e apuração de denúncias de cunho social.

Linha Editorial

A revista *Araguaiense* tem como premissa a abordagem de assuntos de procedência local, através de dossiês, esses que são compostos por um conjunto de reportagens, que conduzem o tema proposto, de forma, a ser cuidadosamente apresentado perspectivas diferentes através de cada matéria. Para cada edição se propõe estabelecer um dossiê.

A escolha do dossiê como componente principal do produto foi feito com intuito de caracterizar o conjunto de matérias desenvolvidas como documento social. Os temas abordados possuem um grande leque com as perspectivas de vida de cada personagem e se fosse configurado na linha de produção de uma grande reportagem seria extenso e cansativo para os leitores. Dividir os assuntos e abordá-los em sequência torna o produto mais atraente em termos mercadológicos e permite uma narrativa linear, com mais profundidade jornalística.

O intuito do produto é colocar em destaque a voz da população, mostrando os problemas sociais, não como a administração pública vê, mas como a população *araguiense* realmente enxerga e sente na pele através dos discursos e experiências dos personagens.

O papel social dos artigos dentro da *Araguaiense* é fornecer um espaço que traga um pensamento que acrescente a discussão instaurada, de expressar como primeira pessoa e como sujeito que ver a problemática do lado de fora que os personagens atuantes vivenciam.

Sobre a edição n° 01

A primeira edição de *Araguaiense* traz um dossiê sobre a festa de Santa Rita dos Impossíveis, realizada no mês de maio no município de Santa Rita do Araguaia – GO e que além de trazer visibilidade ao local, movimentava a economia da região.



O objetivo do material é apresentar o contexto histórico e social em que a festa se formou e gradualmente mostrar as principais modificações realizadas, para então em uma das reportagens, promover um debate com argumentos de quatro fiéis, que em uma análise sobre o caráter capitalista da festa, discute os prós e contras do evento.

A capa da revista traz uma mão estendida com pétalas de rosas vermelhas, tendo sobre essas um terço branco. A mão representa os devotos que participam da festa, por estar aberta, combina com a ideia de iniciar um diálogo sobre a forma como o evento está sendo conduzido. O terço branco representa o caráter religioso, por ser um símbolo de oração e ter a cor da pureza, está ligado ao agradecimento pelos milagres e também condiz com a fé dos devotos em terem a sua prece alcançada pela intercessão da Santa dos impossíveis.

As pétalas de rosas vermelhas estão diretamente ligadas à festa. Primeiro por causa de a rosa ser uma representação dos milagres de Rita de Cássia. Segundo traz a característica do romantismo e o agradecimento que o ato de entregá-la constitui, sendo um símbolo da devoção. E por último, o vermelho é uma cor que lembra sangue, guerra, violência e poder, caracterizando a visão de alguns fiéis sobre o caráter capitalista da festa está se sobrepondo sobre o religioso.

A carta ao leitor apresenta a linha editorial da *Araguaiense*, explicitando que esse se configura como um meio de comunicação independente, a serviço do leitor, desde no estabelecimento das pautas, concepção das reportagens e no pós-revista, em que o leitor traz a discussão proposta para o seu convívio, estendendo a mensagem e a busca reflexiva.

A capa da reportagem traz o título do dossiê “O preço da devoção”, em letra Algebrian, representando o antigo, o clássico, que remete a tradição da festa religiosa. O terço encontra-se com o cordão enrolado em rosas vermelhas com a parte do crucifixo estendida, tal imagem representa a fé das pessoas envolvidas pelo capitalismo, que determina a manutenção de um credo, já que a festa tem por objetivo manter o templo que as pessoas usam como símbolo de fé e local para manifestar os seus agradecimentos a Deus.

A reportagem “Quem foi Santa Rita de Cássia?” conta a história da Santa, remetendo a versão biográfica da Igreja com os contos dos moradores de Cássia, na Itália, trazidos por Antônio Ferreira Cajango, durante uma visita ao local de nascimento de Rita. Essas que nutrem através da oratória os mistérios que a envolvem a vida da Santa, seja em vida ou após a sua morte. Para contextualizar com a realidade local e



com a festa, também traz o relato de uma prece agraciada em Santa Rita do Araguaia – GO.

No segundo texto “Os primeiros festejos de festa religiosa marcam a história de Santa Rita do Araguaia” aborda o contexto histórico da festa, explicando o início da crença e retratando as primeiras festas. Para isso dois fieis, Antônio Ferreira Cajango e Maura Bastos expõem suas lembranças e pesquisas, permitindo identificar as principais transformações ocorridas no evento ao longo dos anos.

Em “Comércio em festa religiosa aquece economia local” é realizado um panorama da questão econômica da festa, em três vieses: arrecadação para custear as despesas da igreja; condições de trabalho e retorno financeiro para os vendedores ambulantes; e o prejuízo e o lucro para a cidade com comerciantes de outras cidades tirando o dinheiro do comércio local.

Depois de introduzido todo o contexto sobre a festa de Santa Rita, a revista apresenta em “A fê que move o capitalismo” o conflito em torno da realização da festa. De um lado, uma ala que defende mudanças radicais por acreditar que a festa vai contra os princípios cristãos e agiria como um contra testemunho da Igreja, através do incentivo indireto a bebedeira e as coisas do mundo. Do outro, que entende tais mudanças de forma negativa, já que acredita serem exageradas às reclamações e diz que a única forma da Igreja se manter, pelo menos no atual momento, é continuar com as atividades já existentes.

Contra o atual modelo de festa estão a jornalista Neide Mariano de Freitas Silva, 37 anos, que coordena o movimento da Renovação Carismática Católica (RCC) e o ex-prefeito Antônio Ferreira Cajango, 63 anos, que atua como diácono de uma capela ortodoxia no município. Já em defesa do modelo atual encontra-se a coordenadora da Pastoral da Criança Divina Maria da Silva, 52 anos, que foi junto do seu marido uma das festeiras do ano de 2013, e a coordenadora da Pastoral de Noivos Maria da Piedade Gomes de Alcântara Ferreira, 58 anos, que participa do Conselho Financeiro da festa e será uma das festeiras em 2014.

Como forma de trazer para a discussão uma contribuição, além do discutir a festa, a revista se encerra com o artigo “A festa da igreja e a violência do álcool: Como convivem?” escrito por Doroty Carnahiba, coordenadora da Pastoral da Sobriedade de Rondonópolis, e Ana Paula Carnahiba, jornalista e educadora.

Uma visão sobre uma das polêmicas levantadas, a venda de bebida alcoólica nas proximidades da festa, por alguém que está de fora do contexto local, tem como



resultado trazer sugestões e exemplos sobre outro modelo de festa. Para que o debate saia do círculo em que as problemáticas foram levantadas e comecem a gerar resultados de como comportar e se adequar as ideologias diferentes sobre o mesmo evento.

Distribuição e viabilidade do projeto

Dentro da concepção da revista *Araguaiense*, após idealizá-la como veículo de comunicação, teve que ser pensado um modelo prático e viável, para que a produção independente pudesse de fato acontecer, sem grandes custos, tentando contornar possíveis dificuldades como a falta de equipamentos e serviços terceirizados (diagramadores e fotógrafos).

Foi analisado em como distribuir a revista e principalmente como bancar os gastos, sem torná-la um objeto de propaganda de comerciantes locais, o que é totalmente contra a linha editorial da revista, caracterizada por ser independente e fornecer um espaço público para reflexões.

O caráter experimental do projeto pensou em uma maneira que fosse possível a viabilidade do produto nos meio digital e impresso, para que tal proposta se tornasse viável, levando-se em conta as despesas com o projeto, a revista aderiu ao financiamento coletivo. Esse funciona de maneira simples, e tornou-se uma alternativa interessante nos grandes centros.

O financiamento tem como objetivo criar parcerias com pessoas físicas, que querem abraçar causas sociais, através de projetos de caráter experimental, que não possui suporte financeiro para ser produzido. Isso faz com que os leitores do projeto se tornem um participante ativo na construção do produto, quando colabora com doações para a sua efetivação como veículo midiático.

Para a produção do projeto, dentre as várias páginas online brasileiras que possui o mecanismo de *crowdfunding* (termos inglês bastante utilizado para definir financiamento coletivo), a revista se cadastrou no site Vakinha (www.vakinha.com.br), que tem como sede a cidade de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul.

Nesse o internauta conhece os produtos disponíveis para financiamento e escolhe qual ideia mais atrativa para patrocinar. Os projetos cadastrados estipulam metas em quantidade de dinheiro e prazos para serem alcançados, caso o valor estimado não seja contemplado, as pessoas são ressarcidas com o reembolso do dinheiro



investido. Conforme o valor da doação, o patrocinador ganha benefícios, desde recebimento do material financiado à veiculação do nome nos créditos do produto.

Dentro do universo jornalístico é uma grande oportunidade de lançar ideias novas e independentes, que grandes empresas conceituadas no mercado, não se arriscariam em investir, seja pelo caráter experimental, sem garantias de retorno financeiro ou a liberdade e argumentações pretendidas que poderiam ser podados pela dependência de contratos publicitários.

A Araguaeense para incentivar o financiamento do seu material midiático e ao mesmo tempo disseminar reportagens a respeito de Alto Araguaia - MT e Santa Rita do Araguaia – GO para diferentes lugares através da Internet criou uma página nesse sistema.

www.vakinha.com.br/VaquinhaP.aspx?e=228064

Enviar



ou Fazer login

Resgate da Identidade e Cidadania Local - Impressão da Revista Araguaense

Criada em 10/11/2013

Tweetar Pinar



RESUMO DA VAQUINHA

Objetivo: R\$ 5.000,00
Arrecadado: R\$ 0,00
A confirmar: R\$ 0,00
Encerramento: 31/11/2014
Visitas: 13
0,00%

Contribua já!

Enviar

VAQUINHA CRIADA POR



Aline Oliveira Barbosa
24 anos
ALTO ARAGUAIA - MT

Incorpore o Vakinha

[Deixar esta vaquinha](#)

A revista Araguaense consiste em um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), produzido na Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat), no curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela aluna Aline Oliveira Barbosa, com orientações da professora Dr. Cássia Regina Tomasin e do jornalista João José Alencar. A publicação visa resgatar a cultura e a cidadania local por meio de dossiês, resultado de uma apuração independente, sem vínculos comerciais, colocando o cidadão araguaense como protagonista das reportagens. A abordagem utiliza-se do jornalismo literário, tem um caráter reflexivo e busca trazer diferentes perspectivas para os assuntos abordados, para que o leitor possa ter mais do que um recorte dos temas discutidos e entenda o contexto social, histórico e cultural de cada reportagem. Para assim assimilar e formar a sua opinião.

QUEM JÁ CONTRIBUIU NA VAQUINHA

[Ver todas as contribuições](#)

COMENTE

Página da revista *Araguaense* no site Vakinha

A proposta é que a revista seja distribuída para os seus financiadores em versão impressa, ficando para os demais interessados a versão online, que estará disponível para *download* gratuito na página virtual da *facebook* do produto.



Página da revista no Facebook

Essa estratégia busca atingir dois públicos, os patrocinadores que são compostos por pessoas físicas e que estão dispostas a investir em um produto independente; e a população da cidade, que são consumidoras de notícias e que poderiam ter acesso ao conteúdo sem custos.

A meta é de alcançar R\$ 5.000,00. Com esse valor, a revista imprimiria a primeira edição e daria início aos trabalhos da próxima. A divulgação ficaria através de *relises* do produto na mídia local, por se tratar de um projeto inédito na localidade e pelas redes sociais através da criação de uma página no *facebook*. O projeto estipula que doações acima de cinco reais receberão o material impresso e acima de vinte reais teria o nome veiculado na contracapa das duas primeiras edições.

Considerações Finais

A revista experimental *Araguaiense* nasceu como um canal comunicacional com o intuito de fornecer voz a uma população muda e desconhecida pela sua própria região dos fatos expostos pela mídia local não interagindo com a comunidade culturalmente. O *Araguaiense* não reconhece a sua regionalidade individualista, não se adota como personagem diante das notícias transmitidas, reflexo que age de maneira negativa não trazendo identificação cultural. Essas mídias são pertencentes apenas algumas famílias do município que possui controle noticioso, fato que ocorre com o resto do país.

Dessa forma o projeto da revista *Araguaiense* adentrou aos municípios de Alto Araguaia (MT) e Santa Rita do Araguaia (GO) para preencher essa carência noticiosa com uma fórmula inovadora na região com a proposta de servir de espaço de debate



público na qual se guiará pela voz da população. O jornalista é apenas o mediador da discussão posposta na revista.

REFERÊNCIAS

BUCCI, Eugenio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

DICIONÁRIO do Aurélio. Disponível em: <http://www.dicionariodoaurelio.com/Jornalismo>. Acesso em 20 de setembro de 2013.

FOLHA DE S. PAULO. **Novo Manual de Redação**. 16. ed. São Paulo: Gráfica da Editora Folha de São Paulo, 2010.

HENN, Ronaldo. **A Pauta e notícia: Uma abordagem semiótica**. Canoas: Ed. ULBRA, 1996.

JORGE, Thais Mendonça. **Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas**. São Paulo: Contexto, 2008.

KOVACH, Bill. ROSENTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. 2ª ed. São Paulo: Geração, 2004.

KUNCZIR, Michael. **Conceitos de jornalismo: norte e sul**. Tradução de Rafael Varela Jr. 2. ed. São Paulo: EDUSP; Com-Arte, 2002.

LUIZ, Thiago Cury. **O homo fragilizado: as negligências da política e do jornalismo in** PINTO, Aroldo José Abreu. BETINE, Giovanna. LUIZ, Thiago Cury (Orgs). **A fragilidade humana: inquietude e caos na ordem da existência**.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda jornalismo na sociedade urbana e industrial**. 2ª Ed. São Paulo: Summus, 1988.

MORAES, Dênis de. **Vozes abertas da América Latina: Estado, políticas públicas e democratização da comunicação**. Rio de Janeiro Mauad, 2011.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2006.

ROSSI, Clovis. **O que é jornalismo?** São Paulo: Brasiliense, 1980.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2ª ed. – São Paulo: Contexto, 2004.

SOUZA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

VILLA BOAS, Sérgio. **O estilo magazine: O texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996.