

Voz da Comunidade: Mídia Alternativa e Problemática¹

Hygor Nunes ALVES²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

Originado a partir do desejo por melhorias em sua comunidade local e idealizando a solução de problemáticas, o “Voz da Comunidade” é um projeto de grande influência no contexto das mídias alternativas, tendo o seu ápice no ano de 2010, durante a pacificação do Complexo do Alemão. Este artigo busca apresentar uma breve cronologia do projeto “Voz da Comunidade”, analisando e problematizando sua aplicabilidade aos modelos de Jornalismo Cidadão, Jornalismo Comunitário e ONG.

PALAVRAS-CHAVE: Voz da Comunidade; Jornalismo Cidadão; Jornalismo Comunitário; ONG; Mídia Alternativa

História de Rene Silva

Com apenas onze anos, Rene Silva Santos já participava de um jornal escolar que funcionava, também, como um veículo através do qual solucionava-se diversos problemas escolares. Esse projeto escolar despertou no menino o desejo de solucionar problemas do cotidiano da comunidade em que vivia utilizando-se das mesmas ferramentas do jornal escolar do qual fazia parte: da comunicação e do exercício do jornalismo. René, então, decidiu criar um jornal da comunidade, um meio de comunicação alternativo que priorizava a resolução de problemáticas locais para uma melhor qualidade de vida. Inicialmente, contou com apoio da diretora de sua escola, que cedeu computadores, máquina fotográfica e demais materiais de necessidade do projeto.

Após cinco meses do início da circulação do jornal, batizado como Voz da Comunidade, comerciantes locais já começavam a procurar Rene Silva com intuito de obter sua publicidade no jornal, sendo umas das primeiras formas de apoio ao projeto. Cinco anos depois o jornal Voz da Comunidade já possuía 16 páginas e rodando 2.500 exemplares. O jornal não tem fim lucrativo e todo dinheiro recebido dos comerciantes é utilizado para investimentos no próprio jornal.

¹ Trabalho apresentado no IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 19 a 21 de maio de 2016.

² Estudante de graduação do 4º período do curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro FCS/UERJ, Integrante do grupo de pesquisa Internet, Posicionamento e Circulação da Informação Política coordenado pela professora Alessandra Aldé; e-mail: jornalista.hygor@gmail.com.

Rene também desenvolveu campanhas para arrecadar alimentos para cestas básicas, agasalhos e chocolate para serem distribuídos em datas comemorativas e para suprir demais necessidades. Sem saber que estava construindo uma história em sua comunidade local e que, em alguns anos, iria se tornar o principal veículo de comunicação dentro do Complexo do Alemão, René continuava firme em seus sonhos e projetos.

Em novembro de 2010, durante a invasão da polícia no Complexo do Alemão, o Twitter do Rene passou de 600 seguidores para cerca de 5 mil em pouco mais de meia hora. Dessa forma, passou a ser utilizado o perfil do “Voz”, que era ferramenta para falar de assuntos omitidos pela grande mídia e também para corrigir e confirmar informações da imprensa.

Rene já foi citado pelo jornal “The Guardian” como uma de seis pessoas que estão mudando o mundo, representando o continente Americano.

O Voz da Comunidade Hoje

Atualmente, é nas redes sociais que o Voz da Comunidade mais se comunica com seus leitores. O Twitter continua ativo, com cerca de 169 mil seguidores, e é onde ocorre a maior parte da interação entre os membros e os leitores: ou a equipe do Voz faz uma pergunta aos seguidores, para a criação de uma nova matéria, ou o seguidor faz uma “denúncia” sobre algo na comunidade e a redação desloca uma equipe de reportagem para apurá-la. Há também uma página no Facebook com 51 mil “curtidas” e um portal (www.vozdascomunidades.com.br), onde, além de notícias sobre as comunidades, existem também colunas sobre cultura, arte e tecnologia. O Voz da Comunidade, também, é reconhecido como ONG desde o dia 5 de novembro de 2014.

A equipe jornalística também se profissionalizou e agora conta com fotógrafos e cinegrafistas, além de uma equipe para a produção de eventos. Boa parte dos investimentos que recebem vão para a compra e manutenção de câmeras, filmadoras e demais equipamentos.

Basicamente, todo o orçamento que dispõem provém de patrocínios e parcerias, sendo uma das mais importantes a parceria com a Coca – Cola, que fornece somente verba para ser investida em festas e eventos. Há também parcerias com eventos, como o Rock In Rio, que na edição de 2013 contratou os integrantes da redação para cobertura jornalística durante todos os dias do evento e forneceu ingressos para distribuição. Também, o Cirque

Du Soleil, que durante sua turnê pelo país em 2014 forneceu 225 ingressos para a comunidade. Artistas também costumam ser parceiros, como é o caso de Preta Gil e Luciano Huck, presentes em quase todos os eventos realizados pelo “Voz” e ajudando nos projetos sociais.

Os eventos são uma das principais maneiras de integrar a comunidade, entreter e conseguir mais visibilidade para o “Voz da Comunidade”. Existem festas em datas comemorativas, como Páscoa, Natal e Dia das Crianças. A festa mais esperada é a Junina: na edição de 2013, por exemplo, o público nos dois dias de festa somou cerca de 10 mil pessoas. Além de atrações típicas, o evento também conta com shows gratuitos de artistas famosos, que não cobram cachê pela apresentação. A edição da festa de 2014, que ocorreu nos dias 26 e 27 de julho, contou com shows de Valesca Popozuda e Naldo, além de apresentações menores de artistas locais que ocorrem em todas as edições. Toda a infraestrutura para que os shows aconteçam é fornecida pela parceria com a Prefeitura do Rio e o Governo do Estado, também de forma gratuita. O evento, além do entretenimento, também é fonte de renda para alguns moradores, já que a equipe organizadora permite que eles montem barracas e vendam seus produtos durante a festa.



Imagem da edição de 2014 da Festa Junina

Outro evento que costuma contar com shows é a festa de Natal, com o tradicional “Por Um Natal Melhor”, realizado há 3 anos. Porém, na edição de 2014, o show foi trocado por uma ação social, que distribuiu cestas básicas e brinquedos doados pela população aos moradores mais carentes da comunidade e recolhidos pela equipe do “Voz”. Ações sociais também costumam ocorrer periodicamente, principalmente quando ocorrem intempéries, como as fortes chuvas de 2013. Qualquer morador interessado pode se inscrever como voluntário e ajudar tanto na doação quanto na distribuição dos donativos.

Além dos eventos, o Voz da Comunidade também administra o projeto “Fala Jovem”: rodas de conversa sobre assuntos que interessam aos jovens e a comunidade, como emprego, gravidez na adolescência, etc. O debate costuma trazer especialistas em cada área para esclarecer dúvidas e as vezes também conta com a presença de personalidades da mídia, como foi o caso do último “Fala Jovem Especial”, no dia 24 de novembro de 2014, sobre água e consumo consciente que trouxe a cantora Preta Gil (também parceira e apoiadora do Voz da Comunidade) e, também, o Instituto Akatu, ONG referência em meio ambiente e sustentabilidade.

Jornalismo Cidadão

O Jornalismo cidadão, também conhecido como Jornalismo de fonte aberta, é caracterizado pela participação da sociedade no processo jornalístico, girando em torno de temas de interesse público e sem qualquer tipo de edição e recortes nas notícias em questão. Cidadãos comuns, sem formação, participando de todo o processo jornalístico que coloca em pauta a não seleção de notícias. De que forma um indivíduo comum pode participar efetivamente da produção de notícias? Através de vídeos, imagens e/ou textos de fatos e acontecimentos geralmente em tempo real, através desse conceito vemos que o jornalista não é o único produtor de notícias.

Sua finalidade é a realização de intervenção nos problemas sociais, buscando soluções e agindo como aliado da sociedade, com notícias de caráter de utilidade pública, como informações sobre o trânsito, manifestações, enchentes, assaltos, etc. Dessa forma, entende-se que há ausência de censura independentemente do caráter exposto no que é noticiado, sendo um jornalismo livre e de acesso comum.

O jornalismo cidadão começou a ser possível na era das tecnologias, pois com o advento dos celulares e da internet a troca de informação de forma rápida e a facilidade do acesso facilitaram essa prática jornalística. Entretanto, devemos nos atentar que mesmo as mídias convencionais possuem, ainda que em pequena escala, um jornalismo cidadão, através de vídeos amadores para notícias em um telejornal, de colunas dos leitores em jornais e revistas, fotos tiradas por pessoas comuns que são publicadas.

Vemos essa prática crescer a cada dia e se fortalecer, como exemplo os sites onde qualquer internauta pode acessar e modificar o conteúdo (Wikipédia) e jornais online que publicam notícias sem nenhum tipo de censura ou edição (CMI).

No entanto, no caso do Voz da Comunidade, observa-se, uma escolha de assuntos que entrarão em contato com público, sendo assuntos sobre violência totalmente descartados e omitidos no padrão jornalístico do projeto. Se a sociedade tivesse uma participação realmente efetiva, como propõe o Jornalismo Cidadão, continuariam não existindo problemáticas envolvendo a violência na comunidade? Será que a violência não é uma barreira na vida da população local?

Com toda certeza, a violência não só incomoda como, também, desperta revolta e desejo de mudança em milhares de moradores do Complexo do Alemão. A omissão do “Voz” perante assuntos desse caráter está justamente embasada no nível de comprometimento que eles desejam transparecer no âmbito polícia, bandido e tráfico. Não demonstrando opinião frente a essas questões, o projeto, implicitamente, se posiciona de forma a não ter interesse em intervir e mudar esse cenário, transformando-se em “conivente” mesmo sem intenção.

Realmente, é complicado manter um projeto intervindo em assuntos tão polêmicos e problemáticos. Em notícias vinculadas ao desaparecimento de crianças no site do “Voz”, por exemplo, a falta de informações aprofundadas chega a tornar a mensagem crua. A superficialidade adotada mais uma vez revela a distância que o projeto visa transparecer em relação ao crime. Talvez, ao se aprofundar a busca por informações, nesses casos, encontrem-se dados demasiadamente ligados à violência e suas vertentes, intrometendo-se, assim, no posicionamento do projeto.

Ao analisarmos o site e o conteúdo disponível nas notícias percebemos que são semivazias e com o objetivo apenas de pincelar o fato e informá-lo superficialmente. Entretanto, apesar da intenção do Jornalismo Cidadão ser realmente informar, ainda assim não estaria desempenhando essa função a partir de ideias e noções vagas. Informar também é detalhar, explicar e esclarecer e não apenas jogar dados. De fato, há uma censura não só de tema a ser ressaltado, mas também de conteúdo propício a ser divulgado.

Durante a entrevista com os membros do “Voz da Comunidade” para a realização deste trabalho, interroguei sobre possíveis opressões à mídia alternativa (“Voz”) e as notícias emitidas por esse. No entanto, recebi como resposta que nunca houve qualquer tipo de repressão ao conteúdo e intenção do projeto e que esse visava apenas o bem da sociedade e a resolução de fatos do cotidiano, excluindo, sim, a violência como um deles. Com toda certeza, mesmo que houvesse alguma opressão não seria exposta para um grupo de estudantes.

Jornalismo Comunitário

"O jornalismo comunitário atende às demandas da cidadania e serve como instrumento de mobilização social. (...) Outra característica importante é o completo afastamento do ranço etnocêntrico. O jornalista de um veículo comunitário deve enxergar com os olhos da comunidade. Mesmo que já pertença a ela, deve fazer um esforço no sentido de verificar uma real apropriação dos processos de mediação pelo grupo." (PENA, Felipe) ³

Na contemporaneidade, com o advento da internet e a criação das mídias sociais muitos movimentos alternativos que antes não possuíam espaço perante a mídia hegemônica, ganham voz ao utilizarem blogs, páginas na web, Twitter e Facebook para propagar sua mensagem, como a organização das manifestações da Primavera árabe em 2010 e no Brasil em 2013 e o CMI (Centro de Mídia Independente).

O surgimento destes movimentos sociais alternativos se deu pela carência que esses grupos sentiam em se verem representados ou identificados pelos principais veículos de comunicação, que apresentam as minorias sociais de forma caricaturada e superficial. Os produtores desses meios de comunicação ao valorizarem, em sua maioria, o conteúdo mais rentável para aparecer em seus veículos, não se preocupam em respeitar e mostrar a realidade que esses grupos vivem.

No meio destes grupos que lutam para dar voz e forma a uma parcela da sociedade que é estigmatizada, o jornalismo da Voz da comunidade se destaca por buscar atender as demandas sociais dos habitantes do Complexo do Alemão. Demandas estas, que podem tratar do que acontece dentro da comunidade ou que a afeta (podendo ser notícias internas ou externas a comunidade).

Ex: Falta de saneamento, corte de luz, operação policial, problemas sociais, projetos culturais e etc.

Por se tratar de um projeto que atende a um grupo específico, as informações vinculadas pelo mesmo têm características próprias da realidade observada e fala intimamente com aquele grupo, utilizando seu vocabulário, sua forma de expressão cultural e tratando de temas do cotidiano local com um viés educativo. Nesse sentido, a preocupação do “Voz” é buscar trazer para a população do Alemão informações de utilidade e quebrar com os preconceitos criados pela mídia hegemônica sobre aqueles que vivem lá, mostrando realmente o que se passa dentro da comunidade. Com isso, ela

³ PENA, Felipe. . **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2005. v. 1. P. 185/187.

pretende fazer com que a população daquele local crie orgulho do lugar onde mora, de si própria e, melhor informada, reconheça e reivindique seus direitos.

Uma característica do Jornalismo Comunitário é o voluntariado. No “Voz da Comunidade” a maioria trabalha como voluntário, e apenas um colaborador, Betinho Casas Novas, recebe pela dedicação total ao projeto. Uma problemática disso é que todos, na teoria, estariam realizando um trabalho e doando seu tempo para manter o projeto. Pensando assim, todos deveriam ter o direito de receber, mas como se trata de um projeto comunitário não há verbas para pagar todos que trabalham. Todavia, ao pagar só uma pessoa há uma sutil desvalorização do trabalho dos demais que também se esforçam para manter o jornal.

Outra característica do Jornalismo Comunitário é a possibilidade de ser patrocinado, com a vinculação de publicidade do comércio local ou por entidades filantrópicas ou assistencialistas. O “Voz da Comunidade” possui patrocínios e parcerias com o Rock in Rio, Coca-Cola, Prefeitura do Rio, entre outros. Esses parceiros patrocinam atividades culturais e educativas dentro do Complexo do Alemão, dando valores para serem investidos na estrutura e produção do evento. Em troca, essas empresas têm seu nome vinculado ao projeto, o que é ótimo para a imagem da empresa, e ainda possuem benefícios fiscais ao realizar essas ações.

Esses eventos agradam grande parte da população local e reúnem uma multidão de pessoas. Porém, será que essas doações, em dinheiro, de alguma forma não tornam o veículo que possuía uma proposta social anti-hegemônica como mais um meio onde as entidades particulares passam a promover seus produtos? Produtos esses que talvez não atendam aquela população. E não somente não atendam, mas, talvez, são essas mesmas grandes empresas responsáveis por parte das dificuldades sócio- econômicas que aquela população sofre todos os dias, quando recebe um salário abaixo do necessário para sobreviver ou sofre com a poluição despejada por essas corporações em áreas habitáveis (em casos extremos).

Alternativas poderiam ser consideradas para não perder o foco da proposta do Jornalismo Comunitário, de criar uma consciência coletiva naquela população, pois, como diz a comunicadora *Cicília Maria Krohlinga Perruzo* “O agir sozinho, além de impedir a ação coletiva, que é educadora (acesso a informações, tomada de consciência, favorece a organização, a mobilização), contribui para o controle das informações, podendo gerar processos de dependência e até de cooptação”. Uma possibilidade para evitar isso poderia

ser o patrocínio feito por comércios locais, isso manteria a correspondência entre a fonte do patrocínio e a comunidade, além de ajudar o comércio local. Outra possibilidade é a manutenção do Jornal pelos próprios moradores, com contribuições ou venda de alimentos e/ou produtos para angariar fundos, tornando, assim, a participação da população mais ativa e protagonista ao invés de apenas espectadora na realização de eventos dentro da comunidade e na manutenção do seu próprio canal de notícias representado pelo “Voz da Comunidade”.

O Voz da Comunidade como ONG

Desde o dia 5 de novembro de 2014, o “Voz da Comunidade” se tornou uma organização não governamental, o que acarretou diversas mudanças estruturais em sua regulamentação. As ONG’s são instituições do terceiro setor, sem fins lucrativos e que tem como objetivo a prestação de serviços sociais. Exercem uma função complementar aos deveres do Estado, não tendo o objetivo de substituir o seu papel na sociedade, promovendo programas e projetos de intervenção em áreas e/ou situações em que a atuação do mesmo está sendo insatisfatória ou insuficiente, defendendo os direitos comuns garantidos ao indivíduo pertencente à uma sociedade. Essas empresas do terceiro setor se sustentam financeiramente através do recebimento de incentivos fiscais do governo (mesmo não estando diretamente vinculada a ele), de empresas privadas, da venda de produtos (por exemplo: camisetas, agendas), com a promoção de eventos como festas, jantares, bazares, e das doações da população.

Sendo instituída como ONG, o portal deixou de exercer a função informativa que o portal tem e as ações culturais que o portal produzia tais como festas, eventos e promoções, para entreter e integrar os moradores da comunidade passa a não serem mais suficientes, porém poderão continuar a representar formas de arrecadação para o sustento e desenvolvimento da ONG.

Antes dessas medidas representavam medidas paliativas para o meio social, que apenas serviam como distrações para os reais problemas que vivenciam diariamente. Terão de promover atividades regularmente, não somente em datas comemorativas.

Essas atividades precisam ser direcionadas de modo que alterem/melhem as condições infraestruturais bastante precárias em que esses moradores vivem, e esse deve ser o foco principal para a direção da organização e seus respectivos colaboradores. Deverão

ser estabelecidas metas para que haja essas mudanças, e para isso um planejamento feito com prazos. Os resultados são cobrados pelo Governo, pelas empresas, e até mesmo por pessoas que auxiliam com donativos.

Serão instituídas como responsabilidades e deveres da ONG:

- Obrigatoriedade de inscrição da Voz do comunidade no Cadastro Nacional de pessoa jurídica. Esse cadastro poderá ser cancelado caso haja o descumprimento
- Prestar contas sobre a aplicação dos incentivos fiscais nos projetos, disponibilizando todos os dados financeiros relacionados à movimentação feita através de registros, análises e relatórios que devem ser entregues regularmente. Os dados devem estar sempre atualizados e apresentados nesses documentos com bastante clareza, e com a observância dos princípios fundamentais de contabilidade e das Normas Brasileiras de contabilidade. A transparência quanto à contabilidade de uma ONG é fundamental para que a mesma continue recebendo esses incentivos e não perca a credibilidade.
- Declarar Imposto de Renda. A ONG estará isenta dessa regra apenas nas seguintes condições:
 - Os dirigentes não forem remunerados por qualquer forma
 - Se aplicarem integralmente seus recursos na manutenção de desenvolvimento dos serviços sociais prestados
 - Se a escrituração completa de suas receitas e despesas forem mantidas em livros revestidos das formalidades que assegurem sua exatidão.
 - Se conservarem pelo prazo de cinco anos, contado da data da emissão, os documentos que comprovem a origem de suas receitas e a efetivação de suas despesas, assim como a realização de quaisquer outros atos que modifiquem a situação do patrimônio.
 - Se a Declaração de Rendimentos, em conformidade com o disposto em ato da Secretaria da Receita Federal for apresentada anualmente.
 - Assegurarem a destinação de seu patrimônio à outra instituição que atenda às condições acima, caso haja incorporação, fusão, cisão ou encerramento de suas atividades, ou órgão público.
 - Apesar da possibilidade de isenção, caso os rendimentos não sejam declarados, há aplicações de multa.

Considerações Finais

A problematização dos conceitos de Jornalismo Cidadão e Comunitário ao projeto “Voz da Comunidade”, nos leva a observar uma disfunção dos modelos jornalísticos e suas propriedades, não se adequando aos seus reais papéis. O projeto não se restringe a apenas um modelo de jornalismo, mas a diferentes modelos.

Percebemos ao longo dos estudos uma desconexão de algumas notícias com o contexto social, como a publicidade de produtos, como o lançamento de um novo modelo de iPhone, sendo um dado irrelevante ao contexto jornalístico e social do projeto. Também, a questão da superficialidade de algumas informações emitidas negligenciando o cenário violência/comunidade.

Apesar das problemáticas e omissões, o “Voz da Comunidade” realiza diversos eventos e ações sociais que não podem ser desconsiderados, estabelecendo a manutenção da infraestrutura social e agindo como intermediador das grandes mídias.

REFERÊNCIAS

- MARQUES DE MELO, José. **Teoria do Jornalismo – identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006. p. 126
- PEREIRA FILHO, F. J. B. ; SEQUEIRA, C. M. . **Jornalismo comunitário – importância, conceitos e desafios contemporâneos**. Observatório da Imprensa (site), 30 out. 2006.
- PENA, Felipe. . **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2005. v. 1. 260p
- TARGINO, M. das G. **Jornalismo cidadão: informa ou deforma?**. 1. ed. Brasília: Unesco / Ibict, 2009. v. 1. 258p.

SITES

- Wikipédia, Jornalismo Comunitário. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo_comunit%C3%A1rio> Acesso em 09 de dezembro de 2014
- Alquimídia, Oficina de Comunicação. Disponível em:
<http://www.alquimidia.org/ganessa/arquivosSGC/DOWN_013724apostila_jornalismo_cidadoa.pdf> Acesso em 09 de dezembro de 2014
- Voz das Comunidades, Arraiá do Alemão. Disponível em:
<<http://www.vozdascomunidades.com.br/complexo-do-alemao/arraia-do-alemao/>>
- Voz das Comunidades, Do Complexo do Alemão ao Espetáculo do Cique du Soleil. Disponível em:
<<http://www.vozdascomunidades.com.br/colunas/diversao-arte/do-complexo-do-alemao-ao-espetaculo-cirque-du-soleil>> Acesso em 12 de dezembro de 2014
- Voz das Comunidades, Preta Gil Participará do Fala Jovem Especial no Alemão. Disponível em:
<<http://www.vozdascomunidades.com.br/complexo-do-alemao/canitar/preta-gil-participara-do-falajovem-especial-no-alemao/>> Acesso em 12 de dezembro de 2014
- Infoescola, ONGS (Organizações Não Governamentais). Disponível em:
<<http://www.infoescola.com/geografia/ongs-organizacoes-nao-governamentais/>> Acesso em 12 de

dezembro de 2014

UFSM, A Explosão das ONGS no Mundo e no Brasil. Disponível em:

<http://w3.ufsm.br/gpet/engrup/ivengrup/pdf/acioli_a.pdf> Acesso em 13 de dezembro de 2014

Ana Carmen, Jornalismo Cidadão – Você Faz a Notícia. Disponível em:

<http://www.anacarmen.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste_a_Rede_Jornalismo_Cidadao.pdf> Acesso em 13 de dezembro de 2014

Consultor Fiscal, ONGS. Disponível em:

<<http://www.consultorfiscal.com.br/frames/assuntos/societarias/societarias09.html>> Acesso em 14 de dezembro de 2014