



A Nova Cara da Comunicação Comunitária: uma Análise Sobre o Uso do Facebook no Jornal Voz Da Comunidade¹

Jusciane Matos de LIMA²
Sofia ZANFORLIN³
Universidade Católica de Brasília

Resumo

O presente trabalho explora os fazeres comunicacionais da página do jornal *Voz da Comunidade* no Facebook. A partir do princípio de comunicação comunitária e do uso das redes sociais para esse fim, a pesquisa tem como intuito perceber como a relação com a comunidade afeta a construção da notícia e se o uso do Facebook contribui para uma nova forma de ser fazer comunicação comunitária. O estudo analisa 12 publicações, selecionadas por meio da metodologia de semana artificial, para se obter o resultado de quais valores-notícia são utilizados pelo jornal comunitário. A partir dessas publicações, analisa-se também como se dá a interatividade do leitor com a notícia publicada.

Palavras-chave

Comunicação Comunitária; Interatividade; Facebook; Valor-notícia; Voz da Comunidade.

Introdução

Neste trabalho, propomos uma discussão sobre comunicação comunitária nos tempos das novas tecnologias digitais. Com o advento da Internet e das redes sociais, muitos setores da sociedade passam por um processo de incorporação a essas redes. Assim, ocorre também com os veículos de comunicação da grande mídia que estão se adaptando a essas tecnologias e agregando perfis dos jornais às redes sociais. Nesse sentido, o que propomos aqui é um estudo sobre como a comunicação comunitária, que por essência se diferencia da grande mídia, utiliza os recursos de Internet para realizar

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Recém-graduada no curso de Comunicação Social/Jornalismo, da Universidade Católica de Brasília, e-mail: juscianematosucb@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social, da Universidade Católica de Brasília, e-mail: szanforlin@gmail.com



seu trabalho. Para isso, partimos do pressuposto de que a comunicação comunitária encontrou um espaço abrangente e interessante nas redes sociais. As novas tecnologias apontam para o nascimento das comunidades virtuais, local em que a partilha de interesses comuns acontece, assim como na comunidade física e geográfica. São nessas comunidades virtuais que analisamos, durante um período de nove meses, as notícias publicadas no perfil do jornal *Voz da Comunidade*⁴ no Facebook⁵.

Ao se propor a ser um espaço de interação, o uso das redes sociais no jornal comunitário *Voz da Comunidade* localizado em uma favela do Rio de Janeiro, especificamente no Complexo do Alemão⁶, atua como espaço de debate, reivindicações de serviços básicos, como energia e água e serve como espaço de informações úteis à comunidade, como acidentes, estado de saúde das vítimas, confrontos entre policiais e traficantes e diversos outros tipos de discussões.

Analisamos aqui quais os critérios que os moderadores da página do jornal *Voz da Comunidade* utilizam para determinar o que deve ou não ser publicado e entender como é feita a escolha da notícia dentro do universo de comunicação comunitária a que o jornal se propõe.

O Jornal Voz da Comunidade

O presente trabalho se propõe a analisar o jornal *Voz da Comunidade* do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro – RJ, por meio de sua página no Facebook. A hipótese lançada a esta pesquisa é de que, atualmente, o advento das mídias sociais possibilitou uma nova forma de se fazer comunicação. Com isso, pretendemos aqui, entender como essa comunicação se apresenta em um contexto comunitário de um jornal inserido dentro de uma favela pacificada.

O jornal *Voz da Comunidade*, criado em 15 de agosto de 2005, com periodicidade mensal e impresso na copiadora de um colégio no Rio de Janeiro, atua

⁴ O jornal *Voz da Comunidade* foi criado em 15 de agosto de 2005, em uma versão impressa, com periodicidade mensal e ganhou destaque na mídia quando seu criador, Rene Silva, tuitou a ocupação do Complexo do Alemão pela Unidade de Polícia Pacificadora, a UPP, em 2010. Já em 2011, o jornal ganhou uma página na rede social Facebook.

⁵ Perfil do Jornal *Voz da Comunidade* no Facebook <https://www.facebook.com/vozdascidades?fref=ts>

⁶ O início da ocupação do território do hoje chamado Complexo do Alemão – Zona Norte do Rio de Janeiro-RJ – pelos moradores se deu na década de 1950, com a chegada dos operários da Avenida Brasil em 1946. Atualmente, o Complexo é um conjunto formado por 15 comunidades que, de acordo com o senso de 2010, conta com uma população estimada em 69.143 pessoas. Considerado um dos bairros mais violentos do Rio de Janeiro, sofre intervenção do governo desde 2010, com a instalação da Unidade de Polícia Pacificadora – UPP. O núcleo do Complexo é o Morro do Alemão.



como fonte de informação do Complexo do Alemão acerca dos acontecimentos, atividades culturais, oportunidades de emprego e vários outros assuntos. Em 2010, o jornal ganhou notoriedade no Twitter quando seu criador, Rene Silva, tuitou a ocupação da polícia no Complexo. Em 14 de abril de 2011, o jornal incorporou o Facebook ao seu leque de redes sociais.

O perfil do jornal no Facebook conta com mais notícias do que o portal na Internet. Talvez a facilidade de postar usando aparelhos de telefone ou de qualquer lugar seja um facilitador de veiculação das notícias na rede. Outro ponto interessante que será analisado com mais cautela é a interação dos moradores com as postagens no Facebook. O espaço se diferencia do portal por ter mais comentários e atuação mais intensa dos usuários ajudando na atualização das notícias com informações adicionais de como o acontecimento noticiado está naquele determinado momento. Esse fator confirma o que Paiva (2007) aponta como um aspecto que permite a conceituação de um veículo como comunitário: a capacidade de prestação de serviços e uma proposta social.

Comunicação Comunitária

O tempo e o espaço foram, durante muito tempo, determinantes na delimitação do espaço comunitário. Porém, com o avanço das tecnologias, surgiram outros aspectos que ajudam a ampliar os espaços, fazendo com que a comunidade não se restrinja a uma localidade específica. O transporte, por exemplo, possibilitou um encurtamento entre as distâncias e as relações. Em paralelo a esse fator, deu-se também a expansão das telecomunicações, que, por sua vez, proporciona a experiência de uma nova realidade, a virtual tem importância singular para a comunicação comunitária.

É nesse novo conceito de espaço virtual que Paiva (2007) reflete sobre a necessidade de uma nova maneira de se fazer comunicação. A autora explica que comunicação, em sua essência mundialmente conhecida, é um conglomerado de notícias, informações, ou excessos delas, o que ela traduz como uma grande quantidade de “nada”. Isso devido à incapacidade que temos de selecionar e armazenar esse contingente.

A rede, ou a Internet, é o local das trocas pessoais, em contraponto à comunicação televisiva, em que existe a atuação de um emissor que fala para vários receptores. O espaço virtual, diferentemente, é customizado, e a mensagem personalizada, o que permite uma relação comunitária como exemplifica Paiva, ao citar



os pensamentos do vice-presidente de novas tecnologias da *New Corporation*, em Nova Iorque, Matt Jacobson.

A comunicação comunitária aparece como uma forma de questionamento da maneira unilateral que as empresas difundem as informações. Essa percepção é o marco da criação da comunicação comunitária em suas respectivas regiões. “Essa etapa representa o momento em que a comunidade percebe por meio do que é divulgado diariamente nos veículos de comunicação existentes uma falta de relação com sua vida cotidiana” (PAIVA, 2003, p. 138). Paiva diz que “a participação efetiva da comunidade na elaboração das produções é exatamente o que vai distinguir um veículo comunitário” e aponta como seria a definição de comunicação comunitária: “o que permite conceituar um veículo como comunitário não é sua capacidade de prestação de serviço, e sim sua proposta social” (PAIVA, 2003, p. 140).

Metodologia

A pesquisa bibliográfica foi um dos principais recursos utilizados nesse estudo e acompanhou todas as etapas do processo. Para entendermos como se dá a comunicação comunitária no espaço das redes sociais, analisamos a *Fanpage* do jornal *Voz da Comunidade* do Complexo do Alemão sob dois aspectos: o primeiro pelo viés do valor-notícia e o segundo pelo eixo da interatividade.

Para saber quais os valores-notícia estão presentes no jornal *Voz da Comunidade*, usamos aqui a metodologia classificada por Bauer (2000) como “semana artificial”. A semana artificial, ou semana construída, é uma metodologia que permite classificar em um período longo de tempo quais os temas são mais relevantes para a análise. Em nosso caso, determinamos a coleta das matérias publicadas aos sábados em um período de nove meses, de janeiro a setembro de 2014. Dessa forma, pudemos observar como o jornal noticia os fatos e quais os critérios de noticiabilidade estão sendo empregados, e, principalmente, se os valores-notícia utilizados pela grande mídia são, também, os mesmos utilizados por um jornal comunitário. Para isso, foi necessário construirmos um quadro comparativo entre os valores-notícia empregados pelos teóricos da comunicação aqui trabalhados e os encontrados no jornal *Voz da Comunidade*.

Os dados que analisamos foram coletados no Facebook do jornal *Voz da Comunidade* entre os meses de janeiro e setembro de 2014. Dividimos o processo de seleção em duas etapas: selecionamos postagens publicadas em um determinado dia da



semana e depois fizemos uma classificação por conteúdo. Desse modo, escolhemos analisar os sábados, levando em consideração que em nossa amostragem somente utilizamos os assuntos que fossem relevantes para o trabalho. A escolha desse dia não levou em consideração nenhum motivo em especial visto que o Facebook do jornal não tem colunas fixas, como os jornais da grande imprensa. Já o conteúdo selecionado levou em consideração que a postagem tivesse algum tipo de interação do leitor como curtida, comentário ou compartilhamento, que o conteúdo não se repetisse e que fosse algum assunto que, de alguma forma, atingisse a rotina da comunidade.

O período de nove meses é relevante o suficiente para percebermos quais os valores-notícia aparecem no jornal. Bauer (BAUER, 2000, p. 197) diz que “as datas do calendário são um referência de amostragem confiável, de onde se pode extrair uma amostra restritamente aleatória”; o autor complementa ainda que “escolhendo cada terceiro, quarto, sexto, oitavo ou nono, etc. dia, por um longo período, é criada uma amostra sem periodicidade” (BAUER, 2000, p. 197). Assim, para cada grupo de seleção, as publicações relevantes são selecionadas, assim como as notícias que já tenham sido coletadas evitando a repetição. Utilizando a semana artificial podemos “compensar desvios que possam ter ocorrido devido, por exemplo, à relevância excepcional que um ou vários temas possam ter tido durante a semana cronológica” (ZANFORLIN e KALUME, 2013, p. 36). Dessa forma, chegamos ao resultado esperado e atingimos os objetivos lançados a essa pesquisa.

As publicações coletadas da *fanpage* do jornal no Facebook no período de janeiro a setembro foram agrupadas dentro do grupo de postagens selecionadas aos sábados. Desse grupo, foi subtraído um subgrupo que originou o quadro 1 com os assuntos mais relevantes para a pesquisa. Assim, é possível perceber no grupo maior todo o leque de assuntos publicados durante esse período e também é possível ter uma visão mais recortada desse universo de publicações por meio do grupo menor. O subgrupo apresentado no quadro 1 é resultado das observações realizadas que possibilitaram dentro desse recorte encontrar os valores-notícia desse jornal. Para percebermos se existe diferença entre os valores-notícia dos jornais comunitários e os jornais de grande mídia foi necessário criar a tabela 1. Nessa tabela, expomos os resultados obtidos na pesquisa e os valores-notícia apresentados pelos pesquisadores da comunicação.

Os pontos em que esse trabalho foi dividido nos possibilitaram chegar à hipótese lançada neste trabalho de que o Facebook permite uma nova maneira de se fazer



comunicação comunitária. Para isso, fazemos uma análise de quais os valores-notícia aparecem no jornal e se esses valores podem ser comparados com os da grande mídia. Concluimos o trabalho com as percepções baseadas na interatividade dos fãs da página no Facebook. Essa interatividade possibilitou chegarmos às conclusões aqui expostas sobre qual o papel do jornal comunitário e qual a importância dessas participações na construção da notícia.

A interatividade nas mídias sociais e a comunicação comunitária

Existem três pontos importantes para serem colocados ao discutir a interatividade. Dois desses pontos estão em nível técnico: analógico-mecânico e eletrônico-digital. O terceiro ponto está em nível social. Essa definição feita por Lemos (2005) é importante para se perceber a interatividade sob diversas nuances. As duas primeiras formas de interatividade técnica apontam para a interatividade do homem em relação ao objeto. A segunda, a interação social, aponta para a interatividade homem-homem. No entanto, esses aspectos podem dar vida a outro tipo de interação: homem-técnica-homem. Esse último ponto pode ser observado no jornal aqui analisado em que no espaço dos comentários no Facebook pode ser visto como a técnica, pois usa Internet e o computador, e é também um espaço de interatividade homem-homem pelo fato de utilizarem esses recursos para discutirem vários pontos de um determinado problema. O pesquisador explica que esse fato “pressupõe delimitar a ‘interatividade’ como uma ação dialógica entre o homem e a técnica” (LEMOS, 2005, p. 1). Para o autor, a noção de interatividade “está diretamente ligada aos novos media digitais”, ele explica que essa noção de interatividade é a “nova palavra de ordem no mundo dos media eletrônicos”, segundo ele todas as coisas atualmente são expostas como sendo interativas e são as tecnologias digitais que permitem tal fato.

A mídia eletrônica como fator para a explicação da interatividade é importante e não pode ser descartada. No entanto, a interatividade não pode ser reduzida apenas à relação homem-máquina. Para Primo (2013), essa redução da interatividade à mera interação com os meios digitais é “desprezar a complexidade do processo de interação mediada. É fechar os olhos para o que há além do computador. Seria como tentar jogar futebol olhando apenas para a bola” (PRIMO, 2003, p. 2). O autor explica que a interação pode ser vista hoje por outros ângulos, além da discussão fazendo uso da escrita. Para ele, “clique” é uma forma de interagir e quanto mais cliques uma página



obtiver, mais interativa ela se torna, ainda que todas as possibilidades de cliques sejam pré-estabelecidas por quem a programou.

As diversas interações promovidas pela rede mundial de computador apontam para a possibilidade de o interagente navegar por diversas páginas da Internet de maneira aleatória em um universo pré-estabelecido. Em nosso trabalho, o que se pretende é analisar a interatividade entre as pessoas que navegam na funpage do *Voz da Comunidade* no Facebook visto que, segundo Primo:

Alguém ao observar o computador reagir com uma nova informação após seu click em um link pode supor que a máquina esteja “dialogando” com ele. Entretanto, nem o *hardware* nem o *software* possuem intencionalidade intrínseca. Se o diálogo humano não é uma relação automática, nem previsível, porque então supor que toda e qualquer utilização do computador seja comparada a um diálogo ou uma conversação? (PRIMO, 2003, p. 5)

Essa discussão aponta para o fato de não pensar a interatividade apenas como a interação do homem com o computador e sim do homem como agente no processo de interação. Essa interação se dá quando o interagente não fica limitado pelo espaço da navegabilidade entre as páginas, mas pode ele mesmo colaborar para a criação de um texto ou de uma obra de arte.

Valor-notícia

Para entendermos como funciona o jornal *Voz da Comunidade*, três pontos importantes devem ser discutidos: o que é notícia, quais os critérios de noticiabilidade, o que é e quais são os valores-notícia. Segundo Wolf (2009), noticiabilidade é a capacidade de, ou aptidão, para transformar um acontecimento em notícia. O primeiro fator de seleção colocado por Wolf é a pessoa do *gatekeeper* ou o selecionador de notícias. Wolf comenta que esse é o primeiro elemento para determinar quais notícias entram e quais não entram em determinadas publicações. É o *gatekeeper* que, em um processo de seleção de notícias dentro de um jornal, exclui, inicialmente, as notícias que não cabem no jornal pelo tamanho. Depois, há a seleção de repetição das histórias, a falta de interesse jornalístico, ou a falta de qualidade na escrita. Outro aspecto é o da distância geográfica que, caso não esteja próximo da realidade do leitor, não despertaria interesse. Essas classificações, não permitem interferências subjetivas na seleção das notícias.



Wolf define a noticiabilidade como o “conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias”. (WOLF, 2009, p. 190) A noticiabilidade seria então, segundo Wolf, a capacidade de responder à questão de quais são os fatos mais importantes a serem noticiados. Com isso, sendo a noticiabilidade um conjunto de elementos que permite a escolha de fatos que podem vir a se tornar notícias, os valores-notícia, para Wolf, são um dos componentes da noticiabilidade e que determina quais “os acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significantes e relevantes para serem transformados em notícia”. (WOLF, 2009, p. 195). O pesquisador aponta que o que determina o que é ou não notícia são as diversas relações e combinações realizadas com diferentes valores-notícia. Além disso, ele lembra que valor-notícia não está presente apenas na seleção, mas aparece em todo o processo de produção. Segundo Wolf, os valores-notícia derivam de quatro critérios: as características substantivas das notícias; disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo; público e, por fim, a concorrência.

A utilização dos valores-notícia vai além da simples seleção de fatos. Eles são importantes tanto para a agilidade na publicação da notícia no jornal quanto para se precaver de forma a justificar a necessidade de determinadas publicações. Wolf (2009) determina que existem duas instâncias que devem ser consideradas ao falar sobre valor-notícia. A primeira está relacionada ao fato da dinâmica desses valores “mudarem no tempo e embora revelem uma forte homogeneidade no interior da cultura profissional [...], não permanecem sempre os mesmos” (WOLF, 2009, p. 189). A segunda diz respeito à especialização temática e está relacionada à primeira consideração de Wolf: “a organização de uma redação em setores temáticos específicos, o tipo de correspondentes e especialistas que ela possui, são indicações, a nível do órgão de informação dos critérios de noticiabilidade que nele vigoram” (WOLF, 2009, p. 200):

A nova cara da Comunicação Comunitária

De acordo com a metodologia escolhida para este estudo, separamos 12 postagens para analisar. Essas postagens foram importantes para definir quais os valores-notícia aparecem no Facebook do Jornal *Voz da Comunidade* e serão



importantes, também, para percebermos a atual maneira de fazer comunicação comunitária utilizando a rede social Facebook.

Utilizando a metodologia para construção da “semana artificial”, foi possível reunir os temas mais relevantes na página do Facebook do jornal para nossa análise. Os temas passaram por duas seleções: A primeira selecionou as publicações feitas aos sábados entre os meses de janeiro a setembro de 2014; a segunda levou em consideração o conteúdo publicado: interação do leitor com a publicação, exclusão das repetições e relevância para a rotina da comunidade. Vejamos o resultado dessas seleções no quadro 1:

Quadro 1 – **Valor-notícia no jornal *Voz da Comunidade***

Data	Publicação
11.01	Bom dia! Olha que situação que está acontecendo no Campo do Sargento: Falta de manutenção nas praças do Alemão faz senhora segurar ferro para seu neto brincar no balanço.
11.01	Um motorista de uma kombi perde o controle e atinge um poste nesse exato momento na estrada do Itararé na altura do colégio Tim Lopes, o acidente envolveu aproximadamente 10 passageiros onde uma delas quebrou o braço e a outra machucou parte da mão direita, e também uma criança de colo que não esperou o atendimento dos bombeiros e foi encaminhado ao upa. Os bombeiros chegaram em 10 minutos e não Houve vítimas fatais. Foto: Betinho Casas novas
18.01	Visita do Fabio Porchat no Complexo do Alemão (37 fotos) Foto: Renato Moura Foto: Renato Moura — em Complexo do Alemão
25.01	Amanhã o teleférico estará em manutenção, e só abrirá as 11:00 da manhã. Foto: Renato Moura
10.05	Espetáculo futebol voador agora no #ImagineCirco . Vai perder essa? Veja a programação no site www.festivaldecirco.com.br e venha você também!! Repórter: Angélica Domingos
17.05	Um Acidente envolvendo uma kombi e uma motocicleta acaba de acontecer na Antiga estrada Velha da pavuna, agora Adhemar Bebiano, e faz o trânsito ser desviado pelas Casinhas. Ainda não sabemos se existe feridos e/ou seu estado de saúde. Segundo informações enviada pelo whatsapp do voz, há uma pessoa ferida na cabeça, estamos apurando. O trânsito no local está



	sendo desviado pelas Casinhas e com lentidão.
21.06	'Clamor pela paz' faz oração pelo fim da guerra no Complexo do Alemão. Ontem a noite foi de benção no Largo da Vivi, na Alvorada. A realização foi da Igreja Assembléia de Deus Atalaias da Última Hora. A cantora Andréa Fontes cantou e glorificou o nome do senhor Jesus. Os irmãos Lucas e Débora, Tuane Nascimento, Tuca Nascimento, Fred Porto, Thiago Negrão, Lucilene Gregorio e Jura Voz levantaram o público no largo da vivi. O pregador Bruno Hassan ministrou a palavra. A missionária Rosângela e o evangelista Jairo Gregório organizaram o culto que quase virou vigília, teve início as 7h da noite e terminou as 00:30. Por Rene Silva
30.08	Esse é o Marcio Alcântara, 43 anos. É cadeirante há 21 anos, quando sofreu acidente de moto. Ele pinta esses quadros há 1 ano com a boca.
27.09	É revoltante que isso aconteça nos dias de hoje ainda... #FalaFavela o que vocês acham? Até quando isso vai acontecer? HOMOFOBIA Garoto de 19 anos é agredido e sofre uma tentativa de estupro por três homens: "Você quer ser mulher? Então agora vai apanhar como mulher".
27.09	Supervia suspende temporariamente o embarque no Teleférico A devido ao intenso tiroteio que acontece na Alvorada e Nova Brasília, segundo moradores. Há informações de feridos, mas sem confirmação ainda.
27.09	O embarque no teleférico do Alemão já foi liberado, mas os tiros são ouvidos a todo momento. Você que está na rua, muito cuidado ao voltar pra casa. Pergunte e procure o melhor caminho pra não se arriscar.
27.09	AGORA!!! #PlantãoVozDaComunidade Jovem baleado no Complexo do Alemão morre atrás do cinema da Nova Brasília, segundo moradores. Estamos no local para pegar maiores informações e manter nossos leitores informados. Se você mora próximo e tem alguma imagem, envie para nosso Whatsapp através do numero 966752301.

Fonte: organizado pela autora

Os valores que aparecem na página corroboram com o que diz Rene Silva em entrevista a Nascimento (2013), quando ele afirma que o interesse do morador é prioridade no jornal e que eles sempre buscaram relatar a visão dessas pessoas. No entanto, quando Rene Silva refere-se aos tiroteios no Complexo do Alemão, suas afirmações não são condizentes com os fatos noticiados no jornal. Segundo Rene, “nós



nunca mostramos [fatos que envolvam tiroteio], porque a grande mídia sempre relata isso” (NASCIMENTO, 2013, p. 29). Porém, dentre as 19 notícias publicadas no mês de setembro, 16 estavam relacionadas a um tiroteio na comunidade. Logo, percebe-se com essa amostragem que os valores-notícia relacionados à violência e morte são recorrentes no jornal levando em consideração a proximidade do fato e a relevância para a comunidade.

Outros valores presentes nas publicações acima citadas referem-se ao interesse do público, à utilidade pública, aos acidentes, às pessoas públicas ou celebridades, aos informativos, à cultura local e geral, às personalidades e artistas locais, à religiosidade, às datas comemorativas, aos eventos locais, aos direitos humanos, às campanhas a favor da educação e contra a morte. Dentre os 16 valores-notícia citados acima, percebemos que apenas 3 deles também fazem parte dos valores-notícia da grande mídia discutidos por Traquina (2005): os acidentes que remetem ao valor-notícia “inesperado”; pessoa pública que remete ao valor-notícia “referência a pessoas de elite”; e a morte que remete ao valor-notícia da “negatividade”.

Dessa maneira, foi possível construirmos um quadro comparativo dos valores-notícia do jornal *Voz da Comunidade* com os valores-notícia estabelecidos pelos estudiosos da comunicação como pode ser visto no quadro 2:

Quadro 2 – Comparação entre os valores-notícia no Voz da Comunidade e a grande mídia

<i>Voz da Comunidade</i>	Grande mídia
Interesse público	Frequência
Utilidade pública	Amplitude do evento
Acidentes	Inesperado
Pessoas públicas ou celebridades	Referência a pessoas de elite
Informativos	Referência a nações de elite
Cultura local e geral	Clareza
Personalidades e artistas locais	Significância
Religiosidade	Consonância
Datas comemorativas	Inesperado
Eventos locais	Continuidade
Direitos humanos	Composição



Campanhas e educação	Personalização
Morte	Negatividade

Fonte: organizado pela autora

Por meio do quadro 2, podemos concluir que os valores-notícia de um jornal comunitário não podem ser comparados ou equiparados aos valores-notícia da grande mídia visto que o interesse de um jornal comunitário é justamente representar a comunidade de forma diferente da que os veículos de comunicação representam, fazendo com que os problemas da comunidade sejam colocados, mas que outros aspectos também sejam reforçados, como os pontos positivos daquela região.

Considerações finais

Na comunicação comunitária, objeto desse estudo, o principal agente é o próprio morador. Essa é a essência desse tipo de comunicação. O jornal *Voz da Comunidade*, aqui analisado, possui a peculiaridade de ser feito por jovens e utilizar a rede social Facebook como principal meio de veiculação de notícia. As redes sociais possibilitaram um novo espaço comunitário que ultrapassa o nível geográfico e permite que as comunidades sejam formadas por afinidades. Desse modo, redes sociais como o Facebook permitiu, também, uma nova maneira de se fazer comunicação comunitária.

Neste estudo, várias nuances foram possíveis de serem percebidas. A primeira delas foi a capacidade que os jovens envolvidos com a iniciativa do jornal comunitário têm de lidar com as ferramentas da Internet e com o uso das mídias sociais como forma de atuação mais presente e rápida do jornal *Voz da Comunidade*. Outra nuance é a da interação dos fãs da página que se dá tanto de forma positiva quanto negativa para o jornal. Positiva, a nosso ver, é quando o comentário acrescenta informações à publicação e negativo seria nas postagens com críticas ruins à atuação do jornal. Em alguns comentários, foi possível perceber que nem todos os interagentes concordam com a posição do jornal *Voz da Comunidade* em não registrar notícias ligadas a traficantes.

A Internet e as redes sociais possibilitaram uma maior interação com a notícia e a construção em conjunto: comunidade e jornal. Uma das premissas da comunicação comunitária é que ela seja feita pela própria comunidade. Os jornais impressos, rádios comunitários ou jornais murais não possibilitam muita interação. Com isso, a



construção da notícia parte de um determinado grupo dentro da comunidade para os demais moradores. Já a comunicação comunitária feita e compartilhada pela Internet parte de um grupo para moradores que têm a possibilidade de interferir na publicação, agregando fatos que contribuam para a afirmação da notícia ou que ajude para a sua reformulação, caso novas informações, fornecidas pela população, neguem o que foi anteriormente publicado. É importante lembrar que, por estar no ambiente da web, essa comunicação vai além do espaço geográfico em que a comunidade está localizada, atingido pessoas de outras regiões do país que também podem contribuir com comentários. No entanto, essas opiniões de não moradores da comunidade não influenciam diretamente a notícia.

Mesmo o jornal não agregando as informações repassadas nos comentários às notícias publicadas, os comentários suprem essa necessidade, pois, a interação permite que quem tiver comentado a publicação receba a atualização da postagem a cada vez que se faça um novo comentário. Um fator que não foi possível ser analisado nesse trabalho é justamente quais as proporções essa interação pode tomar visto que a qualquer momento diferentes pessoas podem acessar a publicação e tecer um novo comentário. Também não foram analisadas aqui as questões da apuração, devido ao fator de a rede social Facebook permitir que qualquer pessoa interaja com as publicações, seja curtindo, compartilhando ou comentando com anuência, evidentemente, do moderador da página. O jornal *Voz da Comunidade* permite isso, pois, não realiza moderação ou censura nos comentários principalmente pela deficiência no número de pessoal para trabalhar – apenas cinco⁷ pessoas são responsáveis diretas pelo jornal e ainda possuem atividades paralelas. Em entrevista⁸ realizada no dia 16 de novembro de 2014, a chefe de reportagem, Daiene Mendes, explicou que não existe

⁷ Rene Silva, editor-chefe; Daiene Mendes, Jornalista e chefe de reportagem; Luana Melo, Jornalista; Renato Moura e Betinho Casas Novas, fotógrafos.

⁸ Entrevista realizada pela autora com Daiene Mendes, chefe de reportagem, em 16 de novembro de 2014 via *Whatsapp*:

“Não existe uma moderação. Na verdade, estruturalmente, a equipe do jornal somos Rene (que está mais fora do que dentro do jornal realizando outras atividades) Luana, Betinho, Renato e eu (Daiene). São quatro pessoas para tocar e acompanhar todos os posts da página. Nós não trabalhamos *full time* para o jornal, cada um tem as suas atividades. Somos todos estudantes de comunicação. Betinho e Renato são fotógrafos e eu (Daiene) e a Luana estudamos comunicação, jornalismo. Fora isso, temos outras pessoas que trabalham esporadicamente, mais nos eventos do que na parte do jornal. A gente não tem uma política de moderação dos comentários. Sem uma frequência a gente responde todos os questionamentos que aparecem na página, mas a gente procura se esforçar para responder todas as mensagens que a gente recebe na página. Se a pessoa comenta no *post* a gente possivelmente não vai conseguir pegar toda essa demanda de responder e acompanhar e excluir como uma política que a gente tenha escrito previamente isso. Realmente não tem essa estrutura, mas o que eles mandam *inbox* pra gente na página procuramos responder sim todas as mensagens”.



uma política de moderação dos comentários e que as respostas dadas pelo jornal são realizadas com mais sucesso se o questionamento for enviado por mensagem e com menos eficiência se forem feitos por comentários nas publicações. Por não existir essa política, as pessoas são livres para falar o que quiserem. Assim, não podemos avaliar aqui se essa falta de moderação é um aspecto positivo ou negativo visto que seria necessária uma nova pesquisa para se discutir essa questão. Em contraponto a isso, percebemos que a falta de moderação nesses mesmos comentários é o que permite a comunidade participar de forma mais ativa da comunicação comunitária e, com isso, comprovar o conceito fundamental da comunicação comunitária que é o de ser feita pelas pessoas da comunidade.

O trabalho nos permitiu chegar a duas conclusões: A primeira se dá em relação ao critério utilizado para determinar o que será ou não publicado, os valores-notícia. Para chegarmos a essa conclusão, analisamos, por meio de coleta de publicações na *funpage* do jornal nos dias de sábado durante os meses de janeiro a setembro de 2014, quais as matérias aparecem e possuem alguma forma de interação com o público. Com essa amostragem, foi possível identificar 13 valores-notícia do jornal comunitário na Internet: interesse público, utilidade pública, acidentes, pessoas públicas ou celebridades, informativos, cultura local e geral, personalidades e artistas locais, religiosidade, datas comemorativas, eventos locais, direitos humanos, campanhas e educação, Morte. Desse modo, concluímos que um jornal comunitário possui valores-notícia diferentes dos da grande mídia. Isso é perfeitamente aceitável visto que a função da comunicação comunitária é justamente proporcionar conteúdo de comunicação diferente dos que a mídia de grande abrangência possibilita.

A segunda é que existe uma nova forma de se fazer comunicação comunitária utilizando a ferramenta de mídia social, o Facebook. Com esse espaço virtual de interação social, as pessoas ficam livres para participar do processo de construção da notícia comentando, curtindo ou compartilhando informações e, até mesmo, contribuindo para que uma notícia seja complementada contribuindo com informações novas sobre o fato publicado. Nesse contexto, percebemos que o conceito inicial de comunicação comunitária é mantido e aprofundado pelo fato de que as redes sociais permitem que a comunicação deixe de ser apenas oposição à representação dada pela grande mídia – e feita por um determinado grupo dentro de uma comunidade –, para passar a ser construída por diversos membros da comunidade abrindo espaço para



interagentes de outras regiões que não tenham uma relação direta com os moradores do Complexo do Alemão.

Por fim, esperamos que esse estudo possa ser uma contribuição aos estudos sobre comunicação comunitária, em especial, àquelas que se subsidiam das redes sociais para veiculação de informações.

Referências bibliográficas

BAUER, M. W. & GASKELL, G. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 7 ed., Petrópolis: Vozes, 2008.

LEMONS, A. *Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais*. Lisboa: Tendências XXI, 1997.

MIELNICZUK, L. *Interatividade e hipertextualidade no jornalismo online: mapeamentos para uma discussão*. XXIII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação em Manaus, 2000.

NASCIMENTO, M. L. *Capital social, visibilidade e engajamento comunitário no Facebook: o caso do Jornal 'Voz da Comunidade'*. Santa Maria: UNIFRA, 2013.

PAIVA, R. *O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2007.

PRIMO, A. *Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva*. Fronteiras: Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003.

RECUERO, R. *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

TRAQUINA, N. *Teorias do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, M. *Teorias da comunicação*. 10ª. ed. Lisboa: Presença, 2009.

ZANFORLIN, S. C & MARANHÃO, A. C. K. *Mídia Migra: relato de uma experiência de observação da mídia*. Revista Estudos de Comunicação, Curitiba, v. 15, n. 36, p. 33-48, jan./abr. 2014.