

---

## **Proximidade como valor-notícia: a estratégia do coletivo A Voz do Lins na construção de uma agenda de comunicação comunitária<sup>1</sup>**

Patricia Gabrig<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Ana Paula Goulart de Andrade<sup>3</sup>

Universidade Federal Fluminense/ Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Leonel Aguiar<sup>4</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

### **RESUMO**

O artigo se propõe a apresentar os resultados parciais de uma pesquisa que analisa como o coletivo A Voz do Lins, localizado na cidade do Rio de Janeiro, utiliza o conceito de proximidade como um dos principais critérios de noticiabilidade em sua atuação. Esse trabalho pretende discutir de que modo essa estratégia comunicacional é empregada para priorizar pautas e informações relevantes para a comunidade local, buscando atender às suas necessidades e interesses específicos. Ao priorizar a proximidade geográfica, cultural e social na seleção de conteúdos, o coletivo busca estabelecer uma agenda jornalística que reflita de maneira mais assertiva as demandas e realidades da população do bairro do Lins, contribuindo assim para a construção de um espaço midiático mais participativo e representativo da comunidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação comunitária; jornalismo comunitário; proximidade; valor-notícia; coletivo A Voz do Lins.

### **INTRODUÇÃO**

Na sociedade contemporânea, o jornalismo comunitário, a comunicação comunitária e o jornalismo cidadão emergem como práticas de comunicação de intensa importância educativa e cultural, desempenhando papéis fundamentais no fortalecimento do tecido social e na promoção da participação cidadã. Embora esses conceitos apresentem uma inter-relação significativa, cada um deles possui características únicas e abordagens distintas que merecem uma análise aprofundada.

O jornalismo comunitário se caracteriza por sua focalização na cobertura de eventos, notícias e informações que são relevantes para uma comunidade específica,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, 24º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação (PUC-Rio), doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio, bolsista Doutorado Nota 10 - FAPERJ, integrante do grupo de pesquisa Teorias do Jornalismo e Experiências Profissionais (CNPq/PUC-Rio), e-mail: patriciagabrig@outlook.com.br

<sup>3</sup> Professora do Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (UFF) e da do curso de Jornalismo (UFRRJ), Mestre e Doutora em Comunicação (PUC-Rio), integrante do grupo de pesquisa Teorias do Jornalismo e Experiências Profissionais (CNPq/PUC-Rio), e-mail: goulartdeandrade@gmail.com

<sup>4</sup> Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio, Doutor e Mestre em Comunicação (UFRJ), jornalista diplomado (UFF), líder do grupo de pesquisa Teorias do Jornalismo e Experiências Profissionais (CNPq/PUC-Rio), e-mail: laaguiar@uol.com.br

frequentemente de pequeno ou médio porte. Como aponta Peruzzo (2005), essa modalidade de jornalismo direciona suas atenções para "a comunidade local, seus problemas, suas conquistas, seus conflitos, suas iniciativas, seu cotidiano". Essa abordagem é imprescindível para a promoção de vínculos de identidade e pertencimento entre os membros da comunidade. O papel do jornalista comunitário transcende a mera reportagem de fatos; ele se posiciona como um mediador entre a comunidade e as esferas de poder, buscando dar visibilidade a demandas e reivindicações locais, além de ressaltar iniciativas voltadas para o desenvolvimento e transformação social.

Por outro lado, a comunicação comunitária abrange um espectro mais amplo de práticas que englobam diversas formas de expressão e interação dentro de um espaço comunitário. Peruzzo (2004) define a comunicação comunitária como um conjunto de processos que ocorrem em comunidades e grupos organizados da sociedade civil, com o intuito de promover informação, mobilização, expressão cultural, educação, promoção cultural e mudança social. Assim, o principal objetivo da comunicação comunitária é estimular a participação ativa e o protagonismo dos cidadãos, reforçando a identidade coletiva e a capacidade de organização e mobilização social. Nesse contexto, a comunicação comunitária se apresenta como uma ferramenta vital para a construção de uma sociedade mais engajada e ciente de suas necessidades e potencialidades.

No contexto brasileiro, a comunicação comunitária é concebida como um processo que espelha os interesses e as necessidades específicas da comunidade. Embora compartilhe da essência de conferir voz ao "povo", essa forma de comunicação difere da comunicação popular. A comunicação popular, por sua vez, surgiu nos movimentos sociais das décadas de 1970 e 1980, sendo caracterizada como um processo de mobilização coletiva ligado a organizações e movimentos populares, com uma abordagem crítica e emancipatória. Está intrinsecamente relacionada à expressão de segmentos da sociedade que se encontram marginais, cujo objetivo é promover transformações sociais e políticas, evidenciando um caráter participativo, horizontal e dialógico.

A comunicação popular foi também denominada de alternativa, participativa, horizontal, comunitária e dialógica, dependendo do lugar social e do tipo de prática em questão. Porém, o sentido político é o mesmo, ou seja, o fato de tratar-se de uma forma de expressão de segmentos excluídos da população, mas em processo de mobilização visando atingir seus interesses e suprir necessidades de sobrevivência e de participação política. No entanto, desde o final do século passado

---

passou-se a empregar mais sistematicamente, no Brasil, a expressão comunicação comunitária para designar este mesmo tipo de comunicação e também outras expressões similares (PERUZZO, 2006, p. 2).

Cada um desses conceitos traz à tona a importância de uma comunicação que seja verdadeiramente representativa e inclusiva, capaz de amplificar as vozes que tradicionalmente encontram dificuldades em ser ouvidas nas esferas convencionais de informação.

A análise preliminar deste estudo irá focar na relevância do valor-notícia proximidade como um pilar essencial nas interações sociais, destacando-se como um elemento central na construção de uma agenda de comunicação comunitária. Nesse sentido, a investigação detalhada desta atuação da comunidade nas redes sociais do coletivo A Voz do Lins revela a disseminação de informações pela comunidade pode desempenhar um papel crucial na formação de uma agenda contra-hegemônica em relação à mídia tradicional. Em um cenário onde os meios de comunicação convencionais frequentemente reproduzem narrativas dominantes que privilegiam determinados grupos sociais, a “produção” da comunidade se torna um poderoso instrumento de resistência e transformação.

## **VALOR-NOTÍCIA**

A atividade jornalística consiste em um campo repleto de desafios e responsabilidades, sendo sustentada por uma série de princípios e critérios que orientam tanto a seleção quanto a produção das notícias. No cerne dessa prática se encontram os valores noticiosos, os quais exercem uma influência decisiva na definição do que é considerado relevante, digno de interesse e merece destaque nos meios de comunicação. O valor-notícia é definido como as qualidades dos acontecimentos que os tornam dignos de serem incluídos em um produto informativo. Esses valores não apenas ajudam na seleção dos eventos que serão noticiados, mas também atuam como linhas-guia para a apresentação do conteúdo, influenciando a hierarquização das informações selecionadas. Quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são suas chances de ser incluído no processo de produção jornalística.

Conforme Traquina (2005), os valores noticiosos podem ser categorizados em duas grandes classes: os valores que dizem respeito à importância da notícia e aqueles que se relacionam ao interesse intrínseco da informação. Os primeiros, os valores

---

relativos à importância, estão intimamente ligados à magnitude do evento noticiado, ao seu impacto na sociedade e à sua característica de novidade. Em outras palavras, quanto mais significativo for um acontecimento na vida social, política ou econômica de uma população, maior será sua relevância para os meios de comunicação que, ao decidir informar sobre ele, reconhecem o seu potencial para moldar a compreensão coletiva da realidade.

Para Aguiar (2007), o conceito de "news values" (valores-notícia) responde a uma questão central do jornalismo, fundamental porque os valores-notícia ajudam a determinar a noticiabilidade de um evento, ou seja, quais fatos serão selecionados e como serão apresentados ao público.

Essa noção – *news values* – constitui a resposta a esta questão central no jornalismo: quais são os acontecimentos considerados suficientemente interessantes e significativos para serem formalizados na ordem do discurso denominada notícia? A metodologia adotada prevê mostrar que as diferentes estratégias que se desenrolam no discurso jornalístico derivam de um mesmo jogo de relações: ordenar, disciplinar, discorrer e controlar (AGUIAR, 2007, p.5).

É importante ressaltar que, embora os valores noticiosos ofereçam uma estrutura para a criação e a disseminação de notícias, eles não são absolutos e invariáveis. O contexto social, político e tecnológico em que o jornalismo opera está em constante evolução, assim como as expectativas e os interesses do público. A emergência das mídias digitais, por exemplo, alterou significativamente a forma como as notícias são consumidas e compartilhadas, criando novas dinâmicas de engajamento e interação entre jornalistas e leitores. Tal cenário impõe aos profissionais de jornalismo o desafio de reavaliar continuamente os critérios que orientam sua prática, garantindo que suas reportagens sejam não apenas informativas, mas também ressonantes com as experiências de vida de suas audiências.

Mas os valores-notícia não são imutáveis, com mudanças de uma época histórica para outra, com sensibilidades diversas de uma localidade para outra, com destaques diversos de uma empresa jornalística para outra, tendo em conta as políticas editoriais. As definições do que é notícias estão inseridas historicamente e a definição de noticiabilidade de um acontecimento ou de um assunto implica um esboço da compreensão contemporânea do significado dos acontecimentos como regras do comportamento humano e institucional (TRAQUINA, 2005, p. 95).

No âmbito da análise dos valores noticiosos, é útil considerar a perspectiva de diversos autores que contribuíram para o entendimento dessa temática. Segundo Traquina

(2005), autores classificados como estruturalistas e interacionistas introduziram o conceito de "notícia como construção social", destacando que a seleção do que é noticiado reflete não apenas os interesses do meio, mas também os preconceitos e as classificações sociais que permeiam a sociedade. A escolha do que merece ser reportado e o modo como isso é feito não são neutros, mas sim produtos de um complexo conjunto de relações de poder e influências culturais.

### **PROXIMIDADE COMO VALOR-NOTÍCIA**

Proximidade como valor-notícia é definido como um critério relevante que se relaciona com a importância de eventos ou informações que se encontram geograficamente ou culturalmente próximos ao público-alvo. Este conceito se firma como um dos pilares na seleção de notícias, uma vez que acontecimentos que transpõem fronteiras locais ou que exercem um impacto direto sobre a comunidade costumam ser mais valorizados, tanto pelos profissionais de jornalismo quanto pelos consumidores de informação. A proximidade é discutida como um dos critérios delineados por autores como Galtung e Ruge, que, segundo Massuchin (2019), a designaram como "proximidade cultural". Apesar da evolução dos valores noticiosos ao longo dos anos, a proximidade permanece como um elemento crucial na prática jornalística, influenciando a forma como os jornais regionais estruturam suas coberturas e como os leitores se envolvem com as notícias apresentadas.

Ao longo do desenvolvimento dos valores-notícia, tanto na literatura nacional quanto internacional, percebe-se que um deles, sempre presente, é a proximidade. Este é o segundo conceito importante mobilizado neste artigo. Tal critério de seleção já aparecia em Galtung e Ruge, nomeado como proximidade cultural. Na pesquisa de Harcup e O'Neill, o interesse pela proximidade estava entre os mais presentes nas notícias, apesar da reconstrução para o valor relevância que os autores propõem. Silva (2005), a partir do agrupamento de diversos estudos que nomeiam valores notícia, indica que a referência para a proximidade aparece nas discussões de diversos autores desde o início do século XX (MASSUCHIN, 2019, p. 181).

Massuchin indica que a ênfase na proximidade pode configurar uma estratégia vital para os veículos jornalísticos atuantes no ambiente digital, especialmente em um cenário marcado pela acirrada competição por atenção nas plataformas de redes sociais. A ênfase na proximidade emerge como uma estratégia crucial para veículos jornalísticos online, justificando-se por diversas razões interconectadas que destacam sua relevância

em um ambiente digital saturado. Primeiramente, ao centrar a cobertura em notícias que se relacionam diretamente com a vida de seus leitores, esses veículos conseguem aumentar não apenas o interesse, mas também o engajamento do público. Notícias que abordam questões locais ou regionais tendem a ressoar mais fortemente com os leitores, resultando em uma maior identificação e interação com o conteúdo apresentado.

Além disso, em um cenário de intensa concorrência, a ênfase na proximidade oferece um caminho de diferenciação para veículos regionais frente a grandes meios de comunicação que costumam privilegiar eventos de escala nacional e internacional. Essa estratégia contribui para a criação de uma identidade única para as publicações, fidelizando leitores que buscam informações relevantes e contextualizadas em suas comunidades. A utilização eficaz das redes sociais é outra dimensão a ser considerada. Nesses ambientes, postagens que abordam temas locais possuem maior potencial de serem compartilhadas e comentadas, o que não apenas amplia a visibilidade do conteúdo, mas também atrai novos leitores. Ademais, a interação nas redes sociais se torna uma fonte valiosa de feedback, indicando quais temas são mais significativos para a audiência e, assim, permitindo ajustes na linha editorial.

Como demonstraram Schaudt e Carpenter, em sites locais, um percentual significativo de notícias mais populares possuem o valor proximidade, o que indica que há interesse do público por este, tipo de conteúdo. Este achado oferece indícios para calcular que esta pode ser uma oportunidade que garante leitores e diferencia as postagens de outros conteúdos que já estão em circulação nas redes sociais, o que tem relação direta com a primeira hipótese apresentada no artigo. Assim, o que estes autores indicam é que o valor de proximidade pode ser uma saída importante para veículos jornalísticos online (MASSUCHIN, 2019, p. 182-183).

Outro aspecto relevante é a construção de um senso de comunidade entre os leitores. A priorização de notícias próximas ao cotidiano dos cidadãos facilita a formação de um laço comunitário, promovendo um engajamento mais profundo, uma vez que os leitores se sentem parte de um diálogo sobre questões que impactam diretamente suas vidas. Tal construção é fundamental para a sustentabilidade e sobrevivência dos veículos jornalísticos na era digital. As mutações trazidas pela digitalização e pelas novas rotinas produtivas dos jornais exigem adaptações constantes por parte desses veículos. Nesse contexto, a ênfase na proximidade se apresenta como uma resposta eficaz às novas demandas do público, permitindo aos jornais explorar temas que possuem maior potencial de gerar engajamento e interação.

## COLETIVO A VOZ DO LINS

O coletivo @avozdolins considera a comunicação como elemento essencial para a promoção de uma cidadania ativa, informada e participativa, incentivando a inclusão, a diversidade e a democracia. Com um foco na comunidade local do Complexo do Lins, Méier e regiões adjacentes, na cidade do Rio de Janeiro, busca atender às suas necessidades, interesses e identidade, envolvendo os moradores na criação e disseminação de conteúdo. Ele se estabelece como uma força contra-hegemônica no campo comunicacional, atuando de maneira contracultural e promovendo práticas de produção diferenciadas. Fundado em 2013 por Rafael Souza, assistente social, durante a pré-instalação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) Lins e Camarista Méier, com o objetivo de monitorar o projeto de suposta pacificação, o coletivo se inspira no modelo do Voz das Comunidades, compartilhando oportunidades, notícias positivas e relatos locais. Desde o ano de 2020, funciona como um Centro de Inteligência Comunitária, desenvolvendo estratégias para o progresso local e assegurando a continuidade de suas ações.

Um dos canais de comunicação do coletivo A Voz do Lins é o Instagram "@avozdolins", que permite que os moradores tenham voz, divulgando suas demandas, compartilhando suas histórias e denunciando as injustiças que enfrentam. Esta plataforma de comunicação tem se tornado uma ferramenta indispensável para a visibilidade e conscientização sobre as realidades da comunidade, em especial após a introdução de sua ferramenta de conteúdo audiovisual, o *Reels*.

Conforme apontado por Recuero (2009), as redes sociais têm exercido um papel cada vez mais crucial na disseminação de informações, facilitando a criação e o compartilhamento de conteúdo de maneira rápida e acessível. Nesse cenário, o *Reels* emerge como uma ferramenta que potencializa essa dinâmica, permitindo que os usuários produzam e consumam conteúdo audiovisual de maneira ágil e imersiva. Esse formato inovador propicia uma experiência que se alinha com as demandas de um público que busca informações de forma rápida e eficaz. Salaverría (2019) ressalta que o formato de vídeo curto, aliado a uma interface intuitiva e atraente, captura a atenção do público, especialmente entre os jovens. Em um cenário de sobrecarga informativa, onde os indivíduos anseiam por meios ágeis e envolventes para se manterem informados, esse formato se torna particularmente relevante. Segundo Primo (2013), a utilização de vídeos

---

curtos no jornalismo proporciona uma abordagem mais dinâmica e interativa dos acontecimentos, aproximando o público de forma imediata ao conteúdo.

## **METODOLOGIA DE PESQUISA**

A Análise de Conteúdo tem se consolidado como uma ferramenta crucial para a pesquisa em diversas áreas. Inicialmente marcada pela objetividade e quantificação, a técnica evoluiu para incorporar uma dimensão qualitativa, permitindo uma análise mais profunda e crítica dos dados. A diversidade de técnicas disponíveis para a análise de conteúdo reflete sua adaptabilidade a diferentes contextos de pesquisa.

O processo de Análise de Conteúdo se estrutura em três etapas interligadas: pré-análise, análise e interpretação. A pré-análise envolve a seleção dos documentos, a formulação de hipóteses e a elaboração de indicadores. A análise propriamente dita consiste na aplicação de técnicas específicas para categorizar e organizar os dados. Por fim, a interpretação dos resultados exige um confronto sistemático com o material original, permitindo a construção de inferências e a geração de novos conhecimentos. A adesão a esse processo rigoroso garante a confiabilidade dos resultados da Análise de Conteúdo, tornando-a uma ferramenta indispensável para a produção de conhecimento científico (BARDIN, 1977).

O esforço de coleta de dados foi conduzido por meio da seleção de um grupo de *reels* da página @Avozdolins. Para tal, optou-se por um levantamento de dados primários, no qual foram escolhidos 15 *reels* publicados entre 2021 e 2023. A coleta de dados secundários foi realizada mediante a identificação dos *reels* que obtiveram o maior número de visualizações até a data de 15 de setembro de 2024.

A métrica de visualização de *reels* no Instagram reveste-se de importância significativa por diferentes motivos. Em primeiro lugar, o número de visualizações oferece insights valiosos sobre o alcance e o engajamento gerado pelo conteúdo veiculado. A partir da análise do quanto os usuários assistiram a um *reel*, torna-se possível avaliar a eficácia da mensagem transmitida e o nível de interação com o público-alvo. Essa análise, por sua vez, permite aos criadores de conteúdo discernir quais formatos e temas despertam maior interesse e atração de sua audiência. A compreensão das visualizações contribui para a formulação de estratégias futuras, tendo como foco a produção de conteúdo que efetivamente ressoem sobre aquela comunidade.



Tabela 1 – Relação dos *Reels* por visualização

	Reels	Visualização	curtidas	comentários	Ano
1	<a href="https://www.instagram.com/reel/CpgDxHSJXEG/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/CpgDxHSJXEG/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	710 mil	15,7 mil	237	2023
2	<a href="https://www.instagram.com/reel/CruFN6Lp008/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/CruFN6Lp008/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	12,8 mil	822	82	2023
3	<a href="https://www.instagram.com/reel/Cz800HZuJfD/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/Cz800HZuJfD/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	9319	253	26	2023
4	<a href="https://www.instagram.com/p/CP3n9KjpG9_/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/CP3n9KjpG9_/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	8096	808	85	2021
5	<a href="https://www.instagram.com/reel/Cjyc_fTppqI/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/Cjyc_fTppqI/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	7939	295	7	2022
6	<a href="https://www.instagram.com/reel/Ce7NzBbJaeD/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/Ce7NzBbJaeD/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	7325	508	47	2022
7	<a href="https://www.instagram.com/reel/C1hcaUJgAFQ/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/C1hcaUJgAFQ/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	6824	222	7	2023
8	<a href="https://www.instagram.com/tv/CcF0cXVAWyH/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/tv/CcF0cXVAWyH/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	4603	474	26	2022
9	<a href="https://www.instagram.com/reel/CdobPwMJF8m/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/CdobPwMJF8m/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	4543	312	7	2022
10	<a href="https://www.instagram.com/tv/CV0jyN6pKf1/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/tv/CV0jyN6pKf1/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	2623	159	6	2021
11	<a href="https://www.instagram.com/tv/CWOkIHJ82A/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/tv/CWOkIHJ82A/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	2496	212	4	2021
12	<a href="https://www.instagram.com/tv/CK2n2C9pGZt/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/tv/CK2n2C9pGZt/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	1443	123	11	2021
13	<a href="https://www.instagram.com/tv/CNvr0FXpR4z/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/tv/CNvr0FXpR4z/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	1143	178	7	2021
14	<a href="https://www.instagram.com/reel/CYmt_klhGI/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/CYmt_klhGI/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	10,6	360	11	2022
15	<a href="https://www.instagram.com/reel/CsEiCn9pV5_/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/CsEiCn9pV5_/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	10,4	623	19	2023

Tabela elaborada pelos autores

Após a realização da análise preliminar, iniciamos um processo de leitura fluente, que visa sistematizar as ideias iniciais e organizar o material a ser investigado. Este método permite que o analista conduza sucessivas operações de análise. Neste caso específico, realizamos a visualização dos 10 *reels* com maior número de visualizações, utilizando esse recorte para delinear nossa pesquisa. Ao considerarmos a proximidade como uma categoria de análise, conseguimos selecionar 10 *reels* que efetivamente retratam o cotidiano da comunidade em questão. A seguir, detalharemos os resultados dessa análise.

O primeiro *reels* retrata uma cena com forte presença policial na principal rua do bairro do Lins, região de acesso a diversas comunidades e que abriga um importante hospital da área. Com apenas seis segundos de duração, o vídeo mostra viaturas policiais e veículos especiais, conhecidos como "caveirões", sugerindo uma operação em andamento. O conteúdo recebeu três comentários de moradores, expressando

preocupação e indignação. Alguns mencionam o receio de invasões policiais em suas casas, fato que já ocorreu em outras ocasiões. O vídeo também alerta a população para evitar a área próxima ao Hospital Marcílio Dias, evidenciando a complexa e tensa relação entre a comunidade e as forças de segurança.

O segundo *reels* exhibe a lamentação de um morador sobre o deslizamento no "campinho", área comunitária que necessita de obras urgentes para evitar maiores danos ao Rio Jacaré. Uma voz de criança ao fundo reforça a importância desse espaço para a comunidade. Os danos causados pelas chuvas, agravados pela falta de manutenção, geraram tristeza e revolta, expressas nos comentários, que denunciam o descaso das autoridades. Embora promessas de reforma tenham sido feitas há anos, os moradores ainda reconhecem o potencial do local para se tornar um polo poliesportivo.

O terceiro *reels* retrata a chegada de uma ambulância com o corpo de Ketkleen ao hospital, carregando uma forte carga emocional. Um morador expressa indignação com o que chamou de "esculacho" policial. A legenda revela que Ketkleen foi baleada na Vila Cabuçu, e o vídeo questiona até quando a comunidade conviverá com essa "guerra sem sentido". Com mais de 80 comentários, a publicação atraiu uma onda de tristeza e revolta, evidenciada pelos emoticons de choro.

O quarto *reels* apresenta uma reportagem do SBT sobre a campanha de arrecadação de alimentos "Lins Solidário", realizada pelo coletivo durante a pandemia. Com três minutos de duração, a reportagem entrevista líderes comunitários e destaca a importância da campanha. Os comentários elogiam a iniciativa e incluem o depoimento de uma pessoa atendida, expressando profunda gratidão pelas doações recebidas.

O quinto *reels* é uma gravação de câmera de segurança mostrando o roubo de baterias de carros estacionados. Sem áudio, o vídeo de cinco minutos mostra o ocorrido e a legenda questiona a falta de respeito na região, referindo-se ao ladrão de maneira pejorativa e alertando para os cuidados necessários. Os 11 comentários expressam indignação com a recorrência desse tipo de crime e o sentimento de que o respeito há muito foi perdido.

O sexto *reels* mostra um morador desentupindo uma vala manualmente, uma tarefa que deveria ser de responsabilidade do poder público. Os comentários refletem a indignação com a omissão das autoridades e, ao mesmo tempo, criticam a falta de educação ambiental da população, que descarta lixo de forma inadequada. O problema, que persiste apesar de denúncias, força os moradores a agir por conta própria.

---

O sétimo *reels*, com duração de um minuto, apresenta uma conversa entre participantes do programa Big Brother Brasil sobre o Lins e outras comunidades locais. A legenda do vídeo destaca o papel do Lins no contexto do programa, referindo-se a um participante como "cria" da comunidade. Nos comentários, os espectadores demonstram familiaridade com a localidade, enquanto alguns lamentam que, enquanto o programa exibia a conversa, "a bala estava comendo e crianças sem escola", aludindo aos problemas sociais enfrentados pela região.

O oitavo *reels*, com 18 segundos de duração, captura os efeitos de um forte vendaval na região. O barulho do vento é acompanhado pela preocupação de um morador que afirma que parece "fim do mundo". A legenda relaciona o fenômeno às mudanças climáticas, e os comentários destacam os danos causados pelo vento e a chuva de granizo subsequente. Um dos comentários reforça a importância de compartilhar esse tipo de informação como forma de alerta e conscientização sobre a urgência das mudanças climáticas.

O nono *reels* mostra o retorno da linha de ônibus 651, em um vídeo de sete segundos, com a mensagem "Koé Izzy, estou chegando", postado por um morador conhecido. A publicação recebeu 47 comentários de agradecimento, embora alguns moradores critiquem o novo itinerário. A maioria, contudo, expressa alívio por não precisar mais utilizar alternativas incômodas, como vans ou baldeações.

O décimo *reels*, com 11 segundos de duração, registra um confronto entre adolescentes em frente ao Colégio Antônio Houaiss. A presença policial no local é limitada ao uso indiscriminado de spray de pimenta, sem resolver a situação. Os comentários refletem indignação e sugerem que a adoção de escolas cívico-militares poderia ser uma solução para lidar com a "juventude perdida".

Através da análise de dez *reels*, o objetivo deste estudo foi identificar as principais temáticas, as vozes presentes e as narrativas construídas sobre a realidade local. Essa investigação permite um olhar aprofundado sobre a representação social e cultural capturada por esses breves vídeos, além de evidenciar as dinâmicas de comunicação contemporâneas.

O processo de formação das categorias, conforme delineado por Bardin (1977), foi executado rigorosamente. Inicialmente, realizamos a seleção do material, seguida de uma visualização flutuante, o que possibilitou uma imersão nas produções analisadas. Assim, foram definidas categorias iniciais que serviram como elementos visuais e

narrativos para a categorização. Essas categorias não apenas refletem o conteúdo observado, mas também enfatizam a diversidade de vozes que compõem as narrativas contemporâneas, oferecendo uma compreensão mais profunda da realidade local.

Tabela 2 – Categorias Iniciais

<b>Imagens fortes</b>	<b>Testemunhos</b>	<b>Legendas e comentários</b>
Os vídeos utilizam imagens impactantes para chamar a atenção para os problemas da comunidade, como cenas de violência, de destruição e de abandono.	Os moradores são os principais protagonistas dos vídeos, dando voz às suas experiências e sentimentos.	As legendas e os comentários nos vídeos servem para contextualizar as imagens, expressar opiniões e promover a interação entre os usuários.

Tabela elaborada pelos autores

Com o objetivo de aprimorar a análise dos dados, o processo de agrupamento progressivo das categorias iniciais revelou a necessidade de estabelecer uma categoria final que abranja os temas mais recorrentes. Esse procedimento é fundamental para garantir a clareza e a relevância das informações apresentadas. A seguir, serão expostas as categorias definitivas que emergiram dessa análise.

Tabela 3 – Categoria de temas recorrentes

<b>Categoria</b>	<b>Considerado como</b>
<b>Violência</b>	A presença de policiais, tiroteios e roubos demonstram um alto índice de violência na região, gerando medo e insegurança nos moradores.
<b>Desigualdade social:</b>	A falta de infraestrutura, como o campinho danificado e as ruas esburacadas, evidenciam a desigualdade social e a falta de investimento público em áreas periféricas.
<b>Segurança Pública</b>	Os moradores sentem-se desprotegidos e vulneráveis, tanto em relação à criminalidade quanto à ação policial.

<b>Falta de investimento público</b>	A ausência de manutenção em espaços públicos, como o campinho, e a demora na resolução de problemas como o entupimento de valas, demonstram a falta de investimento público na região.
<b>Mobilização da comunidade</b>	Apesar dos problemas, a comunidade se mostra ativa, denunciando situações, organizando ações solidárias e buscando soluções para os problemas locais.
<b>Relação complexa com o poder público</b>	A relação entre a comunidade e o poder público é marcada pela desconfiança, pela falta de diálogo e pela sensação de abandono.
<b>Cotidiano e na Cultura da Comunidade</b>	Aspectos mais cotidianos da vida na comunidade, como a rotina de transporte público e a participação em programas de televisão. A narrativa é mais leve e informal.
<b>Mudanças Climáticas e Ambientais</b>	Os impactos das mudanças climáticas, como vendavais e chuvas fortes. A narrativa alerta para a necessidade de se adaptar a essas novas realidades.

Tabela elaborada pelos autores

Com base na análise realizada, podemos agrupar os 10 *reels* em categorias de acordo com seus elementos visuais e narrativos dominantes. Essa classificação pode ajudar a visualizar as diferentes facetas da comunidade do Lins apresentadas nos vídeos, como exemplificamos abaixo.

Tabela 4 – Divisão por categorias finais de cada reels

<b>Categoria</b>	<i>Reels</i>
<b>Violência</b>	<b>1, 3, 5, 10</b>
<b>Desigualdade social:</b>	<b>2, 6</b>
<b>Segurança Pública</b>	<b>4</b>
<b>Falta de investimento público</b>	<b>2, 6</b>

<b>Mobilização da comunidade</b>	<b>4</b>
<b>Relação complexa com o poder público</b>	<b>2, 6, 10</b>
<b>Mudanças Climáticas e Ambientais</b>	<b>8</b>
<b>Cotidiano e na Cultura da Comunidade</b>	<b>7, 9</b>

Tabela elaborada pelos autores

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa, ao investigar o papel da proximidade como valor-notícia no jornalismo comunitário, com foco no coletivo A Voz do Lins, evidencia a relevância desse conceito para a construção de conteúdo e o engajamento com comunidades marginalizadas. Os resultados corroboram a centralidade da proximidade geográfica e cultural na definição da noticiabilidade, demonstrando como essa noção, no contexto do jornalismo comunitário, promove um senso de identidade, pertencimento e engajamento cívico mais profundo.

A análise do conteúdo produzido indica que a escolha dos temas e a construção das narrativas estão profundamente enraizadas nas experiências cotidianas dos moradores do bairro Lins de Vasconcelos. A pesquisa destaca a importância da proximidade para o fortalecimento dos laços comunitários e a promoção da coesão social. Essa estratégia não apenas garante maior engajamento, mas posiciona o coletivo como uma força contranarrativa, contrapondo-se às representações hegemônicas da mídia sobre a comunidade. A diversidade de temas abordados nos *reels* — desde violência e segurança até mobilização comunitária e questões ambientais — oferece uma visão abrangente dos desafios enfrentados pela comunidade e demonstra sua resiliência e solidariedade.

Em termos teóricos, a pesquisa contribui para o campo dos estudos de jornalismo, especialmente no que diz respeito à aplicação de valores de notícias em contextos de mídia não tradicionais. O conceito de proximidade, aqui explorado, transcende a mera proximidade geográfica, englobando dimensões culturais e sociais, alinhando-se com os objetivos da comunicação comunitária de amplificar as vozes de grupos marginalizados. Ao analisar como o coletivo A Voz do Lins constrói sua agenda, o estudo demonstra como a proximidade pode ser utilizada como estratégia para promover um jornalismo mais inclusivo e participativo. Ao fornecer um espaço para a comunidade expressar suas preocupações e compartilhar suas histórias, o coletivo A Voz do Lins exemplifica como o jornalismo comunitário pode transcender sua função tradicional, atuando como

ferramenta de mobilização social e empoderamento político. Em conclusão, o caso do coletivo A Voz do Lins demonstra como o jornalismo comunitário pode resgatar as funções educacionais e sociais do jornalismo.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, L. A. de. Os valores-notícia como efeitos de verdade na ordem do discurso jornalístico. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007. Santos. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2007.
- BARBOSA, S. A informação de proximidade no jornalismo on-line. **Contracampo**, v. 7, p. 47-64, jul./dez. 2002.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- CAMPONEZ, C. **Jornalismo de proximidade**. Coimbra: Minerva, 2002.
- FERNANDES, M. L. A proximidade como critério de noticiabilidade. In: SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L. (Orgs.). **Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014.
- JERÓNIMO, P. **Ciberjornalismo de proximidade**. Covilhã: LabCom, 2015.
- MASSUCHIN, M. G. The 2016 elections on Brazilian regional newspaper's fan pages: Facebook as a space for distribution and visibility of news on the campaign. **Contracampo**, v. 37, n. 2, p. 107-126, ago./nov. 2018.
- PAIVA, R.; SANTOS, C. H. R. (Orgs.). **Comunidade e contra-hegemonia: rotas da comunicação alternativa**. Rio de Janeiro: Mauad X/FAPERJ, 2008.
- PAIVA, R. Comunicação comunitária e jornalismo de proximidade num cenário de infodemia. In: MELO, P. V.; JERÓNIMO, P. (Eds.). **Comunicação comunitária e jornalismo de proximidade**. Diálogos e desafios em cenários de crises. Covilhã: LabCom, 2023. p. 17-32.
- PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 3a.ed. Petrópolis: Vozes, 2004
- PERUZZO, C. M. K. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006. Brasília. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2006
- RECUERO, R. “Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão”. Raquel Recuero [2009]. SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005.
- Salaverría, R. (2019). Digital journalism. The International Encyclopedia of Journalism Studies, 1-11. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0189>
- TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo I: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.