



## JORNAL COMUNITÁRIO – “ABADIA NOTÍCIA”<sup>1</sup>

Jaqueline Aparecida Barbosa SILVA<sup>2</sup>

Paulo Fernando Borges de AQUINO<sup>3</sup>

Sthefânia de Melo GIANVECHIO<sup>4</sup>

**Indiara FERREIRA<sup>5</sup>**

Universidade de Uberaba, Uberaba, MG

### RESUMO

O Abadia Notícia é um jornal do bairro Abadia, em Uberaba, Minas Gerais, com periodicidade mensal, tiragem de dois mil exemplares e distribuição gratuita. O jornal foi idealizado no campo acadêmico, como Trabalho de Conclusão de Curso, e lançado em dezembro de 2010. Com quatro edições no mercado, o Abadia Notícia busca estimular a participação e atuação da comunidade por meio do jornalismo comunitário.

**PALAVRA-CHAVE:** bairro Abadia, jornalismo comunitário, jornal de bairro, Uberaba.

### INTRODUÇÃO

O jornal de bairro passa a ter cunho comunitário a partir do momento em que a população encontra nele um espaço para discutir assuntos específicos da comunidade. Desenvolve informações mais próximas da realidade, trabalhando os fatos de maneira aprofundada, diferente do que é abordado nos grandes veículos de comunicação e, reporta os acontecimentos de forma que ajude a resolver as dificuldades da sociedade local.

Flausino (2002) defende que os meios de comunicação devem expor um problema vivido pela comunidade até que o mesmo seja resolvido, pois, a simples denúncia inicial não demonstra comprometimento sincero com a comunidade.

A cidade de Uberaba, situada no Triângulo Mineiro, possui 296 mil habitantes segundo dados do IBGE (2010). O bairro Abadia, onde foi implantado este projeto, é um recorte que representa o município devido à grande diversidade socioeconômico e cultural. O Abadia está entre os sete bairros que deram origem à cidade, sendo um dos mais antigos e, hoje, um dos mais populosos, com cerca de 30 mil habitantes. A presença do Hospital de

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade Jornalismo Impresso.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e recém-formada em Comunicação Social habilitação em Jornalismo, da Universidade de Uberaba, e-mail: [jaque.contatojor@gmail.com](mailto:jaque.contatojor@gmail.com).

<sup>3</sup> Recém-formado em Comunicação Social habilitação em Jornalismo, da Universidade de Uberaba, e-mail: [paulofernando1981@gmail.com](mailto:paulofernando1981@gmail.com).

<sup>4</sup> Recém-formada em Comunicação Social habilitação em Jornalismo, da Universidade de Uberaba, e-mail: [sthemelo@hotmail.com](mailto:sthemelo@hotmail.com).

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade de Uberaba, e-mail: [indiara.ferreira@uniube.br](mailto:indiara.ferreira@uniube.br).



Clínicas da Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM), e os novos campus desta mesma instituição atraem moradores de outros bairros e municípios.

Os veículos impressos que circulam somente no bairro são: O Grande Abadia – que se apresenta como guia comercial e, Bairro Abadia.Webs.com - voltado ao entretenimento, com textos retirados da internet ou *releases*.

O trabalho de campo desenvolvido pelo grupo apontou que o bairro carece de informação de qualidade e apurada, voltada para a comunidade, a fim de promover o desenvolvimento social.

## **OBJETIVO**

Inserir o jornalismo na comunidade do bairro Abadia por meio de um veículo de mídia impressa, levando informações a cerca de projetos sociais, encontros de associações, ONGs e eventos a fim de estimular a participação dos moradores. Dessa forma, levantamos discussões e questionamentos acerca dos fatos e oferecemos um espaço em que o leitor se identifique e possa expressar sua opinião com maior liberdade.

## **JUSTIFICATIVA**

O bairro Nossa Senhora da Abadia funciona como um centro urbano praticamente independente, que abriga escolas e hospitais de grande representatividade na cidade, como o Hospital de Clínicas da UFTM (Universidade Federal do Triângulo Mineiro). Na parte central do bairro, está instalado um núcleo comercial, que abrange três avenidas (Prudente de Moraes, Orlando Rodrigues da Cunha e Abílio Borges). Além do comércio das duas principais avenidas da cidade (Guilherme Ferreira e Leopoldino de Oliveira), que delimitam o bairro.

Sua conjuntura cultural é rica, abrigando diferentes religiões, uma escola carnavalesca, o prédio do Mercado Municipal e a feira livre mais tradicional da cidade, a feira da Prudente de Moraes. Além de representar o esporte amador da cidade, com os clubes Atlético da Abadia, Sete Colinas e Juventude.

Por seu potencial mercadológico e social, o bairro Abadia foi o escolhido para receber este projeto. Apesar de já possuir veículos de comunicação voltados para o bairro, o Abadia ainda carece de informação que trabalhe o jornalismo comunitário e, assim como propõe Festa (1991), que valorize a cultura local não dando enfoque nas coisas ruins do lugar.



O jornal de bairro surge como alternativa de colocar em prática os verdadeiros valores do jornalismo fomentados durante o processo acadêmico, com maior liberdade, diferente do cenário dos grandes veículos de comunicação. Cenário também criticado por Márquez (2006) que descreve as redações como laboratórios assépticos para navegantes solitários, onde parece mais fácil comunicar-se com os fenômenos siderais do que com o coração dos leitores.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O projeto partiu da ideia de implantar um jornal popular que abrangesse toda a cidade de Uberaba. No entanto, por meio de pesquisas percebeu-se a viabilidade de tornar este, um jornal de bairro, por ter abrangência menor e público específico.

Foram feitas pesquisas qualitativas, entre os dias 19 de setembro e primeiro de outubro, com representantes de 5% das moradias. Constatou-se que o público, em sua maioria, é do sexo feminino, adulto, com escolaridade de Ensino Médio Completo. Renda familiar entre um e três salários mínimos e, 55% dos moradores entrevistados são leitores de jornais impressos. O nome escolhido pela maioria foi “Abadia em Notícia”. Posteriormente modificado para “Abadia Notícia”, por questões mercadológicas.

Também foi realizada pesquisa qualitativa no mercado local com 65 comerciantes da principal avenida comercial do bairro, a Prudente de Moraes, o que representa 75% dos comerciantes cadastrados na Câmara dos Dirigentes Lojistas de Uberaba (CDL). O levantamento ocorreu entre primeiro e quatro de outubro e apontou que 50% dos comerciantes entrevistados anunciam esporadicamente, a maior parte em datas comemorativas ou lançamento de promoções; e, 80% perceberam retorno do investimento feito por meio de anúncio.

A partir das pesquisas, foram apontadas as editorias que viriam compor o jornal e a disposição das mesmas. O levantamento também norteou para que fossem sugeridas as pautas da primeira edição.

Os textos são elaborados dentro do padrão estipulado durante o processo de definição do projeto editorial – textos curtos, com 25 linhas em média, linguagem simples e com o morador sempre em evidência. As matérias são ilustradas com fotografias dos próprios repórteres ou fornecidas por colaboradores.

O projeto gráfico surgiu após análise crítica de jornais da região (Jornal da Manhã, Jornal de Uberaba e Jornal do Triângulo) e de circulação nacional (Jornal O Tempo, Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo, Brasil Econômico e Zero Hora). A capa é resultado



do equilíbrio entre o perfil de um jornal diário e as características de publicações com outra periodicidade. Em geral, a proposta é dispor informações de maneira leve e agradável.

A partir do levantamento dos gastos necessários para a publicação do jornal, se fez necessária a busca por anunciantes que colaboram por meio de anúncios publicitários.

## **DESCRIÇÃO DO PRODUTO**

O Abadia Notícia é um jornal de bairro, de cunho comunitário, com 12 páginas, sendo as duas externas e as duas centrais coloridas. Tem periodicidade mensal e tiragem de dois mil exemplares que são distribuídos gratuitamente em pontos estratégicos no fim de semana de lançamento do jornal; sendo no sábado: no centro comercial, e residências aos redores; e no domingo, na feira livre e Mercado Municipal. Ao longo do mês, pontos como associações, instituições filantrópicas, hospitais, escolas, universidade, Biblioteca Municipal, bancas de revistas, padarias e hortifrúteis são abastecidos regularmente.

As editorias são divididas por meio de páginas, sendo Capa; Opinião (com editorial e um texto de um morador do bairro); Segurança (editoria popularmente conhecida como Polícia, porém, com o foco diferente: levantamento de dados, opiniões e discussões sobre a realidade nesse setor); Política (projetos desenvolvidos no bairro pelo legislativo, executivo e comunidade); Acontece (problemas do bairro, novidades e fatos mais quentes); Cultura (agenda, eventos, artes, grupos musicais e teatrais do bairro); História (histórias de vida de pessoas ou locais, acontecimentos marcantes e relevantes para o bairro); duas páginas de Esporte (campeonatos amadores, esportistas do bairro, torneios universitários e escolares); Classificados (vagas de empregos na cidade; venda, compra ou locação de imóveis no bairro; e, matéria acerca do mercado); Diversão (cruzadinhas, receitas enviada pelo morador, vida de personalidades, horóscopo entre outros); e, Na Escola (parcerias com as escolas do bairro com veiculação de trabalhos de alunos, textos, desenhos, opiniões e cobertura de eventos), nessa ordem.

## **CONSIDERAÇÕES**

A implantação de um jornal no bairro Abadia mostrou-se necessária e viável, já que a comunidade carece de jornalismo de cunho comunitário e os comerciantes mostraram-se interessados em serem parceiros neste projeto. Atualmente, quatro edições do Abadia Notícia foram lançadas, a equipe conta com sete integrantes e há colaboração dos moradores com sugestões de pauta, críticas, textos e demonstração de satisfação apoio ao



jornal. Na parte comercial, o Abadia Notícia tem fidelizado comerciantes do bairro, que acreditam no projeto e o viabilizam.

### **REFERÊNCIAS**

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?**. Em xxv congresso anual de ciência da comunicação. Salvador. 2002.

MARQUEZ, Gabriel Garcia. **A melhor profissão do mundo**. Disponível em:<  
<http://prof.reporter.sites.uol.com.br/amelhor.htm>>. Acesso em: 10 de dez. 2010.