

JORNALISMO UNIVERSITÁRIO NO INTERIOR DA AMAZÔNIA ORIENTAL: O CASO EXPERIMENTAL DO RONDON NOTÍCIAS

University journalism in the interior of the Eastern Amazon: the experimental case of Rondon Notícias

Periodismo universitario en el interior de la Amazonía oriental: el caso experimental de Rondon Notícias

Elaine Javorski Souza¹
Livia Moreira Barroso²
Jussara Alves³

RESUMO

Este artigo pretende discorrer sobre o portal Rondon Notícias, produto de mídia desenvolvido por alunos e professores do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa). Criado em 2018 com o objetivo primeiro de suprir as necessidades informativas de Rondon do Pará, cidade do sudeste do Pará, próxima à divisa dos estados do Tocantins e Maranhão, na Amazônia Oriental, funciona também como um laboratório de experiências em jornalismo comunitário, auxiliando os alunos a terem um contato mais

¹ Doutora em Sociologia da Comunicação e dos Media pela Universidade de Coimbra (2016). Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2000) e Mestrado em Comunicação e Industrias Culturais pela Universidade Católica Portuguesa. Professora na Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará. E-mail: elainejavorski@hotmail.com.

² Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais na linha de pesquisa Processos Comunicativos e Práticas Sociais. Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB na Linha de Pesquisa Mídia e Cotidiano. Graduada em Comunicação Social - Hab. Jornalismo pela Universidade Estadual do Piauí - UESPI e em Licenciatura em História pela Universidade Federal do Piauí. Professora na Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará. E-mail: liviabarroso89@gmail.com.

³ Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará. E-mail: jussaraalves477@gmail.com.



imediatamente com a prática profissional e com a comunidade local. As reflexões teóricas versam sobre questões inerentes ao jornalismo no interior do Brasil, jornalismo comunitário e digital para se compreender a experiência empírica desse produto midiático.

PALAVRAS-CHAVE: Rondon Notícias; Jornalismo Comunitário; Portal de Notícias; Jornalismo no Interior; Jornalismo Digital.

ABSTRACT

This paper aims to discuss the Rondon Notícias site, a media product developed by students and teachers of the Journalism course at the Federal University of South and Southeast Pará (Unifesspa). Created in 2018 with the primary purpose of meeting the information needs of Rondon do Pará, a city in southeastern Pará, near the border of the states of Tocantins and Maranhão, in the Eastern Amazon, it also serves as a laboratory for experiences in community journalism, helping the students to have more immediate contact with professional practice and the local community. The theoretical reflections deal with issues inherent to journalism in the interior of Brazil, community and digital journalism to understand the empirical experience of this media product.

KEYWORDS: Rondon Notícias; Community Journalism; News site; Journalism in the Country Interior; Digital journalism.

RESUMEN

Este artículo pretende discutir el portal Rondon Notícias, un producto desarrollado por estudiantes y profesores del curso de Periodismo en la Universidad Federal del Sur y Sudeste de Pará (Unifesspa). Creado en 2018 con el objetivo principal de satisfacer las necesidades de información de Rondon do Pará, una ciudad en el sureste de Pará, cerca de la frontera de los estados de Tocantins y Maranhão, en el este de la Amazonía, también sirve como laboratorio de experiencias en periodismo comunitario, ayudando a estudiantes para tener un contacto más inmediato con la práctica profesional y la comunidad local. Las reflexiones teóricas abordan cuestiones inherentes al periodismo en el interior de Brasil, el periodismo comunitario y digital para comprender la experiencia empírica de este producto mediático.



PALABRAS CLAVE: Rondon Notícias; Periodismo comunitario; Portal de notícias; Periodismo en el interior; Periodismo digital.

Recebido em: 24.06.2019. Aceito em: 09.08.2019. Publicado em: 01.09.2019.

Introdução

Rondon do Pará é uma cidade do sudeste do Pará, próxima à divisa dos estados do Tocantins e Maranhão, na Amazônia Oriental. A sua população é de 52.357 habitantes, segundo estimativa populacional do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para 2019. No Censo de 2010, foram contabilizados 46.964 habitantes. Não possui jornal impresso e nem emissora de televisão, além de não existir nenhum órgão de comunicação com um departamento constituído por uma equipe de jornalistas profissionais. Embora existam duas emissoras de rádio e algumas páginas de notícias na internet, principalmente nas redes sociais, o conteúdo noticioso não tem caráter comunitário, buscando parte da informação nas cidades de maior porte como Marabá, que fica a 120 quilômetros, e a capital, Belém, da qual está distante 500 quilômetros. Nas bancas de jornal não é possível encontrar jornais diários nacionais nem regionais. Neste cenário, em 2018, a Universidade Federal do Sul e Sudeste do

Pará (Unifesspa) implantou o curso de Jornalismo, com o início da primeira turma em agosto. A abertura da graduação oportunizou o planejamento e desenvolvimento de projetos de extensão voltados para a comunidade. Um deles, o portal Rondon Notícias, desenvolveu-se como veículo de jornalismo comunitário com papel fundamental na cobertura dos assuntos de interesse público local.

Embora a graduação em Jornalismo ainda esteja em fase inicial, as implicações da sua inserção na comunidade já podem ser notadas com o fortalecimento da comunicação e consequente conhecimento das suas necessidades. O portal, como laboratório de prática do jornalismo, auxilia tanto os alunos, que têm de imediato um contato com a prática, como a comunidade, pois propicia um canal informativo único na cidade. Uma sociedade que possui informação de qualidade adquire condições necessárias para atuar com responsabilidade e criticidade nas relações sociais e políticas, compreendendo que também é parte do sistema que promove o

desenvolvimento local. Sendo assim, e pensando em formatos acessíveis tanto pelos meios tradicionais quanto pelas plataformas digitais, é possível vislumbrar o jornalismo como instrumento para habilitar o acesso e participação de todos na sociedade da informação, mesmo aqueles com menor poder aquisitivo ou em maior vulnerabilidade social.

Em consonância com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, criada em 2013 por meio do projeto de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI), o portal Rondon Notícias está inserido em um cenário de ampliação da área de atuação da Unifesspa e de sua estratégia de fortalecimento *multicampi*. Por meio das ações do portal de notícias, a universidade passa a estar presente em diversos setores da sociedade local e regional com disponibilização de informação de qualidade.

O município de Rondon do Pará está inserido na realidade do mercado de mídia

da região Norte onde os conglomerados de mídia, geridos por grandes grupos empresariais ligados a negócios familiares, alguns com forte atuação política, ocupam os principais canais de informação: rádio, televisão, impresso e internet. Nesse contexto, as comunidades onde os grandes veículos não chegam encontram nas ferramentas disponibilizadas com a internet canais para criação e desenvolvimento de jornalismo independente em diferentes contextos geográficos. Isso abriu espaço para novos veículos informativos, principalmente nas pequenas e médias cidades. Na região amazônica oriental, onde se localiza Rondon do Pará, assim como nos demais espaços amazônicos, a mídia local independente se desenvolve de forma precária mas constitui-se, muitas vezes, como a única fonte de informação onde o jornalismo tradicional não consegue chegar.

O Brasil, devido às suas distâncias continentais, possui diversos "desertos de notícia", ou seja, municípios sem veículos jornalísticos e também sem cobertura

significativa de imprensa. Segundo dados do Atlas da Notícia de 2018, isso representa 51% dos municípios e 30 milhões de pessoas. Os maiores desertos de notícias estão na região Norte, onde 70% dos municípios não possuem veículos de mídia, seguido da região Nordeste com 64%. Além disso, há também os "quase desertos", municípios que possuem apenas um ou dois veículos jornalísticos e que correm o risco de se tornar desertos. Eles representam 30% dos municípios brasileiros. Nesses centros afastados do eixo de produção da notícia (São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília), foi constatada a dependência do rádio e do jornalismo impresso. Constatou-se também que regiões com maior presença da imprensa possuem um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) maior.

O portal Rondon Notícias surge para tentar suprir as necessidades informativas básicas da população de Rondon do Pará. É com o objetivo de realizar uma descrição e análise do portal Rondon Notícias e sua atuação no interior da Amazônia Oriental

que esse artigo se apresenta. Pretende-se compreender sua importância para a comunicação local de uma cidade do interior da região Norte do Brasil. Para isso, serão realizadas reflexões teóricas sobre o jornalismo praticado no interior do país e o jornalismo comunitário produzido na internet. A seguir, serão descritas as atividades realizadas pelo portal a partir de uma visão crítica sobre seu papel na comunidade onde está inserido.

Jornalismo no interior

Longe dos grandes centros, os veículos de mídia das pequenas cidades de interior precisam desenvolver dinâmicas diferenciadas para viabilizar sua sobrevivência. Enquanto nos centros regionais ou cidades metropolitanas o investimento midiático ocorre de forma mais contínua, com a instalação de rádios e canais de televisão afiliados a grandes empresas de comunicação, que levam consigo, muitas vezes, também portais de notícias e jornalismo impresso, nas cidades do interior a atratividade é bem menor. A

essas cidades restam o papel de receptoras dos fluxos de notícias produzidos nos grandes centros. É o que Aguiar (2010) chama de "colonialismo comunicacional" devido às condições de subalternidade geopolítica e geocultural a que certas comunidades são submetidas. As estratégias corporativas do grande capital e também de dispositivos regulatórios dos governos não abrangem determinadas regiões. Isso foi evidente até a primeira metade do século XX quando países da Europa Ocidental exerciam um poder dominante sobre a África, a América Latina e Caribe e influenciavam os fluxos de comunicação, as narrativas jornalísticas e, de forma geral, os discursos sobre a vida.

Já nos anos 1950, a chegada da televisão e dos computadores possibilitaram aos Estados Unidos assumirem os sistemas hegemônicos de informação com projetos estratégicos mundiais de dominação econômica e política. É nesse processo que se desenvolvem as corporações transnacionais de bens culturais e surge um ambiente

propício para a criação de grandes empresas de comunicação nacionais que interligam o país de norte a sul, especialmente a televisão, no caso do Brasil. Mais tarde, o mundo ligado pela internet possibilitou a criação de novas estratégias de poder hegemônico. Embora a internet propicie uma sensação de acesso democrático, a distribuição desigual de acesso e as exclusões digitais demonstram a limitação do seu alcance.

Outra falsa impressão causada pela internet é a possibilidade de desenvolvimento de meios alternativos de informação mas sua distribuição desigual, com grandes veículos dominadores do sistema, faz com que continue existindo um cenário hegemônico de informação. A comunicação local, produzida no interior, em pequenas cidades e regiões, tende a preencher essa lacuna quando se constitui em um espaço que tem como características principais questões de identidade, lugar, cotidiano e proximidade (SILVA, 2010). Nesse sentido, os espaços de comunicação se dividem em uma global e

outra local. “A comunicação local é uma comunicação real enquanto a global é uma comunicação virtual” (VELOSO; PAEZ, 1999). Enquanto a comunicação global proporciona a organização dos espaços, fluxos e ações de forma ampla, a comunicação local destaca o cotidiano regional com abertura de possibilidades de intervenção social e também de criação de laços identitários.

É na perspectiva local que a comunidade, definida geograficamente, tem uma ligação mais próxima com as mídias. Mas no mundo globalizado não é possível mais compreender o local como algo isolado, singular. A noção de comunidade deve abranger também os cidadãos que já não estão próximo física e geograficamente, ainda mais quando se trata de um meio de comunicação disponível na internet.

O público de abrangência de um veículo pode ser delimitado a partir do que Santos (2007) define como região jornalística que é a área de influência ou raio de ação analisado de forma

quantitativa e qualitativa. No estudo sobre o mapa jornalístico do Brasil, o autor identificou “regiões e zonas e subzonas jornalísticas. Isso subentende a existência de áreas diferentes, maiores ou menores, uma dentro das outras, onde operam os jornais de acordo com as suas categorias funcionais” (SANTOS, 2007).

Nesse sentido, entende-se que a área de atuação ou a região jornalística de cada meio de comunicação é constituída também pelo fator econômico. É a partir da estrutura que se define o tamanho da equipe e a infraestrutura de deslocamento, o que permite percorrer alguma distância para encontrar a notícia. Caso não contem com essa estrutura, é provável que estejam mais propensos a publicar releases de prefeituras de outros órgãos, que tenham um espaço menor de publicação, que precisem preencher o noticiário com textos disponíveis na internet, etc. Mas uma empresa jornalística com grandes recursos pode também optar por localizar seu negócio, restringindo seu espectro de forma estratégica. Para Santos (2007), se há

vontade regionais e recursos econômicos, desenvolve-se uma mídia regional diária. Mas se a vontade regional encontra como barreira a falta de condições econômicas, desenvolvem-se produtos com maior periodicidade.

O jornalismo local tende a ser, na visão do autor, cada vez menos político, no sentido mais amplo de expressão, e cada vez mais interessado pelos problemas locais. Nesse sentido, consegue abranger problemáticas que os grandes veículos não alcançam porque se dizem nacionais mas não conseguem ir muito além das proximidades de sua região geográfica.

No caso do interior do Pará, especificamente na região sul e sudeste, bastante afastada da capital Belém, podemos descrevê-la como uma “zona de escassez de notícias”, compreendida por Schramm (1970) como local onde não se produz conteúdo noticioso e que se encontra fora do mapa de interesse da grande mídia. Para o autor, a mídia é uma arma para o desenvolvimento das sociedades. Além da carência de serviços de

primeira necessidade também existe a carência de informação e educação para que possam problematizar a própria condição e lutar para construir soluções para seus problemas. Mas essa ausência de empresas jornalísticas faz com que a comunidade construa suas próprias formas de se comunicar e difundir a informação.

A circulação se dá por meio de formas não-jornalísticas como o as conversas interpessoais e grupais, antes restritas ao contato pessoal e hoje fortemente apoiadas em tecnologia, como o caso das redes sociais e os aplicativos de mensagem instantânea como o WhatsApp. É nesse contexto que se insere o portal Rondon Notícias, como alternativa de informação de qualidade no contexto comunitário local.

Jornalismo comunitário na internet

No contexto de uma universidade inserida em uma cidade de pequeno porte, será possível realizar um jornalismo comunitário com a missão de desenvolver

um processo de informação e mobilização da comunidade muito eficaz.

Segundo Marcondes Filho (1987), são os meios de comunicação que interligam, atualizam e ajudam a organizar a comunidade. Nesse sentido, é importante que as notícias não sejam apenas produtos à venda mas sim que tenham uma função social. Diferente dos grandes veículos de comunicação, o jornalismo comunitário ajuda na socialização do indivíduo porque humaniza os sujeitos e mostram a realidade na qual estão inseridos. Os meios tradicionais tratam de generalidades que nem sempre interessam às comunidades menores. Os veículos comerciais discutem as questões no âmbito macro sem espaço nem interesse em abordar assuntos que só seriam notícias para determinadas comunidades (FESTA, 1986).

A criação, portanto, desses meios possibilita tratar de assuntos locais, de interesse da comunidade, com maior alcance do público-alvo se comparados a grande mídia. Além de facilitar o conhecimento da própria realidade,

trabalha no sentido de desenvolver um sentimento de pertencimento comunitário.

Para Peruzzo (2008), este tipo de comunicação que está mais voltada para o popular, alternativo e comunitário, tem início dentro dos movimentos populares das décadas de 1980 e 1990 no Brasil, assim como, em toda a América Latina. Para a autora, a comunicação comunitária não é um tipo qualquer de mídia, mas algo que surge dentro de espaços ou grupos sociais específicos com um caráter mobilizador e com canais próprios de comunicação – no nosso caso, o portal Rondon Notícias que surge dentro do espaço da universidade. De forma resumida, para a autora (2003, p. 4), a mídia comunitária é aquela “[...] que se realiza com base em processos nos quais as pessoas da ‘comunidade’ sejam os protagonistas principais”.

Neste sentido, pensar um meio de comunicação que se enquadra como uma mídia comunitária, é preciso que haja características para identificá-los. Para Peruzzo (2003), a primeira característica, e talvez a mais importante, é que o veículo tenha o objetivo de divulgar

acontecimentos das comunidades/movimentos coletivos que ele atende, que sejam de interesse público, e que raramente será pauta da mídia convencional.

Outra característica importante, é o uso de pessoas da comunidade na participação da elaboração do conteúdo que está sendo produzido para ser veiculado – aqui entra a participação do receptor, que pode ser produtor de conteúdo, entrevistado, editor etc – quem vai produzir ou ao pautar a mídia comunitária não será obrigatoriamente um jornalista ou especialista na área, mas pode ser o cidadão comum. Além das características já mencionadas, a autora destaca que fazer comunicação comunitária é ter como objetivo contribuir com a garantia dos direitos da comunidade, sobretudo, do direito à informação.

Os veículos de mídia comunitária não podem ter finalidade lucrativa, ou seja, devem sobreviver de doações ou apoios culturais, e sem anúncios publicitários. Esta questão do financiamento é um dos elementos que mais facilitaram a criação e

permanência de meios de comunicação comunitários a partir do surgimento da internet, uma vez que, é um espaço em que os gastos são mínimos, e em muitos casos até mesmo gratuitos. No que se refere aos conteúdos, estes devem ser sobre os problemas e necessidades que sejam de interesse local, pois isso, na maioria dos casos, a mídia comunitária tem dar destaque para os acontecimentos que ocorrem naquele lugar que ela alcança, por exemplo, no nosso caso do portal Rondon Notícias, sempre estamos abordando pautas locais, sobre a cidade, a universidade e seus acontecimentos.

A gestão da mídia comunitária deve ser coletiva e ter espaço para sugestões e críticas dos membros da comunidade, podendo ser, o veículo de comunicação, de propriedade coletiva, individual ou institucional, como é o caso do Rondon Notícias, mas sempre posto a serviço do comunitário, além de ter uma independência de órgãos governamentais ou do setor privado.

Outra característica importante destacada por Peruzzo (2003), é sobre o

alcance dos veículos de mídia comunitários, que segundo a autora, deve ser limitado no que se refere a “cobertura, audiência, número de leitores etc.

Porém, o que percebemos, sobretudo a partir da popularização da internet, é a existência de um processo de evolução da mídia comunitária que vem passando por alterações ao longo dos anos, sendo inicialmente, caracterizada pelo uso dos jornais impressos, chegando posteriormente aos meios eletrônicos (rádio e televisão), e hoje também vem sendo bem presente nas mídias digitais, havendo um crescimento significativo do uso de novas ferramentas no fazer, na prática jornalística e no consumo dos meios de comunicação comunitária e local.

A Internet vem se convertendo em uma importante alternativa de mídia comunitária na atualidade; os sites de comunidades de bairro se constituem em significativo instrumento de configuração de identidade coletiva, por possibilitarem o resgate da história, da cultura, das informações e das lutas desenvolvidas em determinados grupos sociais; a prestação de serviços, a divulgação de eventos e as reclamações são os conteúdos que mais se destacam; a participação da comunidade é o maior desafio a ser enfrentado, pois apesar

dos diversos mecanismos técnicos apresentados pela Internet, ainda é necessária a criação de uma cultura de participação. (BOTÃO, 2002, p. 8).

E a presença da internet dentro da mídia comunitária não se concentra apenas nos usos dos meios próprios online (sites, portais, redes sociais online, chats, bate papo etc), mas também tem interferido na produção e consumo das outras mídias. Por exemplo, quando olhamos para os meios de comunicação impressos, a informatização e digitalização fizeram com que os custos fossem reduzidos, possibilitando uma produção mais rápida, o que segundo Botão (2002, p. 10), permitiu um crescimento dos jornais comunitários dentro dos bairros, associações, universidades e em outros lugares.

No caso da televisão, a popularização das câmeras filmadoras em meados da década de 1980 e logo em seguida o uso dos computadores para edição das imagens impulsionou a produção de informação através do uso do vídeo pelas camadas mais populares, “[...] permitindo, pela primeira vez, a visualização de uma situação nova, onde setores

organizados das classes populares também podem contar e retratar a sua história através da imagem”. E no caso do rádio, o que se percebeu foi a substituição de um rádio amador e improvisado, que postes e carros de som para a sua transmissão, e que atual tem transmissores parecidos aos das emissoras comerciais, e que estão na internet por meio dos sites com links para a escuta ao vivo, ou são mesmo webrádios comunitárias.

Sendo assim, é neste contexto que a internet adentra o universo da mídia comunitária, e tem ganhado cada vez mais um lugar de destaque, sobretudo no que diz respeito a participação da população. A participação é um dos elementos chave da mídia comunitária, pois, é por meio da presença do espectador opinando, indicando pautas, cobrando espaço dentro do veículo de comunicação, que este se diferencia da mídia tradicional, em que não há uma aproximação entre quem produz e quem consome a informação. Porém, para Peruzzo (1995), a questão da participação dentro da mídia comunitária é algo que tem uma relevância, mas que deve ser feita de

forma responsável e cuidadosa, para que não haja um estímulo exacerbado ou mesmo uma “cooptação”, pois, segundo a autora, a participação na mídia comunitária é algo cultural, que pode ser bastante visível em alguns lugares e em outros não, e que há também a necessidade de se levar em consideração a diferença de contexto (regionais, socioeconômicos, culturais).

Rondon Notícias: portal e compartilhamento nas redes sociais

O portal Rondon Notícias surgiu de duas necessidades básicas: aproximar os alunos do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará com o cotidiano profissional ao aplicar na prática os conceitos trabalhados em sala de aula; e desenvolver um conteúdo informativo para uma região carente de recursos midiáticos profissionais de informação. As atividades iniciaram dois meses após a abertura da primeira turma, fato que ocorreu em agosto de 2018. Ainda que os alunos estivessem apenas no primeiro período do curso, era importante proporcionar a eles uma atividade prática,



visto que os primeiros semestres da graduação são, normalmente, dedicados às bases teóricas. Além da compra do domínio, os professores do curso providenciaram coletes identificadores da “imprensa universitária” como forma de proporcionar o reconhecimento da população em relação aos estudantes. As primeiras experiências foram as coberturas para as redes sociais das Eleições 2018 e do Exame Nacional do Ensino Médio.

Devido à pouca experiência dos alunos, eles foram treinados para a produção de vídeos de curta duração com informação objetiva. Depois dessa experiência começaram as postagens de informações no site e seu compartilhamento nas redes sociais realizadas por estudantes bolsistas e voluntários. O site foi concebido para abrigar cinco editorias: Cidade, Política e Economia, Esporte, Educação e Cultura. Uma subeditoria foi criada em Política e Economia intitulada Câmara de Vereadores. A criação de uma editoria específica de Educação foi necessária para dar vazão aos

materiais produzidos pelos alunos do Núcleo de Assessoria de Imprensa, projeto de extensão criado simultaneamente com o portal, e também aos assuntos ligados às outras faculdades presentes na cidade e escolas estaduais e municipais.

Optou-se por não trabalhar informações policiais neste primeiro ano de cobertura devido à complexidade do tema. Embora seja de grande utilidade pública, era necessário capacitar os alunos para uma cobertura inclusiva, bastante conectada aos preceitos éticos, o que demandaria amadurecimento acadêmico.

Entre outubro de 2018 e outubro de 2019 foram publicados no site 111 reportagens e 7 artigos de opinião, distribuídos pelas editorias da seguinte forma: 20 em Política/Câmara de Vereadores, 35 em Cidade, 22 em Esporte, 34 em Educação e 22 em Cultura. O trabalho nas redes sociais abrange o Facebook e o Instagram com reportagens replicadas do site mas também com conteúdos exclusivos para essas plataformas. Também utiliza-se um canal

no YouTube para abrigar as produções audiovisuais. Além da internet, a partir de agosto de 2019 foi instalada no Mercado Municipal da cidade a Rádio Rondon Notícias, transmitida ao vivo para os feirantes e clientes do local, e que funciona como uma extensão do portal.

A estratégias pensadas para as redes sociais foram desenvolvidas de modo a atingir um público bastante dependente delas no que diz respeito à busca de informações. A pesquisa "Global Digital 2019"⁴, que analisa as tendências sobre o uso das redes sociais no Brasil e no mundo, indica que o país tem hoje 140 milhões de usuários ativos nas redes, ou seja, 66% da população.

O relatório também mostra que 61% dos acessos às redes sociais são via dispositivo móvel (celular ou tablet). Dentre as redes sociais mais acessadas estão o YouTube (95%) e Facebook (90%). Em terceiro lugar está o WhatsApp (89%), aplicativo de mensagens instantâneas que

aos poucos também tem adquiridos as características de rede social. É considerando este cenário que o Rondon Notícias criou suas contas nessas plataformas de forma a atingir um público diversificado e criar canais de interação. Ao acompanhar as redes sociais informativas, cria-se um laço importante para o jornalismo comunitário que reforça a participação dos cidadãos não somente como receptores mas também produtores da notícia, como observa Peruzzo (2003).

Ao comentar uma postagem ou enviar mensagens privadas com sugestões de pautas, a comunidade participa na construção da notícia norteando a redação sobre as prioridades do local, sobre o que merece ter visibilidade. Nesse período de atuação do portal, chama a atenção as inúmeras mensagens privadas que chegam para pedir auxílio na busca por familiares desaparecidos e por parentes de quem não se tem mais notícias. O veículo é entendido pela comunidade como um local no qual

⁴ Estudo produzido pela agência We Are Social em parceria com a plataforma de mídia Hootsuite.

Coletou dados de 22 milhões de usuários em 45 países.

seus problemas podem ser ouvidos, tanto em âmbito pessoal como comunitário.

Rondon do Pará pode ser considerada uma “zona de escassez de notícias” (SCHRAMM, 1970) e a falta de informações locais sistematizadas em um veículo dedicado ao jornalismo cria não somente um problema de desinformação mas também faz com que as informações oficiais circulem como verdades absolutas. A circulação dos boatos e *fakenews* pelas redes sociais não contam com nenhum mecanismo de *fact-checking* que possa apurar a veracidade das mensagens compartilhadas. Além disso, os órgãos públicos não têm o hábito de atender demandas da imprensa, o que tem sido um desafio ao longo desse ano de atuação do portal.

De todos os serviços públicos existentes na cidade, apenas a prefeitura tem um serviço de Assessoria de Comunicação, mas sem a presença de um jornalista profissional. Dessa forma, as sugestões de pauta não chegam de forma natural como acontece nas regiões onde

fontes de órgãos oficiais e jornalistas trocam informações periodicamente. Há uma resistência devido ao caráter exigente do jornalismo que não se contenta em ouvir apenas a voz oficial mas preza, principalmente, por dar espaço às reivindicações da comunidade.

Outro aspecto importante no jornalismo comunitário, como visto em Peruzzo (2003), é a garantia dos direitos da comunidade, principalmente, do direito à informação. Esse é o objetivo primário do portal, principalmente no que diz respeito à informações de serviço público.

Dentre elas, está a atuação do poder legislativo local. A cobertura das sessões semanais da Câmara de Vereadores, sem cobertura informativa até então, tem a intenção de promover o esclarecimento da comunidade em relação ao trabalho dos vereadores, como projetos votados e discussões pautadas. A partir dessa percepção, os cidadãos podem não só ter mais conhecimento sobre os políticos locais mas também cobrar que o trabalho

realizado por eles seja de interesse da comunidade a qual representam.

O fato dessa mídia ser desenvolvida em uma universidade, sem finalidade lucrativa, e com a responsabilidade exigida pelos preceitos éticos e técnicos do jornalismo, é mais uma característica importante para o desenvolvimento do jornalismo comunitário. A criação e permanência não depende de custeios externos de órgãos governamentais ou do setor privado e toda estrutura laboratorial da universidade está disponível para a produção do portal.

A facilidade que os meios digitais proporcionam na criação e desenvolvimento de produtos comunitários é outro fator que deve ser destacado. A utilização de redes sociais, ferramentas de geolocalização, recursos de marcação como as hashtags, criadores de vídeos animados, artes e logotipos em plataformas criativas, e outras ferramentas disponíveis gratuitamente na internet, facilita a aproximação com a comunidade pela estética dos produtos mas também pela

possibilidade de introduzir conteúdos de interesse público que possam fazer alguma diferença no cotidiano da comunidade.

Como observa Botão (2002), esses aparatos contribuem para a configuração de identidade coletiva porque mostram a própria história local, a cultura regional, além de prestar um serviço de forma dinâmica.

Conclusão

O portal Rondon Notícias, como veículo experimental desenvolvido por acadêmicos e professores de Jornalismo, tem como objetivo principal inserir-se na comunidade de modo a compreender suas demandas informativas e ajudar na disseminação de conhecimento para que os cidadãos possam desenvolver o sentimento de pertencimento com o local onde vivem. Insere-se em um contexto de escassez de meios de comunicação formais.

É natural que as grandes cidades, devido à concentração natural de recursos e demandas, tenham maior apelo para os veículos de mídia. Mas essas características

nem sempre são sinônimos de garantia na sustentabilidade do negócio. No interior, as redes colaborativas formadas funcionam como propulsores das notícias, ainda que muito semelhantes ao “artesanato de imprensa”, como identifica Santos (2007). As plataformas digitais possibilitam que essa mídia artesanal possa ser feita e expandida com pouco recurso financeiro como ocorre com os blogs, por exemplo.

O jornalismo é uma ferramenta importante não apenas para a informação local mas também para a construção da identidade local com a articulação dos elementos lugar, entorno e mundo. Os grandes veículos comprometem essa missão devido a sua dependência econômica e política que desviam as linhas editoriais para causas com pouco apelo comunitário. A dependência do mercado, que não ocorre no caso da imprensa universitária, é um problema significativo para o desenvolvimento e sustentação das premissas do jornalismo que busca a objetividade e a imparcialidade editorial.

Além da importância para o fluxo comunicacional da comunidade, compreende-se que o portal é um instrumento fundamental à trajetória acadêmica dos estudantes de Jornalismo, já que se situa como lugar ideal à experimentação da prática jornalística a partir do assentamento dos conhecimentos teóricos adquiridos em sala. Por se tratar de um projeto de extensão, a agência consegue sistematizar um diálogo pedagógico e interdisciplinar entre as diversas áreas de conhecimento abrangidos na grade curricular, além de provocar no estudante a demanda por soluções criativas que contemplem coberturas pensadas em mais de uma plataforma midiática.

Assim, o pensamento estratégico e empreendedor aparece como ponto central a ser acrescido na experiência dos participantes. Além disso, as atividades realizadas tendem a proporcionar uma aproximação do estudante com realidades outras, com as quais não teria contato se não estivesse envolvido com o projeto. Desfaz-se, muitas vezes, o olhar distanciado

ou estereotipado sobre o outro para enxergá-lo, efetivamente, a partir de sua vivência.

Referências

- AGUIAR, Sônia. Verbetes: Colonialidades da comunicação. **Enciclopédia Intercom de Comunicação**, v. 1, p. 228, 2010.
- BOTÃO, Paulo Roberto. Mídia comunitária: novas tecnologias e a emergência do local. In: **Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Salvador, 2002.
- FESTA, Regina. Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. In: FESTA, R. ; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986. p.9-30.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Quem manipula quem?** 2a. edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.
- PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisados. Reelanações no setor. In: **Palavra Clave**. Bogotá, 2008. vol. 11. n. 2. p. 367-379.
- _____. Pistas para o Estudo e a Prática da Comunicação Comunitária Participativa. In: PERUZZO, Cicilia M. Krohling (org). **Comunicação e Cultura Populares**. São Paulo: Intercom, 1995. p. 143 – 163.
- _____. Mídia local e sua interface com a mídia comunitária. **Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Belo Horizonte, 2003.
- SANTOS, Milton. Classificação funcional dos jornais brasileiros - As regiões jornalísticas (1955). In: **Noticiários da Rede Alcar**, Ano 7, no. 83, de 1o. de novembro de 2007.
- SCHRAMM, Wilbur. **Comunicação de Massa e desenvolvimento: o papel da informação nos países em crescimento**. Rio de Janeiro: Bloch, 1970
- SILVA, Paulo Celso da. Verbetes: Comunicação local. **Enciclopédia Intercom de Comunicação**, v. 1, p. 283, 2010.
- VELOSO, María Luiz Barbeito; PÁEZ, Juan José Perona. Lo global y lo local. Reflexiones sobre una interacción emergente. **Latina**, no.17, Maio de 1999.