

Viviane Belizario de Freitas

**O papel social do jornalismo  
comunitário: Um estudo do Jornal  
Cantareira**

Centro Universitário Nove de Julho  
São Paulo, 2006



# Índice

<b>Introdução</b>	<b>7</b>
<b>1 Comunicação comunitária: Conceitos e histórias</b>	<b>9</b>
1.1 Rádio comunitária ou livre? . . . . .	9
1.2 Televisão Digital: uma porta para as TVs comunitárias	12
1.3 Jornalismo Comunitário como forma de discutir questões locais e conscientizar a população . . . . .	15
<b>2 O papel social do jornalismo comunitário</b>	<b>23</b>
2.1 Engajamento social e político . . . . .	24
2.2 Informação com ênfase em problemas locais . . . . .	26
2.3 Comunidade e jornalismo comunitário: uma via de mão dupla . . . . .	27
<b>3 Movimentos sociais e os meios de comunicação</b>	<b>29</b>
3.1 Movimentos sociais e a grande imprensa: conflitos ideológicos . . . . .	31
3.2 Movimentos sociais criam seus veículos de comunicação	33
3.2.1 A revista MST uma alternativa ao discurso da grande imprensa . . . . .	34
<b>4 Jornal Cantareira</b>	<b>35</b>
4.1 História da região . . . . .	35
4.2 Comunidades Eclesiais de Base . . . . .	37
4.3 Associação Cantareira . . . . .	38
4.4 Início de tudo: Nasce um jornal . . . . .	40

4.5 Análise do jornal Cantareira . . . . .	42
<b>Considerações Finais</b>	<b>47</b>
<b>Referências Bibliográficas</b>	<b>51</b>

*Monografia realizada como trabalho de conclusão de curso,  
apresentado como exigência parcial, para a obtenção do grau de  
Bacharel no curso de Comunicação Social com habilitação em  
Jornalismo, do Centro Universitário Nove de Julho (UNINOVE).  
Orientadora: Prof<sup>a</sup>. D<sup>a</sup> Cilene Victor*



# Introdução

O jornalismo, que no século XIX apresentava como características as discussões políticas, a linguagem literária e o engajamento dos jornalistas por alguma causa social, foi esvaziado com o passar do tempo, tornando-se um jornalismo superficial e sem aprofundamento. Esse fato pode ser notado nos grandes veículos de comunicação que sofrem duras críticas de estudiosos da comunicação comunitária.

Uma forma de interação com essa mensagem pode acontecer quando a população recebe conteúdos dos meios de comunicação, porém questiona e muitas vezes não aceita como verdade absoluta. Sendo necessário criar formas alternativas para se comunicar, como é o caso do jornalismo comunitário.

O jornalismo comunitário torna-se uma possibilidade para a população encontrar espaço e discutir assuntos de seu interesse e que nos grandes veículos de comunicação não são abordados e, quando o são, o viés não é o mesmo.

Mesmo não sendo mais tão duro com os meios de comunicação e principalmente a grande imprensa, é necessário levar em consideração o poder e a penetração deles, ressaltando que o que não é veiculado não tem valor e muitas vezes nem chegam a existir perante a sociedade, segundo Guarechi, que ainda ressalta:

Os que detêm a comunicação chegam até a definir os outros, definir determinados grupos sociais como sendo melhores ou piores, confiáveis ou não confiáveis, tudo de acordo com os interesses dos detentores do poder (Guarechi, 2004: 15)

A comunicação pode trazer benefícios ou prejudicar a população, dependendo de como ela é usada e de como as pessoas agem em relação a ela (Guareshi, 2004)

Como todas as relações, essa comunicação pode ajudar na construção dum ser humano autônomo, equilibrado, democrático, cooperador ou, de outra parte, de um ser humano dependente, submisso, massificado, robotizado (Guareshi 2004: 20).

Portanto, torna-se importante estudar o jornalismo comunitário a fim de investigar se realmente esse jornalismo foge do padrão industrial da grande imprensa, sendo uma forma alternativa ao discurso estabelecido. Para melhor ser compreensão do jornalismo comunitário, será realizado um estudo de caso com a análise do jornal Cantareira, a fim de discutir suas características, seu processo de produção e a angulação de suas matérias. Além de constatar se realmente ele pertence ao jornalismo comunitário como assim ele é classificado.

Mas para melhor entender a Comunicação Comunitária nos primeiros capítulos deste estudo será discutido um pouco dos referencias teóricos para fundamentar a análise do jornal Cantareira. E portanto, serão discutidas a diferenças entre comunicação comunitária e alternativa que muitas vezes são confundidas como sinônimos, entretanto, há pontos diferentes entre elas, uma vez que o alternativo não é necessariamente popular ou comunitário.



# Capítulo 1

## Comunicação comunitária: Conceitos e histórias

Este estudo analisa a importância da comunicação comunitária para a sociedade na qual ela está inserida. Enfatiza-se o jornalismo comunitário, entretanto, discutindo brevemente a comunicação comunitária no rádio e na televisão.

### 1.1 Rádio comunitária ou livre?

A comunicação comunitária para grande parte da população se resume às rádios comunitárias. Porém, esse é apenas mais um veículo de comunicação que pode ter o viés comunitário. A grande polêmica em torno dessas rádios é a função social que ela deve realizar e caso fuja das suas características não é comunitária, podendo ser, rádio livre ou comercial. Mas ainda há o termo pirata que é usado segundo alguns interesses pois, a nomenclatura adotada para denominar as rádios pode definir a ideologia de quem escolhe determinado termo em detrimento a outro (Coelho Neto, 2002 ).

Uma rádio para ser considerada comunitária deve transmitir seu sinal em uma potência baixa, no máximo 25 watts. A antena não pode ultrapassar os 30 metros e ter uma frequência única. Além das especificações técnicas a rádio deve ser gerenciada por representantes da

comunidade e também ter a preocupação com o conteúdo que deve ser diferenciado das rádios pertencentes a empresas jornalísticas (Peruzzo, 1998).

As rádios comunitárias, piratas ou livres têm muitas coisas em comum. Como a briga com a Anatel pelo direito de transmitir sua programação, uma vez que a concessão fica a cargo do governo e atualmente estão nas mãos dos grandes conglomerados de comunicação. Essa proposta de rádios que não fazem parte da grande mídia tem como objetivo buscar um público mais restrito e tratar questões de interesse dessas pessoas, entretanto a rádio comunitária e a rádio livre são diferentes na sua essência. Sendo que a rádio livre pode ser um veículo que não atendem as necessidades da comunidade, mas que está voltada para um objetivo específico que nada tem de comunitário (Coelho Neto, 2002 )

Essas rádios livres surgiram nos Estados Unidos pela primeira vez em meados da década de 80 com uma experiência de estudantes que queriam fugir da programação padrão e queriam ouvir apenas suas músicas preferidas, portanto, fundaram a sua rádio. Mas para não serem pegos pela polícia transmitiam a programação de um barco em alto mar, fora do alcance legal da justiça. E como uma forma de brincar com a situação colocavam bandeiras nos mastros, igual as usadas pelos piratas, então essas rádios foram chamadas de piratas (Coelho Neto, 2002 ).

Porém, como ressalta Peruzzo a terminologia adotada na rádio pode ser pirata ou livre, mas em apenas uma palavra está o viés ideológico utilizado no discurso. Sendo que geralmente o termo pirata é utilizado pelos 'donos' da concessão que não querem ver concorrência nas ondas eletromagnéticas que deveriam ser livres, mas na atualidade está na mão de algumas empresas. Porém, o termo livre quem utiliza são pessoas defensoras dessa prática de democratização dos meios de comunicação, sendo a oportunidade de pluralizar a mensagem tirando-a dos grandes veículos, tornando-as mais verticais (Peruzzo, 1998 )

Portanto, as rádios piratas e as rádios comunitárias assemelham-se neste ponto, o de tornar o processo de comunicação mais próximo da população dando outros caminhos além dos apontados pelos grandes veículos de comunicação. Porém, as diferenças estão basicamente na proposta da mensagem, que no caso da rádio comunitária deve estar

relacionada com alguma causa e deve ter a preocupação maior com o conteúdo que, em grande parte busca formar, além de informar a população. Na rádio livre, não há essa responsabilidade com o conteúdo, o mais importante mesmo é poder criar sua própria programação e suas mensagens. Sendo até muitas vezes rádios comerciais, ou seja, com as mesmas características das grandes emissoras diferenciando apenas na briga pela publicidade que ela não vai ‘tirar’ das grandes rádios, mas sim buscar caminhos alternativos como o comércio da região de alcance da transmissão da rádio.

Essas rádios alternativas incomodam tanto os donos dos grandes veículos que surgem até lendas de que a transmissão dessas rádios não autorizadas pela Anatel podem causar verdadeiros desastres aéreos derrubando aviões comerciais, interferindo na comunicação dos policiais e até mesmo nas comunicação das ambulâncias. Mas Coelho Neto acaba fazendo uma brincadeira com esse mito, pois para o autor se o sinal das rádios tivessem o poder de derrubar aviões Sadam Hussein tinha vencido a Guerra do Golfo (Coelho Neto, 2002 ).

A Anatel, um órgão do governo federal independente, não está subordinada a nenhum outro órgão, sua renda vem do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel), seus dirigentes têm cargos estáveis e fixos, e em tese, como ressalta Coelho Neto, todas as normas elaboradas são submetidas à consulta pública. A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), é responsável por fiscalizar , conceder ou tirar as concessões para rádios e televisão, além de controlar a telefonia do país (Coelho Neto, 2002).

As rádios comunitárias se diferenciam um pouco na hora de buscar a legalização junto a Anatel, pois há uma lei que autoriza a concessão para elas, nisto as rádios livres não encontram respaldo na legislação. A luta judicial que as rádios verdadeiramente comunitárias sofrem acaba sendo injusta, pois a legislação é burocrática e acaba dificultando a regulamentação dessas rádios que acabam vivendo na ilegalidade e sobre o medo de ter seus equipamentos apreendido a qualquer momento pela Anatel (Coelho Neto,2002).

O rádio é um dos veículos de comunicação que têm maior penetração na população, principalmente nas áreas periféricas. Segundo a

pesquisadora, Gislene Rosa da Silva, cerca de 88% das casas no país possui um aparelho de rádio, ficando apenas um pouco atrás da televisão que ganha por um por cento, sendo que cerca de 89% das casas possuem os aparelhos de TV (Silva, 2003).

Levando em conta a penetração do rádio pode se perceber a importância da luta das rádios comunitárias que batalham pelo direito de sobreviverem e conseguirem transmitir suas mensagens e poder dessa forma tornar os cidadãos pessoas mais conscientes da sua realidade e da realidade da sociedade na qual ele está inserido. Além disso, apropriando-se do processo de produção e conseguindo mudar o seu nível de participação (Peruzzo, 1998).

## **1.2 Televisão Digital: uma porta para as TVs comunitárias**

Com o avanço tecnológico a televisão está se modificando e o último assunto em pauta é a transformação do sistema de transmissão analógico para o digital. Isto tem causado muitos debates nos meios acadêmicos, afinal essa transformação pode não se resumir somente em tecnológica, mas se expandir para mudanças de valores e modos de produção para a televisão (Intervozes, Nov 2005).

Essa nova oportunidade pode ajudar na ampliação de canais comunitários, por ser algo pouco comum no Brasil e pouco divulgado também. Grande parte das pessoas desconhecem canais comunitários na sua região. Isso se deve ao fato de que além do forte monopólio existente com os canais comerciais pertencentes aos conglomerados como o caso da rede Globo, Sbt, Record, Bandeirantes, falta aparato tecnológico para manter uma emissora comunitária no ar, isso se deve ao custo elevado. Além disso, não há espaço nos canais abertos, sendo que os sinais das emissoras comunitárias só podem ser captados por antenas parabólicas, recurso esse que não faz parte do costume da maioria das famílias Brasileiras (Peruzzo, 1998).

Uma emissora de televisão para atender as necessidades da comu-

nidade deve estar sempre por perto cobrindo os eventos e carências da região:

Se uma comunidade está sem água, sem luz, sem posto de saúde, ou sem escola, os meios de comunicação têm o dever de expor o problema até ele ser resolvido, ou então a denúncia inicial vira apenas pirotécnica, sem nenhum comprometimento sincero com a comunidade... (Flausino, 2002:50).

Essa cobertura próxima e que atende as necessidades de determinada comunidade não pode ser atendida pelas grandes emissoras, pois, “Acostumamo-nos a entender comunitário como aquilo que vem da comunidade, que nasce dela, que se realiza no seio dela” ( Flausino, 2002:64).

Portanto, tentativas de recriar um jornalismo comunitário em emissoras como a rede Globo, não pode ser válida no sentido nato do conceito de comunitário defendido pela Flausino (2002). Entretanto, tentativas como o SPTV, são importantes, pois “a despeito das características do veículo, que serve às classes dominantes, abrem-se brechas para a formação de uma consciência crítica...” ( Flausino, 2002:66).

Mas além desse espaço nas emissoras tradicionais seria muito válido o debate e a luta pela televisão digital que possibilitasse maior acesso aos canais que atualmente estão restritos apenas para algumas empresas.

A discussão em torno do assunto está muito pobre e superficial, pois o divulgado para a população é apenas o fato de que com a transformação do sinal analógico para o digital, a televisão terá alta resolução, sendo possível ver até mesmo os poros dos atores. Entretanto, o debate precisa ser mais profundo e mostrar para a população que a televisão digital é muito mais importante que apenas o fato da alta definição (Intervozes, Nov 2005).

Existem atualmente três tipos de tecnologias para a TV digital; ATSC (padrão norte-americano), DVB (padrão europeu) e o ISDB (padrão japonês). E o Brasil está discutindo qual seria a melhor alternativa a ser adotada. Porém, o debate não fica na esfera apenas tecnológica, mas sim política e ideológica. Cada padrão tecnológico implica em mudanças que podem ser benéficas para grande parte da população, ou sim-

plesmente para meia dúzia de empresas e a minoria da população que poderá arcar com os custos (Intervozes, Nov 2005)

O padrão norte-americano é o mais discutido que traz a alta definição como o mais importante, o padrão japonês e o padrão europeu dá mais enfoque para a interatividade e a multi programação (Intervozes, 2005)

Outra possibilidade que pode ser adotada pelo Brasil seria a criação de uma tecnologia nacional, que a principio pode parecer mais complicada, entretanto, a longo prazo seria mais benéfico para o país que não teria que pagar pela tecnologia externa. Além disso, poderia investir em profissionais, gerando mais empregos e o interesse de novos pesquisadores que poderiam trabalhar no país. (Intervozes, 2005)

Mas essa discussão não é apenas pela melhor tecnologia, mas sim política, pois caso opte pelo sistema digital alheio o Brasil está escolhendo seu parceiros comerciais, ou seja, o que está em jogo é muito mais que uma opção por alta definição, multi programação ou interatividade. Mas sim a escolha das relações comerciais entre os países.

Para possibilitar a propagação das TVs Comunitárias o ideal seria a criação de tecnologia própria, entretanto, caso isso não seja feito, pode-se remediar a situação optando pela tecnologia que possibilite a multi programação que pode abrir espaço para as transmissões das Tvs comunitárias. Ou seja, através da digitalização da tv os espaços para as transmissões alternativas podem ser criados democratizando esse meio de comunicação. Entretanto, para isso acontecer ainda será necessário vencer as grandes empresas que hoje mantém o monopólio para a transmissão. (Intervozes, 2005)

Esses conglomerados como a rede Globo, o SBT, a Record e a Bandeirantes, alegam que elas têm a concessão, e o direito de utilizar os 6MHz que no sistema analógico é necessário para a transmissão da programação. Porém, com a mudança para o sistema digital esse espaço pode ser ocupado por até seis programações diferentes. Então, as emissoras querem continuar com o domínio por esse espaço criando elas mesmas 'novas' programações. (Intervozes, 2005)

Entretanto, as Associações Civis, as Ongs, as Emissoras Comunitárias de televisão e os Movimentos Sociais lutam para que isto não

ocorra e que a digitalização da televisão seja uma oportunidade para se criar uma programação diversificada e pluralista, na qual eles tenham a possibilidade de ter o mesmo espaço adquirido pelos grandes conglomerados de comunicação e com isso redemocratizar esse meio que atualmente está nas mãos de poucos.

### **1.3 Jornalismo Comunitário como forma de discutir questões locais e conscientizar a população**

“É o meio de comunicação que interliga, atualiza e organiza a comunidade e realiza os fins a que ela se propõe”(Marcondes Filho, 1987:160). Sendo assim, esse jornalismo não pode seguir as características das empresas jornalísticas e transformar a notícia em mais um produto no mercado, no qual a maior preocupação é vender e não o bem ou o mal que o essa notícia pode causar ao público (Medina, 1988).

Para Marcondes Filho o jornalismo comunitário ajuda na socialização do indivíduo como ser, diferente dos jornais da grande imprensa. Pois, para o autor este tipo de jornalismo traz a humanização e a realização do sujeito como um indivíduo importante e não somente mais um, sendo esse um espaço da realização individual que já não é mais possível na sociedade que tende a cada vez mais nivelar as pessoas deixando-as na generalidade (Marconde Filho, 1987).

Porém, quando se fala em jornalismo comunitário surge a necessidade de diferencia-lo do jornalismo alternativo. A imprensa alternativa teve seu auge na ditadura militar, pois com AI5 muitos jornalistas foram perseguidos e precisavam buscar um local, no qual fosse possível ‘pensar’ contra o regime. Sendo assim, os profissionais acabavam seguindo para a imprensa alternativa por questões ideológicas. Essa imprensa era de resistência política, como afirma Festa “Eram espaços nos quais grupos de oposição ou frentes políticas emitiam uma corajosa condenação ao regime político”(Festa, 1991:16). Para a autora essa imprensa al-

ternativa era identificada na década de 70 como um jornal no formato tablóide ou revista de oposição (Festa, 1991).

O jornalismo comunitário difere-se do alternativo, pois eles têm princípios diferentes. Para Regina Festa a comunicação comunitária é para as bases, já a comunicação alternativa é para a burguesia. Pois, a comunicação alternativa segundo a autora eram publicações de cunho político e cultural e traziam os interesses da média burguesia, dos trabalhadores e da pequena burguesia (Festa, 1991).

A comunicação comunitária surgiu na década de 60, com o surgimento do CCP, Movimento de Cultura Popular, que proporcionou segundo a Regina Festa, uma incrível experiência no assunto (Festa, 1991).

Para discutir a comunicação comunitária no Brasil torna-se preciso entender que muitos teóricos utilizam o termo de comunicação popular para identificar a comunicação das classes subalternas, como é o caso das autoras Peruzzo e da Regina Festa. Sendo assim, o jornalismo comunitário pode ser considerado comunicação popular, desde que esse conceito de popular seja o popular alternativo como diferencia Peruzzo.

Os conceitos de popular são divididos em três: Popular alternativo, Popular massivo e Popular folclórico. O popular alternativo, termo utilizado para denominar a comunicação relacionadas às organizações e os movimentos sociais vinculados às classes subalternas, como afirma Peruzzo. O conceito de popular folclórico, utilizado para manifestações culturais do povo, como danças, festas e ritos. O popular massivo, é quando a comunicação volta-se para o povo, mas não com o intuito de mostrar sua cultura e valoriza-la, mas sim quando veículos da grande imprensa se apropriam da linguagem popular transformando-a em um produto para ser vendido ao povo. Como é o caso de programas como Faustão, Cidade Alerta. E jornais como o Agora e o antigo Notícias populares (Peruzzo, 1998).

O conceito de popular adotados por autoras como a Regina Festa e a Peruzzo, será seguido neste estudo: o popular alternativo, uma forma de conscientizar, mobilizar, criar condições de educar os cidadãos politicamente, além de informar e dar espaço para as manifestações culturais do povo (Peruzzo, 1998).



O jornalismo comunitário muitas vezes é confundido com o jornalismo alternativo, entretanto, na atualidade os jornais e revistas alternativos não estão necessariamente ligados ao povo, como o caso do jornalismo comunitário. Mas tem a preocupação de combater o discurso dos grandes veículos de comunicação, sendo muitas vezes o ‘outro lado’ da mesma história. Na atualidade temos como exemplo de veículo alternativo com posições ideológicas diferentes das grandes empresas jornalísticas o caso da revista Caros Amigos. Se diferenciando até mesmo no formato, fora do padrão comercial, além da diferença no processo de produção e no conteúdo.

Segundo Kuscinski “a imprensa alternativa pode ser um movimento de base jornalística, que pode fugir do padrão comercial de prática jornalística possível apenas fora do mercado convencional” (Kuscinski, 2003).

O jornalismo comunitário é sempre alternativo, pois sua linguagem difere-se da grande imprensa. Pois a preocupação do jornal comunitário é com discussões na esfera do micro. E o jornal comercial, discute as questões no macro não tendo espaço nem interesse em abordar assuntos que só seriam notícias para determinada comunidade (Festa, 1986).

Então essa imprensa caracterizada pela propagação de interesses das classes dominantes como afirma a autora não tem interesse em “dar voz a todos os interesses e promover mudanças, já que é cada vez mais, expressão de interesses de grupos monopolistas que cada vez menos tem condições de apresentar aos leitores um apanhado completo, organizado e educativo dos acontecimentos correntes” (Festa, 1991:56).

Portanto, para compreendermos a importância do jornalismo comunitário é preciso entender um pouco dos movimentos de base, ou seja, os movimentos sociais que buscam por algum tipo de melhoria para a comunidade ao qual está inserido. Sendo mais importante as relações comunitárias em vez das relações de mercado. “Fazer um jornal comunitário não é buscar grupos étnicos, religiosos, culturais, nacionais, geográficos, com mensagens ‘para aquele público’, como exploração de *fatias de mercado*” (Marcondes Filho, 1987:161).

Ciro Marcondes ressalta que se o jornal comunitário não seguir as características que o torna diferente do jornalismo da grande imprensa,

ele será só mais um jornal no mercado. Sendo assim, o jornal pode ser muito útil para a população de determinada comunidade, pois pode contribuir para melhorar as condições de vida e ajudar a reivindicar junto ao poder público e dar mais força política e mais impacto junto à sociedade (Marcondes Filho, 1987).

Esses veículos segundo Ciro Marcondes contribuí na luta por direitos e conquistas da comunidade o que não acontece com a grande imprensa, pois são “a forma de o indivíduo poder afirmar-se e fazer valer sua posição sem ser deglutido pelas máquinas de informação oficiais, públicas ou privadas, que tudo fazem, menos solucionar os problemas e as necessidades da população” (Marcondes Filho, 1987:162).

O jornalismo comunitário pode ser uma possibilidade na qual a população encontra para ter espaço e ver discutidos assuntos de seu interesse e que nos grandes veículos de comunicação não são abordados e quando são o viés não é o mesmo (Peruzzo, 1998).

A comunicação comunitária para Marcondes Filho pode ser taxada como um conceito retrogrado, ou seja, ele levanta a questão de que essa comunicação comunitária também pode ser negativa, ou seja “É uma visão romântica e idealista de ‘recuperação’ de um mundo não tão dominado por contradições capitalistas, um mundo como na utopia da ‘comunidade comunista’, que tem existência exclusiva no imaginário das esquerdas” (Marcondes Filho, 1987: 156).

Entretanto, esse jornalismo pode ser muito importante, pois é através dele que a população pode ver assuntos com outro enfoque, não mais a preocupação de vender o produto como diz Cremilda Medina (1988), mas sim com os olhos da comunidade, já que o jornal comunitário tem como princípio ser feito por membros da comunidade, a qual conhece as carências e as necessidades e pode assim, noticiar o que realmente interessa para aquelas pessoas (Peruzzo, 1998).

Peruzzo, ressalta a importância da participação na produção de um veículo comunitário e diferencia os vários níveis de participação. Como a passiva, a controlada, co-gestão e a autogestão (Peruzzo, 1998).

Compreender um pouco da dinâmica do jornalismo comunitário, é também entender como funciona a participação dentro dele. Para isso,

se faz necessário discutir um pouco sobre as formas de participação apontadas pela autora.

A participação Passiva surge quando a pessoa consente, se objetiva, se submete e simplesmente delega o poder a outra. Nesta participação a pessoa recebe o conteúdo sem ao menos questionar ou querer fazer parte do seu processo de criação (Peruzzo, 1998).

A participação controlada para Peruzzo torna-se a forma que pode ser mais perigoso no processo de manipulação, pois a pessoa tem a 'sensação' que está tomando decisões, entretanto, seu poder é pequeno e controlado. Essa forma de participação pode fazer com que a pessoa seja mais facilmente manipulada, por ser uma oferta que vem de cima para baixo, não dando muito espaço para o dialogo (Peruzzo, 1998).

No caso da co-gestão pode ser um caminho para se chegar ao objetivo maior, segundo Peruzzo, pois, é o meio termo entre a passividade e autogestão. A autora define a co-gestão como um falso acesso ao poder, já que este vem com limitações e o poder de decisão mesmo fica restrito à cúpula hierárquica. Sendo assim, não é alterando a estrutura central de poder (Peruzzo, 1998).

Para a autora o ideal seria alcançar à autogestão, mas ela reconhece que isso não é fácil 'Ao que tudo indica, ela, em sua plenitude, relaciona-se com a mais profunda utopia de igualdade, liberdade e desalienação, como uma fonte alternativa na busca de uma nova sociedade e de um novo homem' (Peruzzo, 1998:86).

Pois a autogestão 'refere-se à participação direta da população nas associações e nos órgãos do poder público ou dos trabalhadores nas empresas, no que se refere à tomada de decisões' (Peruzzo, 1998:84).

Portanto, trazendo essa discussão para o jornalismo, o público também passa por esse processo de participação, no caso da grande imprensa o leitor geralmente tem características pacíficas, e não participa do processo de produção do jornal. Neste caso o leitor pode ter no máximo uma participação controlada, que acontece geralmente quando o jornal tem um espaço interativo ao leitor, no qual esse dá sugestões do que gostaria de ver nas próximas edições. A co-gestão e a autogestão, no jornalismo só se torna possível na imprensa alternativa e na imprensa comunitária.

Uma vez que as características desses veículos são as que mais se adaptariam a esse nível de participação. Porém a autogestão, como a Peruzzo afirma é algo muito difícil de ser conquistado, sendo possível atualmente em veículos pequenos, como o caso dos veículos comunitários. Mas ainda assim continua difícil, pois, mesmo os veículos basistas, associados a movimentos sociais com cunhos comunitários sentem dificuldades em gerir um veículo no qual os leitores sejam os protagonistas do processo de produção do jornal e não mais um mero espectador (Peruzzo, 1998).

Peruzzo classifica as várias forma de participação como níveis. Sendo eles: Mensagens; produção da mensagem, materiais e programas; Planejamento dos meios e a Gestão dos meios ( Peruzzo, 1998).

O primeiro nível de participação é o da mensagem, no qual as participações das pessoas se restringem quando dão depoimentos, entrevistas, pedem música, mandam cartas. Esse nível de participação acaba por ser o permitido pela maioria dos grandes veículos de comunicação. Um nível um pouco acima é quando a pessoa torna-se produtora da mensagens e dos programas. Neste nível há necessidade de qualificação técnica para a produção da mensagem (Peruzzo, 1998).

O planejamento dos meios, uma vez que ‘Compreende a participação no estabelecimento da política editorial, dos objetivos e da formação de programas e veículos, assim como dos princípios de gestão e das formas de sustentação financeira, além de planos ou políticas globais de comunicação, em âmbito local, regional e nacional’(Peruzzo, 1998:154). Neste nível de participação se enquadram o jornalismo alternativo e o jornalismo comunitário. Entretanto, para a autora o ideal seria alcançar a Gestão dos meios (Peruzzo, 1998).

A Gestão dos meios, segundo Peruzzo é poder participar da administração e do controle do veículo de comunicação tendo o poder adquirido e assim exercer em conjunto as tomadas de decisões (Peruzzo, 1998)

Sendo assim, o jornalismo comunitário pode ser uma forma da população sair do nível de receptor da mensagem e chegar ao nível mais profundo de Gestão dos meios de comunicação. Mas para isso, é necessário que a população envolva-se com essa arma de comunicação utilizando-a como uma forma de formar cidadãos mais politizados. Por-

tanto, o jornalismo comunitário encontra-se muito ligado a movimentos de base, que são os principais interessados na busca por melhorias e causas comuns da região onde estão localizados.



## Capítulo 2

# O papel social do jornalismo comunitário

O jornalismo é definido por Garcia Márquez (2006) como uma profissão apenas para pessoas que nasceram com o dom e a vocação para exercê-la. ‘Ninguém que não tenha nascido para isso e esteja disposto a viver só para isso poderia persistir numa profissão tão incompreensível e voraz...’. Além de defender a paixão pelo ofício do jornalismo o autor levanta críticas da formação cultural do profissional do jornalismo e alerta para a mudança da prática dessa profissão das últimas décadas que foi alterada com os avanços tecnológicos. Atualmente o jornalista trabalha sobre a pressão do tempo e da concorrência, portanto, é cobrado a todo o momento por resultados. Essa é a realidade dos grandes veículos de comunicação que acabam por interferir na qualidade do jornalismo. Garcia Márquez define como essencial para exercer a profissão três pontos: aptidão, vocação e ética.

Entretanto, no jornalismo da Indústria Cultural fica cada vez mais difícil o jornalista se desligar de valores mercadológicos como afirma Medina (1988). Portanto, Garcia Márquez relata que a jornalismo a cada dia se torna mais indiferente, e faz com que o profissional dessa área seja apenas mais um trabalhador e perde a sua sensibilidade de ver o mundo. ‘As redações são laboratórios assépticos para navegantes solitários, onde parece mais fácil comunicar-se com os fenômenos

siderais do que com o coração dos leitores. A desumanização é galopante' (Márquez, 2006).

Nesse cenário entra o jornalismo comunitário como alternativa para se desvincular dessa lógica de mercado dos grandes veículos de comunicação e assume o papel que deveria ser de todo jornalismo: o papel social.

## 2.1 Engajamento social e político

O jornalismo que no século XIX, apresentava como características as discussões políticas, a linguagem literária e o engajamento dos jornalistas, sofreu mudanças com o novo modo de produção industrial, o conteúdo foi esvaziado e grande parte do jornalismo se tornou superficial e sem aprofundamento (Marcondes Filho, 2002). Na atual conjuntura o profissional que trabalha com jornalismo se vê diante de um mercado de trabalho acirrado e competitivo a profissão não é mais algo romântico como em décadas passadas, hoje o jornalista precisa seguir as regras do jogo e trabalhar conforme a posição da empresa, ele não tem mais o direito de ter suas ideologias, mas deve seguir a ideologia dos patrões (Abramo, 2002). Sendo assim, o espaço para as lutas e posicionamentos está cada vez menor dentro da profissão, então, surge a questão onde encontrar esse espaço?

O jornalismo comunitário tanto quanto o jornalismo alternativo apresentam-se na atualidade como um caminho para profissionais trabalharem mais livremente, não sendo obrigados a seguirem a linha ideológica da empresa jornalística. Essa forma de jornalismo dá ao profissional a liberdade perdida com a industrialização da notícia. Para Eco (1984) quem controla os meios de comunicação controla o país, portanto, é nítido que o jornalismo não pertence aos jornalistas, mas sim aos patrões que são os donos dos jornais e que acabam na maioria das vezes por dar a palavra final e defenderem a elite e não o povo.

Portanto, torna-se difícil engajamento político contrário dos interesses dos grandes veículos de comunicação levando jornalistas com



posições ideológicas a buscarem esses veículos alternativos para ter o direito de ter opinião.

Para profissionais idealistas o jornalismo comunitário apresenta-se como uma forma de poder fazer um jornalismo diferente que não é obrigado a seguir o *lead* que segundo Genro Filho (1987) é a mistificação da objetividade jornalística e amarra da criatividade pessoal. Ele ainda ressalta:

Não há dúvida que a chamada "objetividade jornalística" esconde uma ideologia, a ideologia burguesa, cuja função é reproduzir e confirmar as relações capitalistas. Essa objetividade implica uma compreensão do mundo como um agregado de 'fatos' prontos e acabados, cuja existência, portanto, seria anterior a qualquer forma de percepção e autônoma em relação a qualquer ideologia ou concepção de mundo. Caberia ao jornalista, simplesmente, recolhê-los escrupulosamente como se fossem pedrinhas coloridas. Essa visão ingênua, conforme já foi sublinhado, possui um fundo positivista e funcionalista. Porém, não é demais insistir, essa 'ideologia da objetividade' do jornalismo moderno esconde, ao mesmo passo que indica, uma nova modalidade social do conhecimento, historicamente ligado ao desenvolvimento do capitalismo e dotado de potencialidade que o ultrapassam (Genro Filho, 1987:183,2002).

Portanto, o jornalismo comunitário apresenta-se como um espaço para o debate de questões de interesses diferentes dos grandes veículos de comunicação e o profissional quando atua nessa área acaba por ter a oportunidade de debater assuntos de interesse da comunidade, mas que não teria espaço na grande imprensa, sendo assim, ele pode discutir e aprofundar o fato.

O jornalismo comunitário divide uma linha tênue entre o jornalista e o militante de uma causa, portanto, grande parte dos profissionais envolvidos com esses veículos de comunicação também atua na luta por uma causa (Gohn, 2004).

Peruzzo levanta o debate da importância da conscientização política da base que pode ser formada por meio da atuação do jornalismo comunitário e ainda afirma que para ser realmente um jornalismo comunitário

rio precisa ser realizado por membros da comunidade mesmo que esses ainda não atinja o nível de participação desejado (Peruzzo, 1998).

Sendo assim, torna-se impossível desvincular a prática do jornalismo comunitário com o engajamento social e político, já que essa é a base para a transformação e para alcançar os objetivos dos moradores da região.

## **2.2 Informação com ênfase em problemas locais**

As pautas do jornalismo comunitário diferem-se das pautas dos grandes veículos de comunicação, pois no jornalismo comunitário as questões são discutidas no micro e não no macro. Temas que muitas vezes só interessam àquela comunidade e não teriam espaço em outros tipos de veículos de comunicação que tenham por princípio a comunidade. Isso se deve ao fato que o jornalismo comunitário geralmente está ligado a uma zona geográfica delimitada e na maioria dos casos não é muito grande, portanto, a cobertura dos fatos gera em cima de acontecimentos da região e faz com que a população se veja refletida nos acontecimentos locais (Peruzzo, 1998).

No jornalismo comunitário o mais importante é a contextualização do fato, ou seja, ele não traz só a notícia, mas diz o porque e como isso aconteceu. Além disso, o enfoque não busca mostrar as coisas ruins do lugar mas sim valorizar a cultura local (Festa, 1991).

É o espaço no qual a população daquela comunidade não é julgada pelo veículo de comunicação, mas sim valorizada. Nos veículos de comunicação comunitária as populações carentes não são mostradas como criminosos e bandidos como acontece muitas vezes na grande mídia. Portanto, com o olhar da imprensa comunitária, as pessoas são vistas com outros olhos diferentes da visão da grande imprensa. Mudando o fato delas se verem da forma da forma divulgada pelos grandes veículos de comunicação, faz com que elas não mais aceitem essa condição e enxergar a diferença de onde elas moram e de como isso é demonstrado na grande imprensa (Silva, 2003).

### **2.3 Comunidade e jornalismo comunitário: uma via de mão dupla**

A relação entre o jornalismo comunitário e comunidade é muito próxima, sendo que não pode haver jornalismo comunitário sem a comunidade. Sendo que ele tem como princípio interagir e contribuir para a melhora na região.

Portanto, torna-se necessário que o jornal para atender a determinada comunidade e ser reconhecido por ela pautem as questões de interesse dela, valorizando a cultura local e as particularidades da região. Entretanto, isso só não é o suficiente, um jornal para ser na sua essência comunitário precisa ter a participação da comunidade. Seria interessante se o jornal comunitário fosse feito totalmente pelos moradores da região, entretanto, como afirma Peruzzo (1998), esse nível de participação é muito difícil de ser alcançado. Mas para a construção da verdadeira comunicação comunitária ele deve ser perseguido a todo custo, incentivando os membros da comunidade a interagir o máximo possível na produção do jornal, para que eles deixem de ser somente receptores da mensagem e cheguem a ser os produtores dela.

Dessa forma, a comunidade e o jornalismo irão atuar em conjunto para fazer o que deveria ser a essência de todo o jornalismo. Informar com responsabilidade a sociedade e discutir questões importantes para a comunidade, entretanto, isso quase não acontece na grande imprensa, pois lá não há espaço para a reflexão, somente tem-se que produzir para a indústria da informação que a cada dia exige mais velocidade e menos contextualização.



## Capítulo 3

# Movimentos sociais e os meios de comunicação

Os movimentos sociais são uma realidade na sociedade, entretanto, pouco se fala sobre eles e ainda quando são mencionados na grande imprensa o foco é geralmente pejorativo, esse é um fato que se pretende estudar neste trabalho. Porém isso não acontece somente com os movimentos sociais, mas sim com tudo aquilo que não interessa aos grupos dominantes dos quais a imprensa brasileira faz parte. Como é o caso do retrato pintado pela mídia burguesa da América Latina (Barbosa, 2005).

Neste panorama podemos analisar que a grande imprensa não cobre assuntos que entrem em conflitos com os interesses dos donos dos veículos de comunicação, portanto, é natural que a cobertura dos movimentos sociais sejam totalmente impregnada por pontos de vista e posições contrárias. Segundo Barbosa (2005) essa relação está ligada com dois pontos cruciais; em primeiro lugar a visão que o jornalista assume quando trabalha para determinada empresa, ou seja, ele assume a posição da casa e em segundo lugar a má formação do profissional que vem desde o ensino fundamental até sua formação acadêmica. Com esta estrutura o jornalista acaba caindo em uma situação muito comum que é o que Barbosa (2005) chama de ‘canibalismo’, ou seja é a luta pela venda pura e simples da informação não se preocupando com o lado humano do fato. Esse ponto também foi mencionado por Medina (1988) que

alega que as notícias na grande imprensa não são mais um bem cultural e social, mas se transformaram em mais um produto à venda.

Portanto, torna-se importante refletir um pouco sobre a importância dos movimentos sociais para a sociedade e como esses são diretamente ‘prejudicados’ pela posição adotada pelos grandes veículos de comunicação que os conduzem à marginalidade e muitas vezes até os transformam em criminosos perante a opinião pública.

Um exemplo clássico, o caso do MST (Movimento dos Sem Terra), que para a sociedade são apenas pessoas que não querem trabalhar e querem mesmo assim *invadir* terras dos *pobres* agricultores. Essa é a visão passada pela grande mídia sobre esse movimento social. Agora pode-se perguntar: Por que será que esse movimento é tão perseguido pela grande imprensa? Será que tem alguma coisa relacionada com os grandes oligopólios das terras, será que os donos dos veículos de comunicação também são os donos de grande parte dessas terras?

O mais importante, as pessoas param para fazerem esse tipo de questionamento quando vêem uma notícia relacionada aos movimentos sociais ou consomem aquilo como verdades absolutas?

Essas são questões levantadas por muitos teóricos do campo da comunicação comunitária que estão diretamente ligados a comunicação dos movimentos sociais, entre esses teóricos, podemos citar Cicília Peruzzo (1998) e Regina Festa (1991). Porém, não podemos deixar de mencionar a fonte desses teóricos que trazem sua fundamentação em Gramsci.

Gramsci (2004) levanta o debate sobre a importância de entender que a cultura é algo não homogênea, ou seja, mesmo predominando certas tendências ainda assim, surgem diferenças na produção cultural, já que ‘o mesmo raio luminoso, passando por prismas diversos, dá refrações de luz diversas: se se pretende obter a mesma refração, é necessário toda uma série de retificações nos prismas singulares’ (Gramsci, 2004:206). Sendo, assim a pluralidade é possível e é neste campo que a comunicação comunitária tenta atuar, ou seja, ela aborda pontos que não são abordados pela grande imprensa, tendo outro foco no tratamento da notícia. Pois segundo Barbosa (2005) cada época as empresas jornalísticas ‘pegam’ um aspecto da cultura para transforma-lo em produto como já fez com o forró e com a música sertaneja. Já que ‘a apropriação

das classes subalternas pela mídia das classes dominantes faz parte do processo de manipulação para modificar as manifestações populares em símbolo nacional' (Barbosa, 2005).

Portanto, os meios de comunicação acabam não valorizando e até discriminando os movimentos sociais, já que esses têm como objetivos uma proposta contrária dos veículos da grande imprensa. Ou seja, eles buscam lutar por alguma causa e geralmente buscam valorizar a cultura local dentro do seu contexto. Entretanto, quando os movimentos sociais criam seus veículos, estes tem muitas dificuldades de sobreviver no mercado editorial (Barbosa, 2005).

### **3.1 Movimentos sociais e a grande imprensa: conflitos ideológicos**

Os movimentos sociais na América Latina sempre foram um campo no qual pouco estudiosos se empenharam. O Brasil está no meio do seleto percentual de países dessa região que voltaram a atenção para o estudo dos movimentos sociais, junto com a México, Argentina e Chile. Sendo assim, esses países são os únicos que já têm uma tradição de estudo nesta área (Gohn, 2004).

Os movimentos sociais começaram a surgir no Brasil no período da ditadura militar e naquela época começou-se a criar cursos de pós graduação na área de ciências sociais que visavam discutir esse novo momento da história. Nos bancos acadêmicos era o espaço permitido para o debate de problemas da sociedade. A base dos estudos realizados sobre o tema foi inspirado em paradigmas europeus, pois muitos pesquisadores deste assunto tinha uma posição partidária de esquerda e considerava as teorias norte americanas funcionalista como afirma Gohr (2004). Essa tendência manteve-se pelas décadas de 70 e 80 nas universidades, sendo assim a linha de estudo seguia uma teoria marxista, portanto, como afirma a autora, estudiosos e pesquisadores do assunto não ficavam apenas na teoria, mas geralmente eram pessoas engajadas politicamente. 'Como grande parte dos cientistas do período estava engajada em lutas sociais concretas, a teorização e o delineamento

das tarefas necessárias na luta social cotidiana se confundiram’ (Gohn, 2004:216). A autora ainda chama a atenção para o perigo que esse envolvimento tão próximo e com essa linha divisória tão tênue entre o pesquisador e o militante poderia causar à pesquisa ‘Disto resultou uma certa rigidez do pensamento, que, pretendemos ser críticos, se tornou algumas vezes dogmático’ (Gohn, 2004:216).

Os movimentos sociais têm como objetivo buscar soluções para problemas locais, eles surgem no espaço deixado pelo Estado (Festa, 91). Os mais conhecidos são os movimentos ligados à igreja, à terra e à moradia. Entretanto, há infinitos tipos de movimentos sociais (Peruzzo, 1998).

Muitas vezes os movimentos sociais são confundidos com as organizações não governamentais, porém, militantes dos movimentos não gostam dessa comparação, já que ele tem uma visão negativa das ongs, essa visão é muito bem retratada no documentário *Quanto vale ou é por quilo?*, na qual, faz uma dura crítica as Ongs.

As organizações não governamentais segundo Abral (1996) são uma forma de organização política que unem pessoas que não concordam com o pensamento hegemônico dominante das instituições. As Ongs também podem ser uma prática de militância. Essa seria uma visão diferente da imagem das Ongs, das quais o movimentos sociais concordam. Entretanto, esse assunto é muito vasto e não é o objetivo deste estudo. Porém, fez-se necessário mencionar as ongs, até mesmo para diferencia-las dos movimentos sociais, pois sendo elas válidas ou não para a sociedade o princípio e forma de agirem diferem dos movimentos sociais.

Entendendo os estudos voltados e o princípio dos movimentos sociais ficam mais nítido, os conflitos ideológicos deles com a grande imprensa. Para Gramsci (2004:78) a ideologia é ‘a organização material voltada para manter, defender e desenvolver a ‘frente’ teórica ou ideológica’. Para o autor uma das formas de manter está ideologia das classes dominantes são os veículos de comunicação. Então, cada classe defende seus valores e os veículos de comunicação defendem sua classe, ou seja, a classe dominante. Por outro lado, os movimentos sociais, defendem sua luta e sua classe; a classe subalterna. Portanto, entende-se os con-



flitos aqui mencionados, também como uma luta de classe (Gramsci, 2004).

Gramsci (2004) trabalha com conceito de intelectual orgânico que seria um intelectual surgido de determinada classe. É muito comum vermos os intelectuais das elites, porém, os movimentos sociais acabam por formar seus próprios intelectuais, que defendem suas causas e olham para as questões sociais de outro prisma (Peruzzo, 1998). Sendo assim, os meios de comunicação da grande imprensa acabam muitas vezes trabalhando com os intelectuais da classe dominante, que acabam tendo uma visão impregnada e negativa dos movimentos sociais, isso faz com que eles tenham sua imagem negativa perante a sociedade. Além disso, esses conflitos também se dão devido a posição tomada pelo veículo que defende seus próprios interesses (Barbosa, 2005).

### **3.2 Movimentos sociais criam seus veículos de comunicação**

Os movimentos sociais na tentativa de conseguir mostrar os fatos com outro foco do apresentado pela grande imprensa buscam alternativas com veículos próprios no qual eles saem da condição de receptores para tornarem-se produtores das mensagens (Peruzzo, 1998). Essa acaba sendo uma solução para que chegue à sociedade um outro foco da notícia que não é mais mercadológico como as notícias da grande imprensa, visando discutir outros assuntos e se preocupando muito mais com o conteúdo. Esses veículos de comunicação comunitária ou alternativa por não visarem o lucro acabam com outras preocupações, voltadas para a formação das pessoas, sendo assim, o conteúdo acaba sempre trazendo uma contextualização do fato. Peruzzo (1998), ressalta a importância dos movimentos populares terem suas ferramentas de comunicação e principalmente a questão de se tornarem os produtores da mensagem. Pois, somente assim a sociedade toma contato com o outro lado da história.

### **3.2.1 A revista MST uma alternativa ao discurso da grande imprensa**

O MST é um dos movimentos sociais mais conhecidos pela sociedade e também um dos mais discriminados. Esse fato está relacionado com os interesses da classe burguesa que são as donas dos veículos de comunicação e que acabam passando uma imagem negativa do movimento para o público.

Portanto, com o intuito de mostrar outra versão apresentada na grande imprensa, o MST criou vários veículos próprios. No entanto, destacaremos a revista, pois essa tem o intuito de combater de fato com as notícias dos grandes veículos, pois ela é voltada para os apoiadores do movimento. Ou seja, seu público alvo não são as pessoas assentadas nos acampamentos que tem outro veículo voltado para elas. Mas a revista é direcionada aos apoiadores do movimento, portanto, para pessoas que concordem com a ação e método por eles utilizado. Sendo assim, direciona-se para um público acadêmico e intelectuais apoiadores. Portanto, acaba por ser uma alternativa para que o movimento tenha a oportunidade de mostrar e discutir questões relacionadas a ele e a sociedade de modo geral.

# Capítulo 4

## Jornal Cantareira

O objetivo deste capítulo é conhecer e analisar o objeto principal da pesquisa, jornal Cantareira, a partir de dados coletados em 11 edições do jornal correspondente ao ano de 2005 de fevereiro a dezembro. A análise será realizada com base em aspectos da comunicação comunitária, fundamentados em capítulos anteriores. Ou seja, serão averiguados as fontes de informações, os temas trabalhados pelo jornal e o enfoque adotado no tratamento de cada matéria.

Além disso, serão relatados aspectos da região onde o jornal Cantareira atua, abordando as características da região e também algumas informações sobre a associação Cantareira que é a produtora do jornal. Sendo assim, não se pode deixar de mencionar as comunidades eclesiais de base, já que a associação surgiu de uma e ainda mantém laços com ela. Portanto, neste capítulo o jornal Cantareira será analisado e verificado se ele realmente é comunitário como tem sido classificado.

### 4.1 História da região

O jornal Cantareira tem sede no distrito da Brasilândia, portanto, faz-se necessário contextualizar os aspectos dessa região para entender a proposta do jornal que está inserido nessa comunidade.

A Brasilândia recebeu esse nome na década de 30, pois um comerciante da região resolveu mobilizar a comunidade para a criação da igreja

de Santo Antonio. Então, como forma de agradecimento o nome do distrito foi inspirado no nome do comerciante Brasília Simões ( Prefeitura SP, 2006)

A Brasilândia é uma região da grande São Paulo que teve sua história ligada às classes menos favorecidas, isso se deve ao fato de ter começado a ser povoada de fato com habitantes da região central de São Paulo que foram obrigados a se mudar para a construção das avenidas São João, Duque de Caxias, Ipiranga. Esse processo fazia parte da estruturação do centro criado na gestão Prestes Maia (Freguesia news, 2006). Esse projeto recebeu o nome de *Plano de Avenidas* e durante o período de 1938 à 1945, o centro de São Paulo foi remodelado. Essas medidas foram adotadas devido ao crescimento da frota de automóveis da cidade de São Paulo (Terra, 2006).

Essas pessoas que se viram obrigadas a procurar outro local para morar viram na Brasilândia uma oportunidade única, devido a facilidade em adquirir os terrenos com valores baixos e ainda tinham um atrativo muito grande, pois na compra de um lote a pessoa recebia tijolo e telhas para a construção da casa. A região não oferecia nenhuma infraestrutura, entretanto, recebeu diversos moradores da região do centro que estava sendo desapropriada, além de migrantes nordestinos e também do interior do estado que vinham em busca de oportunidades de trabalho. A região também recebeu imigrantes italianos e portugueses que vinham para o Brasil para fugirem de guerras e acreditarem que essa terra poderia ser uma chance para se ter uma vida melhor (Freguesia News, 2006)

Com 59 anos, à Brasilândia abriga as seguintes regiões; Jardim Damaceno, Jardim Corumbé, Jardim Paulistano, Jardim Bela Vista, Jardim Guarani, Jardim do Tiro, Jardim Ismênia, Jardim Ana Maria, Jardim Almanara, Jardim Iracema, Vila Teresinha, Vila Itaberaba, Vila Penteadado, Vila Ducina, Vila Isabel, Parque Belém, Parque Tiête.

As terras desse distrito eram um antigo sítio que pertencia a Brasília Simões e foi comprada pela empresa Brasilândia de Terrenos e Construções. Essa empresa pertencia a José Munhoz Bonilha . Outro fator que contribuiu para o povoamento da região foi a chegada da empresa Vega-Sopave. Ela proporcionava a seus funcionários moradias na re-

gião. Essa empresa iniciou suas atividades em 1939 logo em seguida foi desativada voltando a funcionar em 1946. E voltou a ser desativada na década de 80 e atualmente onde ela era instalada encontra-se a Sabesp (Freguesia News, 2006).

Além desse loteamento, com muitas facilidades foram criados outros loteamentos clandestinos na década de 60. Sendo assim, os terrenos eram muito pequenos, ruas estreitas e sem espaço para praças e áreas de lazer. O primeiro centro de educação e esporte foi criado em 1984, mas mesmo assim esse centro mais tarde foi desapropriado e acabou virando uma área ocupada por moradias (Freguesia News, 2006).

A região da Brasilândia é uma área da grande São Paulo não muito conhecida e nem muito divulgada nos meios de comunicação, não havendo também estudos sobre essa região e até mesmo no site da prefeitura do governo do estado de São Paulo as informações são escassas e na mesma página encontramos ligadas Brasilândia e Freguesia do Ó, entretanto essas regiões são muito diferentes. Talvez essa associação seja feita no site da prefeitura devido ao fato das saídas da Brasilândia estarem ligadas as saídas do distrito da Freguesia do Ó.

## **4.2 Comunidades Eclesiais de Base**

As CEBs , Comunidades Eclesiais de Base, são grupos de pessoa que estão ligados através da igreja católica que se reúnem para discutir o evangelho e os problemas locais. As primeira CEBs surgiram no Brasil na década de 60, geralmente as pessoa pertencentes fazem parte das classes menos favorecidas e as CEBs de maior penetração junto a população encontra-se nas periferias. Existem algumas Comunidades Eclesiais de Base na classe média, mas essas têm pouca expressividade e geralmente se reúnem apenas por motivos religiosos descaracterizando o principio das CEBs que é discutir temas que afringem a comunidades como problemas sociais da região, sendo assim, muitos movimentos populares tem suas raízes ligadas a CEBs e surgem a partir delas (Betto, 1986).

Frei Betto (1986) caracteriza as Comunidades Eclesiais de Base da

seguinte forma: são comunidades por dividirem a mesma fé, morarem na mesma região e serem pessoas que se conhecem pelo nome, são pessoas que dividem os mesmos problemas de subsistência como moradia, transporte, saúde, ou seja lutam por melhores condições de vida. São Eclesiais por estarem ligadas a igreja católica e são de base, pois são construídas pelas classes populares, pessoas que trabalham com as próprias mãos.

### **4.3 Associação Cantareira**

A Associação Cantareira foi fundada no dia 6 de fevereiro de 1996 por um grupo de pessoas ligadas à igreja católica da região. Ela tem uma sede na Vila Isabel que pertence ao Distrito da Brasilândia, região noroeste da cidade de São Paulo. A missão dessa entidade segundo Juçara T. Zottis é desenvolver projetos alternativos de comunicação e Educação Popular, Capacitação de Jovens, Educação Ambiental e a Assessoria aos Movimentos Populares. O primeiro projeto desenvolvido pela Associação Cantareira foi a rádio comunitária que no início do ano de 2006 atuava com uma programação diversificada com 20 programas produzidos por uma equipe de 36 voluntário. Ou seja, a rádio é produzida por membros da comunidade que se interessam em participar do processo de produção e assumem um compromisso com a rádio comunitária para poder colocar no ar todo dia sua programação. Entretanto no início do ano ela foi desativada por tempo indeterminado para sua reestruturação, porém o motivo mais forte para a desativação da rádio foi o medo da Anatel tomar os equipamentos que foram conseguidos ao longo dos anos. A rádio está em processo de regulamentação pela Lei Federal 9.142/98, entretanto, o processo é lento e o risco de terem os equipamentos recolhidos é muito grande. A rádio da Associação Cantareira conta com uma estrutura com um estúdio para a rádio, mesa de som, antena, computador, microfones e linha telefônica. Esse espaço também é utilizado para a gravação de vinhetas, spot, programas para a rádio, peças de teatro, músicas para a rádio e salas de educação popular. Além disso, o espaço também serve como uma forma de gerar renda

para ajudar a manter a entidade, que consiste na gravação de propagandas para carros de som no estúdio. No final desse ano a rádio já está em funcionamento, mas ainda não conseguiu atingir a legalidade.

Outro ponto que a Associação Cantareira trabalha é a contribuição na formação crítica dos moradores da Brasilândia. Uma das estratégias é a formação na área de comunicação com a realização de oficinas, cursos, palestras, seminários abordando temas sobre comunicação, além de cursos de redação jornalística, produção e locução para rádio, interpretação, legislação, história do rádio, filosofia e características da rádio comunitária. Essas medidas têm como objetivo incentivar e capacitar membros da comunidade que tenham interesse em participar ativamente dos veículos de comunicação da Associação Cantareira.

Outro foco trabalhado pela Associação Cantareira é a formação de jovens da região e que já realizou diversos cursos de capacitação na sua história. Entre eles, abordam-se alguns; Monitoria Ambiental em 1998, Agente Comunitário em 1999, Audiovisual em 2000, Agentes Sócio Ambiental em 2002, Curso de Empreendedores Sociais em 2001 em parceria com o Instituto da Paz, Curso Comunicação Ecologia e Paz em 2001 e a produção do documentário *O melhor do lixo* em parceria com a Rede Rua de Comunicação. Além de oficinas, palestras e elaboração de pequenos projetos de geração de renda para jovens, lideranças e professores da região em parceria com o consórcio CÓGITO-ECOAR em 2000 e 2001.

A Associação Cantareira está muito ligada a movimentos sociais, portanto também desenvolve assessoria e apoio a esses movimentos, por meio de articulação da sociedade civil na organização de conselhos e atua na capacitação dos conselheiros eleitos pela comunidade. Apóia movimentos populares de moradia, apóia entidades e organizações que desenvolvem ações que visem a construção da Cultura de Paz. Incentiva e assessora a formação de cooperativas e projetos de geração de emprego e renda. Participa da luta pela democratização dos meios de comunicação.

Outro projeto da associação e o que mais nos interessa nesse estudo é o jornal Cantareira que será investigado em outro tópico mais detalhadamente.

## 4.4 Início de tudo: Nasce um jornal

O jornal Cantareira teve sua primeira edição em dezembro de 1997, atualmente tem uma tiragem mensal de dez mil exemplares, seu formato é germânico (tablóide), capa e contra capa em quatro cores, possui uma equipe editorial de 12 pessoas e cerca de 20 colaboradores a cada edição. É distribuído em duzentos pontos e atinge cerca de 30 mil leitores segundo informações da Associação Cantareira. O jornal Cantareira tem uma sala de redação na sede da Associação Cantareira, com mesa de reunião, computadores, scanner, impressora. E nessa sede encontramos a divulgação do objetivo do jornal, são eles: propiciar ao povo o direito de acesso à comunicação alternativa e popular de qualidade tendo em vista a democratização dos meios. O jornal divulga ainda sua proposta mais detalhadamente sendo ela:

*Possibilitar leitura crítica sobre as versões dos fatos, locais, nacionais e internacionais;*

*Ser um veículo de comunicação alternativo de informação e formação que favoreça o resgate a cidadania;*

*Publicar matérias, reportagens e artigos referentes de informação e formação que favoreça o resgate a cidadania;*

*Ser um espaço de debate, dialogo e questionamento da realidade sócio-política, econômica, religiosa e cultural no país e da América Latina;*

*Estimular por meio das reportagens a organização do povo tendo em vista o fortalecimento das organizações populares que lutam pela transformação social;*

*Manter a independência, a coerência quanto à linha editorial e a veracidade dos fatos;*

*Possibilitar uma versão da realidade da periferia que promova a paz, a justiça e não a violência;*

*Proporcionar aos comunicadores do meio popular capacitação jornalística quanto a linguagem, redação, editoração, diagramação, interpretação dos fatos e conhecimentos gerais.*

O jornal publica por ano 11 edições, em janeiro eles não fazem o jornal e lançam a edição de fevereiro, como edição dupla contemplando



os dois meses, janeiro e fevereiro. A distribuição do jornal não se limita à região da Brasilândia, portanto, circula também em Perus, Freguesia do Ó, Pirituba e Nova Cachoeirinha. O jornal é distribuído de mãos em mãos, segundo o jornalista responsável pela diagramação do jornal, Eduardo de Souza, que é um ex-padre. O jornal é produzido por voluntários, sendo eles uma mistura de jornalistas, membros da Associação Cantareira, membros da comunidade e professores universitário que produzem os artigos. O jornal é distribuído gratuitamente e se mantém com recursos da Associação Cantareira. A distribuição é feita mão a mão e os membros da Associação Cantareira utilizam determinada forma de checar se os jornais realmente estão sendo distribuídos, eles tem uma quantidade certa para mandar para cada ponto de distribuição e as vezes eles mandam exemplares faltando, e os colaboradores sempre ligam reclamando que faltam alguns exemplares, portanto, esse é um recurso utilizado para verificar se os jornais estão realmente chegando as mão dos leitores.

O jornal conseguiu criar uma rede de colaboradores que contribuem na produção do jornal, entretanto, há uma equipe fixa de pessoas que se responsabilizam pelo fechamento do jornal. Eles passam sempre o último final de semana de cada mês se dedicando a produção do jornal que deve sair para os leitores sempre no início do mês. O jornal é utilizado por alguns professores como material para apoio nas aulas.

Um dos objetivos da equipe é diminuir a periodicidade do jornal transformando-o em quinzenal ou até mesmo semanal, porém, isso demandaria recursos financeiros e humanos, sendo então, necessário pessoas com dedicação total ao jornal. Um vez por mês é realizado uma reunião de pauta, com a equipe do jornal e com alguns dos colaboradores, mas muitas sugestões de pautas também são enviadas por e-mail e através do telefone.

A reunião de toda equipe é realizada apenas uma vez a cada ano, já que torna-se difícil reunir todos os colaboradores numa mesma data. Essa grande reunião serve para discutir a conjuntura social e política do momento e qual o posicionamento que o jornal irá seguir. Passa-se o dia fazendo uma análise conjuntural e lançando perspectivas para o ano seguinte e para finalizar o encontro é realizado uma análise do jornal.

O jornal Cantareira é descrito pelo jornalista Eduardo de Souza como um jornal comunitário e popular, pois ele é feito com linguagem simples que pode ser compreendido tanto por uma dona de casa como por um intelectual. O jornal abre espaço para as pessoas da comunidade que podem mandar textos, sugestões de matérias e etc. Outro ponto que o jornalista ressalta é o respeito à fonte que o jornal tem. O jornal tem uma posição de esquerda, por acreditar que a esquerda está mais relacionada com as lutas sociais, entretanto, o jornal, segundo Eduardo de Souza, não tem nenhum envolvimento com políticos ou partidos políticos, isso para a equipe do jornal é sagrado. Portanto, ele afirma que o jornal Cantareira tem um apoio crítico à esquerda e quando nota-se que algo que não é bom para a sociedade está acontecendo, o jornal Cantareira denuncia da mesma forma que faria com a direita.

O jornal possui poucos anúncios como será analisado em tópicos seguintes e segundo Juçara T. Zotti, o anúncio em jornal mensal não compensa muito para o anunciante e além disso, tem também o fato que por ser tratar de um jornal comunitário que divulga movimentos sociais, acaba não agradando algumas pessoas da sociedade que não querem ver o nome de suas empresas atrelada a essas causas. Portanto, geralmente os anunciantes do jornal são simpatizantes das causas defendidas pelo jornal e realizam o anúncio não pelo retorno financeiro, mas sim para contribuir com a causa.

## 4.5 Análise do jornal Cantareira

O jornal Cantareira tem periodicidade mensal e nesta pesquisa foram focadas as 10 edições publicadas do jornal no ano de 2005. Sendo que naquele ano não foi realizada a edição do mês de janeiro e a edição de fevereiro foi feita junto com a de março.

O jornal apresenta um projeto gráfico padronizado nas dez edições analisadas, sendo a capa em quatro cores com o logo do jornal no cabeçalho na cor verde. A manchete principal na maioria das edições se apresenta na cor roxa, variando as vezes com o preto e o vermelho. O jornal trabalha com uma foto grande na capa na parte superior que ocupa

quase todo o espaço. As manchetes menores são trabalhadas com cores vermelha e azul. Em algumas edições são utilizados *box* para destacar algum assunto, entretanto, em todas as edições existem um *box* na cor verde com chamadas das matérias da edição do mês.

O jornal Cantareira tem oito páginas e o projeto gráfico está estruturado da seguinte forma: na página dois encontra-se o Editorial (opinião jornal Cantareira), Agenda (espaço para divulgar eventos, cursos da região relacionadas a movimentos populares), Espaço do leitor (reservado para a divulgação de cartas, e-mails e fax que chegam ao jornal), Artigos (textos enviados por especialistas e muitas vezes professores universitários sobre economia, política e movimentos sociais), Charge (desenhos com críticas a problemas sociais do momento), Expediente (nome da equipe do jornal). Na página três o espaço é reservado para os artigos (escritos por especialistas). Na página quatro o espaço é dedicado a notas curtas e matérias com assuntos locais. Já a página cinco discute história da região e do país, sendo dedicado quase  $\frac{3}{3}$  para a história de algum bairro da região e o espaço restante é dividido entre algum fato histórico nacional e um *box* que traz datas e fatos históricos do mês.

A página seis aborda assuntos relacionados à religião, sociedade e os movimentos sociais. Na página sete o espaço é dedicado a movimentos sociais e existem alguns anúncios de 8 a 10 anúncios por edição, sendo de comércios da região e alguns da própria Associação Cantareira. Já na página oito encontra-se a maior variação do projeto gráfico, pois nessa página há sempre coisas diferentes, em algumas edições existem entrevistas no formato ping-pong, já em outras edições há grandes reportagens. O jornal Cantareira também utiliza as fotografias que no miolo do jornal são de tamanho médio para pequeno, não ultrapassando na maioria dos casos dez centímetros. As fotos são em cores e o texto apresenta uma linguagem simples, ou seja, raramente são utilizadas palavras que não fazem parte do vocabulário utilizado pelas pessoas comuns.

Apesar do jornal utilizar fotografias nota-se a predominância do texto, sendo portanto, valorizado muito mais o conteúdo textual, não explorando os recursos visuais proporcionado pela imagem, entretanto,

o jornal mesmo utilizando muito pouco as fotografias não apresenta um projeto gráfico pesado e cansativo. As fontes utilizadas são comuns como a times e arial, tem-se portanto, poucas variações nesse sentido.

Ao observar o jornal Cantareira chega-se aos temas tratados por ele e que nesta análise serão divididos para constatar quais temas são mais discutidos pelo jornal. Sendo eles: política, economia, meio ambiente, movimentos sociais, cultura, prestação de serviço, notícias locais, educação, sociedade, religião, história da região e do país e a mídia. Pode-se observar a quantidade das matérias relacionada aos temas nas duas tabelas que seguem:

<b>Mês</b>	<b>Política</b>	<b>Economia</b>	<b>Meio Ambiente</b>	<b>Movimentos Sociais</b>	<b>Cultura</b>	<b>Prestação de Serviço</b>
<b>Fevereiro/ Março</b>	3	2	2	3	0	0
<b>Abril</b>	3	1	0	3	0	0
<b>Maió</b>	1	2	1	3	1	2
<b>Junho</b>	2	1	1	4	1	1
<b>Julho</b>	3	1	0	2	1	3
<b>Agosto</b>	4	0	1	3	0	2
<b>Setembro</b>	6	0	1	7	0	0
<b>Outubro</b>	7	2	1	2	0	2
<b>Novembro</b>	4	1	0	8	2	2
<b>Dezembro</b>	3	1	0	2	0	4

Mês	Notícias Locais	Educação	Sociedade	Religião	História da região e do país	Mídia
<b>Fevereiro/ Março</b>	2	2	4	4	2	0
<b>Abril</b>	1	1	4	3	2	1
<b>Mai</b>	3	1	2	4	1	1
<b>Junho</b>	4	0	2	5	1	1
<b>Julho</b>	2	2	4	5	1	1
<b>Agosto</b>	2	0	2	5	2	1
<b>Setembro</b>	2	1	2	2	0	1
<b>Outubro</b>	1	1	3	0	2	2
<b>Novembro</b>	4	0	6	2	2	1
<b>Dezembro</b>	5	1	4	3	1	1

Ao Analisar os resultados apresentados na tabela pode-se dizer que o jornal Cantareira atende as características do jornalismo comunitário que foi apresentado nos primeiros capítulos deste estudo fundamentando então essa constatação. Observando os resultados dos dados apresentados na tabela, pode-se perceber que os assuntos mais abordados no jornal são; Movimentos Sociais (37 vezes mencionados nas 10 edições analisadas), Política (36 vezes mencionados nas 10 edições analisadas), Sociedade ( 33 vezes mencionados nas 10 edições analisadas), Religião (31 vezes mencionados nas 10 edições analisadas), Notícias Locais ( 26 vezes mencionados nas 10 edições analisadas). Portanto, o jornal Cantareira foca em assuntos do interesse do jornalismo comunitário, mas pode-se perceber também a forte influência de temas relacionados a igreja católica, isso se deve ao fato de que a Associação Cantareira ter surgido de uma Comunidade Eclesial de Base.

Todos os temas abordados pelo jornal buscam a contextualização dos fatos com uma preocupação em trazer para as páginas do jornal a realidade da comunidade e também busca a formação cultural dos leitores e sempre trás fatos históricos da região e do país contribuindo assim para a construção do conhecimento crítico que é uma das funções básicas do jornalismo comunitário conforme as teorias já apresentadas.

O jornal Cantareira apresenta uma abordagem dos assuntos políti-

cos direcionados à esquerda, por criticar temas como neoliberalismo e privatizações, entretanto, isso não quer dizer que o jornal tome uma posição partidária, já que crítica tanto o governo do PT quanto o governo do PSDB, as grandes forças políticas do ano analisado.

O jornal assume posição de apoio aos movimentos sociais e populares dando grande espaço a esses assuntos nas edições analisadas. O jornal utiliza como fonte de informações pessoas da comunidade e especialistas.

## Considerações Finais

O jornalismo Comunitário apresentou-se no decorrer deste estudo como uma forma de comunicação que se mostra alternativa aos grandes veículos de comunicação. Entretanto, esse tipo de jornalismo é muito difícil de ser encontrado, pois normalmente trata-se de um trabalho voluntário, sendo assim, demanda jornalistas e pessoas da comunidade que se disponham a assumir um compromisso com o veículo. Além disso, há a necessidade de recursos financeiros para manter o jornal. Essa talvez seja uma das maiores dificuldades desses veículos que até hoje não encontraram uma solução para o problema. Esse fato é uma das causas mais fortes para a pouca duração de alguns veículos que surgem com uma proposta realmente comunitária. No caso do jornal Cantareira, pode-se notar que há poucos anúncios publicitários e conforme foi explicado pelo jornalista Eduardo de Souza, um dos produtores do jornal, esses anúncios não são feitos por qualquer pessoa, pois financeiramente não compensa, mas sim por simpatizantes das bandeiras levantadas pelo jornal. Além disso, corre-se um risco ao abrir muito espaço para publicidades em um jornal comunitário, pois, ele pode perder sua liberdade e deixar de ter suas características que tanto os diferem de outros jornais, e acabar com isso, por tornar-se um jornal de bairro, que nada mais é que um jornal no padrão da grande imprensa, entretanto busca outros focos publicitários que no caso são os comércios locais.

É importante o estudo desse segmento jornalístico, não com intuídos mercadológicos, mas sim como uma forma de continuar acreditando em um outro jornalismo, talvez utópico na sociedade atual, mas um jornalismo que se preocupe em contextualizar o fato, um jornalismo com espaço para a reflexão e o debate. Um jornalismo que luta por

pontos de vista claros e não levanta a bandeira da imparcialidade, mas que defende lutas sociais. Entretanto, sabe-se que é muito difícil criar e manter um projeto assim, devido às questões já expostas. Porém, um fato é importante destacar, o jornal Cantareira apresentou-se como um jornal comunitário e segundo as análises feitas neste trabalho, assim o podemos classificar. Pois, nas edições analisadas do ano de 2005 encontrou-se várias das características citadas por nomes conceituados da comunicação comunitária.

Portanto, apesar das dificuldades esse tipo de jornalismo ainda pode ser encontrado, mas é preciso olhar com cuidado todo veículo que se apresenta como tal, para poder assim ter a certeza que o veículo é o que está dizendo, e não está usando simplesmente uma bandeira para agradar e chamar a atenção. O foco do jornalismo comunitário é sempre a população local e as lutas dessa população. Ele precisa ser politizado, mas nunca partidário e acima de tudo ter o espaço aberto para a comunidade, para que ela seja uma produtora da mensagem e não somente receptora. É o espaço para apropriar-se da comunicação e ter voz e vez.

A comunicação comunitária está diretamente ligada aos movimentos de base que lutam por melhores condições de vida, lutas do cotidiano como por uma creche no bairro, asfalto, hospital com bom atendimento. Sendo assim, está diretamente ligado às classes populares que quase nunca têm espaço na grande imprensa e quando têm, na maioria dos casos é mostrada de forma pejorativa e com estereótipo, portanto, mostra-se nesses veículos apenas o lado negativo daquela região. Já na comunicação comunitária há o espaço para mostrar o lado bom e os fatos importantes que acontecem no local, há também a valorização da cultura local.

Portanto, fica-se o desejo que a comunicação comunitária seja cada dia mais investigada por pesquisadores para que, com isso, ela possa se desenvolver e ganhar novos adeptos e mais do que isso, seja valorizada e descoberta pelas classes populares como uma arma para lutar por seus direitos.

A comunicação dos grandes veículos é uma ferramenta utilizada pelos poderosos e que durante muito tempo massificou a população, entretanto, esse conceito de massa está ultrapassado, mas não pode-



mos negar a força que esses veículos ainda exercem sobre a população. Sendo assim, a comunicação comunitária pode fazer esse contra ponto, se a grande imprensa massifica, a comunitária lida com cada indivíduo de forma próxima e abre o espaço para os debates, talvez o sonho dos comunicadores dessa área seja ver esses veículos tornando-se uma àgora desses novos tempos e das classes populares para que estas tenham o espaço de debater a conjuntura social, assim como fazem as elites nos grandes veículos. E também criem seus intelectuais orgânicos como Gramsci chamava as pessoas vindas das classes subalternas e que viravam na sua comunidade líderes admirados e lutadores por causas comuns àquela sociedade, sendo assim, eram intelectuais que surgiam dessas classes populares e de alguma forma se destacavam. Esse talvez seja o papel da comunicação comunitária e do Jornalismo comunitário que, quando atinge o seu papel pode ajudar a transformar a região onde atua.



## Referências Bibliográficas

ABRAMO, Cláudio. *A regra do jogo*. São Paulo: Companhia das letras, 2002.

ABRAL, Adilson Vaz. *Rompendo Fronteiras: a comunicação das Ongs no Brasil*. Rio de Janeiro: Achiamé, 1996.

BARBOSA, Alexandre. *A solidão da América Latina na grande imprensa brasileira*. Dissertação de Mestrado - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

BETTO, Frei. *Comunicação Popular e Igreja*. In *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1991.

COELHO NETO, Armando. *Rádio comunitária não é crime*. São Paulo: Summus, 2002.

ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1984.

FESTA, Regina, SILVA Eduardo Lins da. *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1991.

FLAUSINO, Cristina Valéria. *Uma proposta comunitária: a Rede Globo pode ter uma?* In *Jornalismo no século XXI: a cidadania*. Hohlfeldt, Antonio e Barbosa, Marialva (org). Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre, Tchê, 1987.

- GOHN, Maria da Glória. *Teoria dos movimentos sociais*. São Paulo: Loyola, 2004.
- GUARESCHI, Pedrinho A. *Comunicação e controle social*. Petrópolis: Vozes, 2004.
- GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do cárcere – vol. 2*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Quem manipula quem? 2ª. edição*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.
- MEDINA, Cremilda. *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Summus, 1988.
- KUSCINSKI, Bernado. *Jornalistas e revolucionários: no tempo da imprensa alternativa*. São Paulo: EDUSP, 2003.
- PERUZZO, Maria Cicília K. *Comunicação nos movimentos populares*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- SILVA, Gislene Rosa. *Identidade da periferia: o papel das rádios comunitárias na construção da cidadania*. Monografia de especialização em Jornalismo Social. PUC, São Paulo, 2003.

## Depoimentos

- Eduardo de Souza. Jornalista e diagramador do jornal Cantareira, Julho 2006.
- Juçara T. Zotti. Membro da Associação Cantareira, fotografa e responsável pela distribuição do Jornal Cantareira, Julho de 2006.

## **Sites**

FREGUESIA NEWS. Disponível em < <http://www.freguesianews.com.br>>  
Acesso em: 20 de outubro de 2006.

INTERVOZES. Disponível em: < <http://www.intervozes.org.br>> Acesso  
em: 20 de abril de 2006.

MARQUEZ, Gabriel Garcia. *A melhor profissão do mundo*. Disponível  
em:< <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/mat2010a.htm>>  
Acesso em: 30 de set. 2006.

MARQUEZ, Gabriel Garcia. *A melhor profissão do mundo*. Dispo-  
nível em:< <http://www.telejornalismo.com/marquez.htm>> Acesso  
em: 30 de set. 2006.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Disponível em < <http://www.prefeitura.sp.gov.br>> Acesso em: 15 de outubro de 2006.

TERRA. Disponível em « <http://www.terra.com.br>> Acesso em: 01 de  
novembro de 2006.

## **Vídeos**

Quanto vale ou é por quilo? Dir.Sérgio Luís Bianchi. Brasil, Agravo  
Produções Cinematográficas S/C Ltda, 104 mim, 2005.