Jornal Folha Martin Pilger[1]

Caroline ROVEDA[2]
Profa. Dra. Saraí SCHMIDT[3]
Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS

RESUMO

Este artigo apresenta a discussão do processo de construção do jornal *Folha Martin Pilger* que integra o projeto de extensão *Nosso Bairro em Pauta* da Universidade Feevale. O projeto atende as comunidades dos bairros Vila Nova, Martin Pilger, Kephas e Vila Diehl em Novo Hamburgo. As atividades realizadas partem das relações entre mídia, educação, cultura e comunidade, oportunizando a participação democrática das comunidades dos bairros na construção de pautas e notícias a serem publicadas no periódico. O jornal tem o objetivo de publicar uma pauta que amplie a visão cristalizada da dita grande mídia. O projeto capacita acadêmicos de Comunicação Social para o desenvolvimento de atividades de cunho comunitário, com o objetivo de estabelecer um vínculo produtivo entre a academia, as escolas públicas e a população local (leitores do jornal).

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; comunidade; mídia; escola.

INTRODUÇÃO

A produção do jornal *Folha Martin Pilger* integra o projeto de extensão *Nosso Bairro em Paut*a da Universidade Feevale, Novo Hamburgo (RS) que atende a comunidade local desde 2001. As atividades são realizadas a partir das relações entre mídia, educação, cultura e comunidade, resultando na construção do jornal. Pensar na contra-pauta, colocar o anônimo como protagonista, transformar “pequenos” acontecimentos em grandes matérias, aproximar a escola da universidade e a comunidade da escola. Trabalhar todos em conjunto. Esses e outros tantos desafios, são os objetivos traçados pelo projeto *Nosso Bairro* em Pauta através do jornal *Folha Martin Pilger*.

[1] Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, modalidade Jornal-laboratório impresso (conjunto/série).
[2]Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: carolpilger@gmail.com.
[3]Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: saraischmidt@feevale.br.

Com a orientação de professores e acadêmicos do curso de Comunicação Social, são realizadas oficinas semanais de leitura crítica da mídia, das quais participam crianças e jovens estudantes de quatro escolas públicas (Affonso Penna, Zozina Soares de Oliveira, Eugênio Nelson Ritzel e Adolfina Diefenthäler). As oficinas de Mídia e Educação desenvolvidas nas escolas públicas são de extrema importância para oportunizar a discussão e ampliar a pauta do jornal. Neste encontros semanais os alunos tem a oportunidade de exercitar o "olhar de estranhamento" à respeito da "grande mídia" e de tudo que nela é veiculado todos os dias.

> Apredendendo como ler e criticar a mídia, resistindo à sua manipulação, os indivíduos poderão fortalecer-se em relação à mídia e à cultura dominantes. Poderão aumentar sua autonomia diante da cultura da mídia e adquirir mais poder sobre o meio cultural, bem como os necessários conhecimentos para produzir novas formas de cultura. (KELLNER, 2001, p.10)

O projeto realizado oportuniza a participação democrática das comunidades dos bairros na construção de notícias e na publicação do periódico. Esse trabalho busca resgatar o respeito e a valorização da opinião dos moradores e das escolas, na reeconstrução de sua realidade, pois são os únicos veículos impressos nos quais são os protagonistas. O jornal *Folha Martin Pilger*, até o presente momento teve 21 edições, que são distribuídas na própria vila e no bairro Vila Nova. A distribuição é feita pelos acadêmicos, estudantes e professores nas escolas, e no bairro, assim como para os alunos do curso de Comunicação Social.

OBJETIVO

A leitura do jornal *Folha Martin Pilger* aproxima os moradores da vila Martin Pilger e também do bairro Vila Nova, que são vizinhos da Feevale. O objetivo do periódico é divulgar os acontecimentos da própria comunidade e das escolas que estão inseridas nesta comunidade. Neste sentido, é necessário que a universidade promova o exercício de reflexão sobre a construção de um veículo de comunicação fora da "grande mídia".

> A partir de um veículo dito alternativo, os jovens podem ter a oportunidade de colocar em evidência outras formas de se ver e pensar a cultura jovem, sendo esta uma forma de discutir e inverter a pauta imposta pela grande mídia. Dessa forma, a comunicação pode acontecer de forma mais democrática, possibilitando que o próprio jovem possa apresentar outras formas de representar a si mesmo (SCHMIDT E HANSEN, 2008, s/p).

De acordo com pesquisa realizada no ano de 2006 com os moradores da Vila, foi constatado que 94,6% deles leem a *Folha Martin Pilger*, o que comprova que os assuntos abordados despertam o interesse da comunidade. Outros 85,6% dos moradores da Vila escutam rádio, 52,3% leem jornal e 55,9% apontam os telejornais como seu programa de televisão preferido. Esses dados mostram que os moradores estão plenamente captados pelas influências midiáticas e, ao mesmo tempo, ratificam a importância de oferecer diferentes olhares em um veículo voltado para a comunidade. O grande desafio na hora da construção de mais uma edição da *Folha Martin Pilger* é a possibilidade de ampliar a pauta quando muitas vezes

> a dificuldade está em construir um discurso de contra informação que apresente também características de sedução, ou seja, que não dirija a uma pequena minoria, mas que possam dirigir-se também as massas, sem ser, definitivamente, um discurso doutrinário, dogmático, um discurso de pura retórica, artificial (RAMONET, 2003, p. 249).

Neste sentido, o objetivo principal do jornal é mostrar para a comunidade dos bairros que ele está inserido, que é importante retratar a realidade deles de uma forma positiva, e que é possível fazer isso. E também, dessa forma, conscientizar os acadêmicos, a universidade e esta comunidade, de que é preciso se ter esta "nova forma de comunicação". E é de extrema importância focarmos a construção do jornal nesta contra-pauta, ou seja, dar foco a assuntos que não teriam importância ou espaço nos jornais diários ou a "grande mídia", e transformar a reconstrução da realidade destes moradores, abrangendo a ideia do que é considerado notícia atualmente.

> E o que começa a se fazer visível nas emissoras comunitárias é o novo sentido que adquirem as relações entre cultura e política quando os movimentos sociais de bairro ou locais encontram, em um espaço público como aquele que uma rádio abra a possibilidade não de serem *representados*, mas de serem reconhecidos: de fazer ouvir a própria voz, de poder dizer-se com suas linguagens e relatos (BARBERO, 2003, p. 74).

JUSTIFICATIVA

Recorrentemente, a grande mídia procura mostrar os aspectos negativos dos lugares desfavorecidos economicamente. Durante semanas, ela pode abordar o mesmo assunto sem

perguntar ao seu público se aquilo realmente interessa. Ao mesmo tempo, podemos afirmar que, independentemente do local em que vivemos ou da situação, somos cooptados para uma rede de desejos que são unificados pela mídia.

> Num planeta que tem aproximadamente 6,2 bilhões de pessoas de diferentes idades, herdando e constituindo milhares de culturas, uma parcela significativa da população mundial consome as mesmas coisas. São reconhecidos objetos e signos comuns, seja na Finlândia, em Bali, na Itália ou no Peru. Nos mais diversos espaços socioculturais, são procurados e usados os mesmos produtos, as pessoas se pautam por formas de relacionamento similares e se situam de maneira parecida perante as novidades: como ativos consumidores ou em pleno desejo (DREIFUSS, 2003, p. 123).

No projeto de extensão, o desafio é ampliar a pauta. Assim, é preciso ter um outro olhar sobre essas comunidades. Nesses locais, também há o belo e o surpreendente. Nas comunidades, existem profissionais que precisam e devem ser valorizados. Engana-se quem pensa não existirem artistas plásticos, atletas, estudantes, microempresários e profissionais liberais. Nas comunidades periféricas brotam talentos. É a dona de casa especialista em fazer doces, tortas e salgados. O marceneiro criador de móveis. A costureira que, com um pedaço de tecido, consegue criar uma peça de roupa. É o segurança, que consegue deixar os condôminos dos apartamentos tranquilos. A aposentada que vira referência na comunidade por cultivar plantas medicinais. As crianças que vão até a escola estudar e sonham em um dia ser médico, dentista, advogado, enfermeira, professor… O belo não nasce em determinado local. Ele está em toda parte.

Como exemplo dessa tentativa de ampliar a pauta ou mesmo o enfoque do jornal, citamos a tradicional pauta sobre a gravidez na adolescência. Em uma página dedicada à saúde, mais precisamente a gravidez e todas as questões que a envolvem, a *Folha Martin Pilger* procurou abordar o assunto de outra forma. Procurou-se mostrar que os jovens e adultos não precisam ficar privados de ter relações e colocamos a ênfase desse tema voltada para meninos e meninas. Geralmente a mídia trata como “assunto de menina”. A matéria procurou conscientizar os jovens de que não existe sexo seguro sem a cumplicidade do parceiro.

Diariamente, a “grande mídia” costuma explorar negativamente fatos e situações encontradas em locais que apresentam vulnerabilidade social, adotando posturas de espetacularização das notícias. Nesse sentido, Duarte (2002) apresenta uma instigante reflexão, afirmando que é essencial, hoje, lembrar da importância de trabalhar a mídia em

sala de aula com as crianças, com os jovens e com os acadêmicos, desenvolvendo uma educação de leitura crítica da mída.

> A comunicação pode ser usada não apenas como emissor de mensagens, mas como uma ferramenta de educação e um meio de exercitar a cidadania. Para isso, é preciso educar para a leitura crítica da mídia e o desenvolvimento de linguagens próprias de comunicação construídas com as comunidades que produzem seus próprios meios de comunicação e os profissionais de comunicação são fundamentais nesse processo (DUARTE, 2002, p. 24).

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A pauta do jornal procura colocar no foco aquilo que está acontecendo na comunidade. Os jornais abordam assuntos que interessam aos moradores do bairro, assim como buscam despertar a curiosidade ou atenção dos jovens desses locais. Mas quais as preocupações desses jovens? O que passa pela cabeça deles?

Para pensar a pauta do jornal é preciso conversar com os leitores. A pauta não pode vir de cima para baixo, ela deve fazer sentido à comunidade que recebe o jornal. Pode-se dizer que na Martin Pilger e no bairro Vila Nova as preocupações das pessoas e dos jovens são distintas, mas todos preocupam-se com educação, saúde, segurança, emprego e alimentação. Questões básicas que mexem com a rotina dos moradores. Esses temas são discutidos desde os primeiros exemplares do periódico. Então, a pauta é estabelecida a partir das sugestões das escolas e dos próprios acadêmicos de Comunicação. Este é todo um trabalho feito em conjunto, onde a opinião do leitor é essencial para a construção do jornal. São realizadas pesquisas com a comunidade, onde cada família pode dar sua opinião sobre os assuntos que já foram publicados no jornal e também sugerir outros. Dessa forma, sempre mantendo uma relação de cumplicidade com os moradores e leitores, mostrando a importância da participação deles na construção do jornal.

Talvez pode-se afirmar que o elevado número de leitores da *Folha Martin Pilger* deve-se ao fato da comunidade ter participado da construção do projeto editorial do jornal. Em 2003, quando surgiu a proposta de construir um periódico, a equipe consultou os moradores sobre o que eles queriam que fosse discutido no jornal. Assim nasceram as primeiras editorias fixas: a editoria de *cultura,* e a editoria de *culinária* que permanecem no jornal até hoje. Outro fator importante, é a participação das escolas do bairro, que sempre colaboram fortemente na hora de "pensar a notícia" juntamente com os acadêmicos e professores do projeto. Pode-se afirmar que este projeto de extensão é uma grande parceria

da academia, comunidade e escolas. É um veículo de comunicação feito em conjunto, onde a opinião de cada um é relevante para a conclusão do produto final.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Desde a sua última reformulação no projeto gráfico, feita em janeiro de 2009, as últimas três edições, 19º, 20º e 21º, da *Folha Martin Pilger* tiveram diversas mudanças e respectivamente 24, 16 e 16 páginas. O jornal teve sua primeira edição publicada em 2002. Da data em questão até o último número a ser publicado, foram um total de 21 edições presentes e distribuídas gratuitamente para a comunidade residente na Vila Martin Pilger (cerca de 500 moradores) e ruas vizinhas (bairro Vila Nova). Analisando todas as edições anteriores do jornal e revendo valores, conceitos e elementos, foi proposto para este projeto a mudança em alguns conceitos e o resgate de vários elementos presentes e característicos da história da *Folha*. Resgatando tais elementos gráficos, importantes na caracterização do jornal e alterados ao longo das edições, procurou-se fortalecer a identidade do jornal *Folha Martin Pilger*, quando foram agregadas inovações que puderam oportunizar uma leitura mais clara e dinâmica.

Um dos desafios da equipe foi estabelecer uma linha gráfica mais jornalística para a construção do jornal, pois numa primeira análise do conjunto de jornais, evidenciava-se que o periódico muitas vezes utilizava uma linguagem gráfica de revista. Nesta nova etapa podemos apontar como mudanças significativas a utilização de oito colunas substituindo o formato anterior que utilizava quatro colunas. Esta modificação tornou a diagramação mais versátil. Uma nova coleção de fontes tipográficas foi pesquisada, procurando expressar todos os conceitos apontados como necessários. A inserção de pictogramas presentes nas editorias também contribuiu para uma leitura e localização rápida das páginas do jornal. Todas as mudanças presentes a partir da 19º edição da *Folha Martin Pilger* foram pesquisadas em vários referenciais com a orientação da professora Vera Dones, responsável pela coordenação gráfica do projeto de extensão. Os principais jornais europeus e brasileiros contribuíram para a influência da construção do projeto gráfico com o objetivo principal de fortalecimento e resgate de identidade, mais clareza e dinâmica na leitura e uma melhor satisfação para quem lê a *Folha*.

Seguindo esta nova organização, as editorias trabalhadas são as seguintes: *página 3 – Editoral*: apresenta uma carta ao leitor produzida pela equipe do projeto e o sumário com os novos pictogramas das editorias e suas respectivas matérias*; páginas 4, 5 e 6 - Sala de aula é notícia*: onde cada escola pertecente ao projeto (Affonso Penna, Zozina Soares de

Oliveira e Vovô Werno) tem o espaço para mostrar os trabalhas que estão realizando com os alunos dentro da sala de aula. Esta editoria tem o objetivo de valorizar as atividades que, muitas vezes, nem chegam ao conhecimento das famílias dos alunos e do restante da comunidade onde a escola está inserida; *página 7 – Culinária*: onde algum morador do bairro Vila Nova ou da vila Martin Pilger, que é geralmente indicado pelas escolas, transmite a receita de algum alimento que seja interessante, sempre privilegiando as receitas que tenham valores nutritivos. Nesta página também é aproveitado para contar brevemente sobre a vida do morador, dessa forma familiarizando o leitor com quem está compartilhando sua receita e humanizando aquele morador para o resto da comunidade; *Páginas 8 e 9 centrais – Cultura*: geralmente é o espaço onde qualquer atividade de cunho cultural realizada pela escola, ou na comunidade, é publicada. Por exemplo: feiras, passeios, projetos, enfim tudo que estiver relacionado com cultura. Uma exeção foi a edição 19º do jornal quando foi produzido um caderno de 8 páginas sobre consumo infantil e adolescente. *Páginas 10, 11 e 12 - Oficinas de Mídia e Educação:* atividades realizadas nas escolas Affonso Penna e Zozina Soares de Oliveira ganham destaque. Estas páginas são dedicadas a mostrar um histórico detalhado de tudo que foi trabalho com os alunos, com o intuito de mostrar para as famílias e comunidade as diversas atividades que são proporcionadas para as crianças e adolescentes do bairro. *Página 13 – Saúde:* onde geralmente são abordados assuntos factuais, ou projetos das escolas sobre o campo da saúde. *Página 14 - Serviços para comunidade:* onde são publicados todos os serviços gratuitos que o cidadão de Novo Hamburgo pode utilizar. *Página 2 e 15 - Olha só*: um panorama com diversas fotos produzidas durante as reportagens realizadas para a produção do jornal e também das oficinas nas escolas. *Página 16 - contra-capa*: é responsabilidade de uma professora da escola Affonso Penna, que toda edição do jornal escreve uma crônica sobre um assunto de escolha própria, e o bolsita e acadêmico de Publicidade e Propaganda, Diogo Fatturi, produz a ilustração.

CONSIDERAÇÕES

Considera-se de extrema importância desenvolver, antes de qualquer coisa, o “olhar de estranhamento” dos jovens à respeito da “grande mídia”. É papel do acadêmico, futuro produtor de artefatos midiáticos, zelar por esta nova comunicação e a descoberta de uma nova reconstrução da realidade. O projeto acredita que é possível mudar esta realidade sim.

Novas ideias, metodologias e conceitos devem ser propostos pela universidade. Ela é o espaço legítimo de construção do conhecimento. As instituições que possuem cursos de Comunicação devem instigar seus acadêmicos a rever critérios usados na seleção do que será pauta, do que irá transformar-se em notícia. Acredita-se que, além de ser debatida na academia, a comunicação é um tema estimulante que deve ser levado para a sala de aula nas escolas públicas.

É preciso olhar de maneira crítica para a produção atual da mídia e oferecer possibilidades para que o telespectador, o leitor, o ouvinte tenha condições de compreender e discutir os ensinamentos da mídia. Nesse sentido, as oficinas de Mídia e Educação, do *Projeto Nosso Bairro em Pauta,* procuram discutir "uma outra comunicação" com os jovens estudantes. Nos encontros semanais, professores e acadêmicos procuram trabalhar a "realidade" construída e colocada em circulação pela mídia. Muitas vezes a mídia cria uma forma caricatural para narrar a juventude. O jornal *Folha Martin Pilger* procura inverter a lógica ou oportunizar que outras representações de juventude sejam colocadas em circulação. Nas páginas do periódico produzido no projeto, os temas discutidos buscam colocar em evidência discussões contempladas na grande mídia. E os atores sociais que nele estão publicados sempre serão os mais importantes atores nesse processo.

Estamos tentando realizar o exercício do olhar de estranhamento para questões já naturalizadas como únicas e verdadeiras. Nas palavras da jornalista Eliane Brum, encontramos a possibilidade para o desafio constante do desenvolvimento de um olhar atento que valorize a singularidade de cada um:

> somos todos mais iguais do que gostaríamos. E, ao mesmo tempo, cada um é único, um padrão que não se repete no universo, especialíssimo. Nossa singularidade só pode ser reconhecida no universal. Tudo é um jeito de olhar (BRUM, 2006, p.195).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Jesús Martin. Globalização comunicacional e transformação cultural. In; MORAES, Denis de. **Por uma outra comunicação.** São Paulo: Ed. Record, 2003.

BRUM, Eliane. **A vida que ninguém vê**. Ed. Arquipélago Editorial, 2006.

DUARTE, Rosina. **S.O.S Comunicação**: estratégias para divulgação do terceiro setor. Porto Alegre: Ed. Tomo, 2002.

DREIFUSS, René. Tecnobergs globais, mundialização e planetarização. In: MORAES, Denis de**. Por uma outra comunicação**. São Paulo: Ed. Record, 2003.

HARVEY, David. **A arte de lucrar**: Globalização, monopólio e exploração cultural. In; MORAES, Denis de. Por uma outra comunicação. São Paulo: Ed. Record, 2003.

KELLNER, Douglas**. A cultura da Mídia**. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Trad. Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: EDUSC, 2001.

RAMONET, Ignácio. O poder midiático. In: MORAES, Denis de. **Por uma outra comunicação**. São Paulo: Ed. Record, 2003.

SCHMIDT e HANSEN. **Juventude, Mídia e Identidade**: A experiência da Folha Martin Pilger. Artigo. Universidade Feevale. Novo Hamburgo. 2008, s/p.