



Projeto de Comunicação Comunitária II – Fanzine Amigos do Bairro Agostini¹

Diléia TURRA²

Elisandra Karine SEBEN³

Jaqueline BASSETTO⁴

Rafael Sbeghen Hoff⁵

Universidade do Oeste de Santa Catarina, São Miguel do Oeste, SC

RESUMO

Para que as pessoas sejam inseridas na comunidade com opiniões e idéias próprias, resolvemos, atendendo um projeto de comunicação comunitária II, criar um fanzine. O fanzine é um meio inovador e diferenciado. Com a utilização deste formato pretendemos despertar um maior interesse e curiosidade da população. Por se tratar de um meio comunitário e não padronizado, a participação das pessoas se tornaria ativa. Além disso, apoiamos a luta pela democratização dos meios de comunicação, recuperando a voz do povo, divulgando sua vida, seus problemas e suas esperanças, proporcionando-lhe uma informação básica, e criando participação em todos os níveis.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo-comunitário; fanzine; cidadania; participação.

INTRODUÇÃO

A participação popular na comunicação é uma questão relevante, relacionada com o processo de construção e ampliação dos direitos de cidadania. Ela abre caminhos para uma nova forma, preocupada em ver no ser humano a força motivadora, propulsora e receptora dos benefícios do desenvolvimento. Há diferentes gêneros que podem ser aplicados no jornalismo comunitário e a definição certamente procura atender ao público-alvo.

O objetivo é criar canais onde os cidadãos não precisem pagar para expor suas idéias. Mas canais que sirvam para eles descobrirem a importância de sua participação para a cidadania e como formadores de opinião. Não basta criar um fanzine, tem que ser

¹ Trabalho submetido ao IX Expocom, na categoria B Impresso, modalidade processo, como representante da Região Sul.

² Estudante do 7º Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc, email: di.sapema@gmail.com

³ Estudante do 7º Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc, email: elisebben@yahoo.com.br

⁴ Aluna líder do grupo e estudante do 7º Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc, email: jaque_line08@yahoo.com.br

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc, email: rafael.hoff@yahoo.com.br



um fanzine comunitário. Entendemos que um meio comunitário necessita muito mais do que simplesmente estar em uma localidade e falar coisas sobre ela. Deve ser sem fins lucrativos, ou seja, vende espaços para anúncios e busca apoio cultural, mas canaliza os recursos arrecadados para custeio, manutenção ou reinvestimento e não para o lucro particular. Deve transmitir notícias que tenham vínculo com a realidade local atendendo as necessidades da mesma. Possui também um sistema de gestão que envolve a participação direta da comunidade.

Ela favorece a participação do povo na produção e transmissão de matérias próprias, por meio de entidades representativas, concretizando assim a interatividade. Incentivar a produção e transmissão que valorize as manifestações culturais locais também é seu papel. Além de ter compromisso com a educação para a cidadania e com a democratização da comunicação.

2 OBJETIVO

2.1 Geral

Demonstrar aos moradores do bairro Agostini na cidade de São Miguel do Oeste, de que forma funciona, no que consiste e que importância tem um veículo comunitário, bem como a participação efetiva da comunidade na construção do mesmo.

2.2 Específicos

Inserir as pessoas do bairro no desenvolvimento das atividades do projeto;

Incentivá-las para que percebam que sua participação é importante para a construção da cidadania e como formadora de opinião;

Apoiar a luta pela democratização dos meios de comunicação, recuperando a voz do povo, divulgando sua vida, seus problemas e suas esperanças, proporcionando-lhe uma informação básica, e criando participação em todos os níveis.

3 JUSTIFICATIVA

Com o intuito de fazer com que as pessoas sejam inseridas na comunidade com opiniões e idéias próprias, resolvemos, atendendo um projeto de comunicação



comunitária II, criar um fanzine. O fanzine é um meio inovador e diferenciado. Com a utilização deste formato pretendemos despertar um maior interesse e curiosidade da população. Por se tratar de um meio comunitário e não padronizado, a participação das pessoas se tornaria ativa. Conforme destaca Cicília Maria Krohling Peruzzo:

Neste processo eles forjam sua própria comunicação, ou seja, a comunicação popular, desenvolvida no contexto onde atuam, enquanto necessidade de expressão em nível local, e com conteúdos específicos que os grandes meios massivos não conseguem satisfazer. (PERUZZO, Cicília M. Krohling. Comunicação nos movimentos populares: A participação na construção da cidadania. Petrópolis, Vozes, 2004)

A divulgação de suas idéias bem como os interesses da comunidade terá seu espaço garantido e sem custos, valorizando a participação das pessoas na confecção do veículo. Em São Miguel do Oeste existem diversos veículos de comunicação, porém todos privatizados, sendo assim as publicações que cabem aos moradores dos bairros geralmente são cobradas. Essas empresas jornalísticas não abrem espaço para as notícias de baixo cunho, mas que os moradores consideram de grande relevância. Com o fanzine daremos a chance para que as pessoas possam divulgar suas idéias e dar sugestões sem custo algum, diferentemente dos meios privatizados.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para um bom resultado muitos instrumentos podem ser utilizados para integrar a comunidade nos trabalhos a serem desenvolvidos. Procuramos sempre seguir algumas regras estabelecidas que nos ajudam a descobrir maneiras de conferir à população o poder de criar e decidir. Assim como nos mostra Cicília Peruzzo:

Existem várias formas de vincular a população aos meios de comunicação. Mas, se a estratégia for a ampliação do *status* da cidadania, é preciso que, levando em conta seu grau de escolaridade e de experiência, se empreguem táticas que favoreçam o aprendizado crescente da participação. Assim, das formas mais elementares de transmissão poder-se-á chegar a envolver a comunidade na criação, na produção, no planejamento e na gestão da comunicação. (PERUZZO, Cicília M. Krohling. Comunicação nos movimentos populares: A participação na construção da cidadania. Petrópolis, Vozes, 2004)

Proporcionar condições para que as pessoas possam interagir diretamente e crescentemente no processo de produção, planejamento e gestão dos meios de comunicação comunitários, visando a integração da mesma nas decisões da



comunidade. A participação da comunidade no planejamento dos meios deve ser conjunta, nem sempre a democracia favorece nas decisões assim como nos explica DEMO (1988: 72-73).

Democracia da muito trabalho. Onde todo mundo quer opinar (...), decidir junto, o que mais acontece é uma dificuldade enorme de gerir a balbúrdia. As discussões tornam-se intermináveis. (...) Facilmente emerge o cansaço e a decepção, até mesmo o reconhecimento afoito de que democracia não leva a nada, (...) a insinuação de que em termos autoritários as coisas andavam melhor, porque se decidia rápido ou tudo já estava decidido. Todavia, é natural que assim se comece. (...) Democracia é uma planta tão essencial quanto frágil. É extremamente mais fácil matá-la do que trazê-la ao amadurecimento. Por isso mesmo é essencial evitar que os processos participativos degenerem em sessões repetitivas (...), pouco produtivas (...), por inabilidade na condução do processo ou por incompetência técnica ou política.

É preciso impor alguns limites na participação popular. Ao realizar encontros é necessário organização para que todos possam se entender e chegar a um consenso. Produzir uma comunicação que corresponda aos interesses dos destinatários, usando linguagens adequadas, sem perder de vista seu valor educativo e político.

Qualquer trabalho exige dedicação, organização e coragem. Porém ser protagonista de um meio comunitário é um desafio ainda maior. Alguns medos devem ser vencidos, assim como Amarildo Carnicel fala em seu artigo “*Jornal Comunitário e Educação Não-Formal: Três Experiências, Um Caminho*”.

A criação de um jornal comunitário feito por adolescentes consiste, historicamente, em enorme desafio, tanto do ponto de vista de quem se proponha a dirigir as ações como do ponto de vista dos atores que serão os responsáveis pela elaboração da nova publicação. Dentre as inúmeras dificuldades que devem ser vencidas, há uma, em especial, que pode ser destacada: a busca de um mecanismo de produção e de diálogo que minimize aquele que se constitui no maior entrave para uma produção dessa natureza, ou seja, o nível sociocultural em que estão inseridos os adolescentes, protagonistas dessa ação.

Foi analisando esse mecanismo apontado por Carnicel que decidimos primeiramente escolher o espaço geográfico para o desenvolvimento de nosso trabalho. Após várias sugestões e discussões a respeito da forma como chegaríamos até as pessoas para explicar o objetivo de nosso trabalho, optamos pelo bairro onde está inserida a Universidade. Por ser um lugar onde freqüentamos diariamente constatamos que teríamos fácil acesso, então escolhemos o bairro Agostini.



O bairro Agostini está localizado na região noroeste da cidade de São Miguel do Oeste. De acordo com o censo de 2000 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em sua maioria o bairro é formado por descendentes de italianos; é um local basicamente residencial, contendo um número aproximado de 1688 pessoas que se dividem em cerca de 600 moradias. 93% da população é alfabetizada o que também contribuiu para a escolha de nosso fanzine. O bairro se destaca por possuir várias indústrias e instituições, dentre elas a Universidade do Oeste de Santa Catarina, o Senai que oferece cursos técnicos, além de vários mercados e empresas.

Há diferentes gêneros que podem ser aplicados no jornalismo comunitário e a definição certamente procura atender ao público-alvo. Analisando essas questões percebemos que a participação da comunidade é de fundamental importância para a escolha do veículo. Nesse caso, para sabermos que tipo de veículo seria melhor para a comunidade tínhamos que fazer uma pesquisa e um planejamento global, assim como explica Cicília Peruzzo:

Por planejamento global de um sistema de comunicação popular entendemos aquele que diz respeito a decisões relativas aos mecanismos estruturais de funcionamento de veículo (aparelhagem, recursos financeiros e técnicos, normas), aos objetivos, à orientação política, ao teor da programação, aos princípios de gestão, à composição da equipe e às atividades de apoio. A par da definição clara e objetiva das linhas-mestras ou fundamentadoras, ele implica a elaboração de planos de curto, médio e longo prazo, que podem abranger, além de âmbito local, também o regional e o nacional. (PERUZZO, Cicília M. Krohling. Comunicação nos movimentos populares: A participação na construção da cidadania. Petrópolis, Vozes, 2004; pág. 189)

Seguindo certos parâmetros exigidos pela comunicação comunitária desenvolvemos o projeto por etapas. A primeira delas foi uma pesquisa sobre que tipo de canais de jornalismo as pessoas gostariam de ter em seu bairro. A pesquisa foi realizada de casa em casa pelas componentes do grupo por meio de um questionário. A segunda etapa foi a divulgação de uma reunião, por meio de um carro com alto falante passando pelas ruas do bairro divulgando o encontro. Contatos com presidentes da Associação de Moradores, Clube de Mães, Clube de idosos, Grupo de Bochas também foram efetuados, assim conseguindo mobilizar um grande público.



A reunião foi realizada com os moradores do bairro numa escolinha local para apresentar a proposta do meio de comunicação comunitária. Explicamos aos moradores que o meio comunitário pode cumprir a função de buscar atender os anseios da comunidade e divulgar as suas realizações, podendo se transformar em fonte de promoções comunitárias, oferecer caminhos para soluções de problemas, organizar eventos e até liderar campanhas para construção de escolas e postos de saúde. Neste sentido WONDRACEK (1978:24) afirma: “São iniciativas que comportam a liderança de um jornal, desde que tenham a finalidade de promover o bem coletivo”.

Após toda a apresentação, os moradores do Bairro Agostini demonstraram seu interesse no surgimento de um meio inovador no qual pudessem expor suas opiniões e sugestões de forma a fugir do estereótipo de um jornal impresso normal ou das regras a serem seguidas por um radialista ou apresentador de televisão, sobre o que deve ou não fazer ou dizer ao público. Desta maneira, chegamos a um entendimento de que o fanzine seria o veículo de melhor aceitação e de mais fácil colaboração por parte dos moradores. Para a escolha do nome do fanzine foi realizado um concurso na Escola do bairro.

Na mesma reunião houve a escolha do Conselho Editorial, que estava encarregado pelo recolhimento do material e, junto com as acadêmicas, ajudaram na organização, seleção e montagem deste material nas edições. Além disso, houve uma votação para a escolha dos locais a serem colocadas as urnas para a entrega dos materiais.

A seleção do material a ser veiculado foi feita pelo grupo de acadêmicas juntamente com o conselho editorial escolhido pelos moradores do bairro. Também criamos um e-mail, por meio do qual as pessoas puderam enviar suas idéias, sugestões e mesmo material pronto para a montagem do fanzine.

As pautas foram obtidas basicamente por meio dos moradores do bairro que as enviaram a comissão por e-mail, ou ainda, depositaram numa das urnas distribuídas pelo bairro. Visitas freqüentes ao bairro em busca de ouvir a opinião e as sugestões das pessoas que por algum motivo não repassam ou divulgam suas idéias foram realizadas. Desta forma, conseguimos estar por dentro do que os moradores esperavam encontrar no seu fanzine quando o pegassem para ler.



Por se tratar de um meio comunitário nos utilizamos da linguagem falada pelos moradores do bairro nas matérias de reportagem e entrevistas, conservando o estilo e tipo de linguajar dos residentes e freqüentadores do bairro, visando uma maior identificação por parte dos consumidores destas matérias. No entanto, quanto as matérias de interesse público e que provavelmente teriam maior repercussão, resolvemos utilizar uma linguagem mais culta, não nos utilizando das gírias locais, até para evitar mal entendidos ou não entendimento do conteúdo veiculado.

Outra etapa do processo de realização do fanzine foi a forma de custear as despesas. Como se trata de um meio comunitário não podíamos ter patrocínio, apenas um apoio cultural. Fizemos um planejamento e contas para saber de quanto seriam os gastos. O Bairro possui em média 600 moradias e por conta deste número, pretendíamos fazer a tiragem de 700 cópias, tendo em vista a distribuição de um exemplar para cada moradia, além de expormos os 100 exemplares restantes nos estabelecimentos comerciais e locais de maior circulação de pessoas, para que os indivíduos que não residem no bairro, mas que ocasionalmente o freqüentam, também possam ter acesso ao material produzido. O fanzine terá uma página, frente e verso impressa, resultado de um xérox do original. O custo será em torno de R\$ 0,09 a cópia, resultando em R\$ 0,18 o exemplar e em R\$ 126,00 a tiragem.

O apoio cultural foi buscado no próprio bairro em mercados e instituições que tinham interesse na divulgação das idéias e propostas dos moradores aos demais. Uma das opções do grupo, foi consultar a Unesco para que, através deste apoio, pudessem ser divulgadas as idéias da instituição e de que forma isso interfere ou tem alguma repercussão no bairro e em moradores. Por não conseguir contato com o reitor da Universidade não conseguimos apoio cultural lá, sendo que as empresas que colaboraram foram a Farmácia Farma Vida e a Livraria Cultural, o restante do valor as acadêmicas efetuaram o pagamento de seu próprio bolso.

A metodologia de nosso trabalho foi toda desenvolvida pensando em nossos objetivos. E principalmente para apoiar a luta pela democratização dos meios de comunicação, recuperando a voz do povo, divulgando sua vida, seus problemas e suas esperanças, proporcionando-lhe uma informação básica, e criando participação em todos os níveis.



5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A comunicação popular não é um fenômeno recente, porém deu seus primeiros passos nas décadas de 70 e 80, onde aparecia de forma mais significativa na produção científica da comunicação social. Para uma melhor tentativa de entendimento optamos pela explicação concisa de Cicília Peruzzo (2004:148) que demonstra o porquê da criação de meios comunitários.

“Nas últimas décadas dada a dificuldade de participação efetiva nos veículos massivos, as classes subalternas atuam no sentido de dispor de micromeios com características variadas e criativas, especialmente de radiofonia, pondo-os a serviço de uma comunicação popular ou comunitária”.

A comunicação popular ou comunitária utiliza-se de vários instrumentos, de acordo com a disponibilidade de recursos financeiros, e de tempo em função do contexto, das necessidades e dos objetivos onde se desenvolve.

Um dos objetivos do grupo é criar canais para a participação efetiva da comunidade. Diante dessa questão, concordamos com Demo, ao afirmar que a participação *“não é dada, é criada. Não é dádiva, é reivindicação. Não é concessão, é sobrevivência. A participação precisa ser construída, forçada, refeita e recriada”*¹. Muitos já conquistaram a participação, porém em locais ela ainda engatinha.

A participação popular pode facilitar o devir de uma nova práxis da comunicação. A participação e a comunicação representam uma necessidade no processo de constituição de uma cultura democrática, de ampliação dos direitos de cidadania e da conquista da hegemonia, na construção de uma sociedade que veja o ser humano como força motivadora, propulsora e receptora dos benefícios do desenvolvimento histórico. Isso se explica nas palavras de Cicília Peruzzo:

A comunicação popular, enfim, contribui para a democratização da sociedade e a conquista da cidadania. Que não significa só alguém poder votar a cada cinco anos naqueles que vão decidir por ele, mas também aprender a participar politicamente da leitura do bairro e da escola para os filhos, a apresentar sua canção e seu desejo de mudança, a denunciar condições indignas, a exigir seus direitos de usufruir da riqueza gerada por todos, por meio de melhores benefícios sociais e de salários mais justos, a organizar-se e trabalhar coletivamente. A comunicação popular não faz tudo isso por si só, mas apenas se estiver inserida na dinâmica dos movimentos, gerando-



se a partir deles e, como consequência, caminhando na mesma direção por eles apontada. (Cicília Peruzzo, 2004:158)

Pensando nisso e buscando um espaço mais democrático para as opiniões da população residente no bairro Agostini, e também executando um trabalho na disciplina de Comunicação Comunitária II, no primeiro semestre de 2007, resolvemos montar um fanzine comunitário. A primeira etapa deste processo foi a realização de uma reunião com os moradores no bairro, onde foram dadas as primeiras explicações a respeito da construção do fanzine. Na oportunidade foi criado o Conselho Editorial, que ficou responsável pelo recolhimento do material, e juntamente com as acadêmicas, ajudou na organização, seleção e montagem deste material nas edições. Foram escolhidos pontos para deixar caixas de sugestões, nestas, as pessoas poderiam enviar material, idéias, pautas ou críticas ao fanzine, estabelecendo um vínculo maior entre o público, o conteúdo a ser veiculado e o conselho editorial.

6 CONSIDERAÇÕES

Uma proposta nova tende a causar uma certa insegurança por parte do público, no entanto, este projeto recebeu uma aceitação notória, visto que os moradores do bairro tiveram uma identificação com o tipo de veículo a ser utilizado (fanzine). Dificuldades existem em todas as direções, basta a nós saber superá-las. Foram efetuadas duas edições do fanzine e para surpresa do grupo a receptividade foi ótima. Tanto na construção/elaboração quanto na leitura do mesmo, percebemos a satisfação que as pessoas tiveram ao pegá-lo para ler.

O principal papel a ser desempenhado por nós acadêmicas foi o de mediação, ajudando na construção e interferindo o menos possível; construir sem intenção. O que nos deixa feliz nesta questão é que nossos objetivos foram alcançados, tanto na comunidade quanto na disciplina de comunicação comunitária II.

Sentimos que vale a pena insistir em certos obstáculos. As experiências mostram que a comunicação participativa da sustentabilidade à criação de uma cultura e uma educação democrática. Ela ajuda a conhecer, resgatar e valorizar as raízes do povo. Da o direito da palavra. Valoriza as idéias das pessoas fazendo com que se sintam incluídas.



REFERÊNCIAS

CARNICEL, Amarildo B. Jornal Comunitário e Educação Não-formal: Três Experiências, Um caminho. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17939/1/R1525-1.pdf>. Acesso em 17 de março de 2008.

DEMO, Pedro. “**Elementos metodológicos da pesquisa participante**”. In: PERUZZO, Cícilia M. Krohling. *Comunicação nos movimentos populares: A participação na construção da cidadania*. Petrópolis, Vozes, 2004, p. 75.

PERUZZO, Cícilia M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: A participação na construção da cidadania**. Petrópolis, Vozes, 2004.