
Proximidade como Valor-Notícia: A Estratégia do Coletivo a Voz do Lins na Construção de uma Agenda de comunicação Comunitária¹

Patricia Gabrig²
Ana Paula Goulart de Andrade³
Leonel Aguiar⁴

RESUMO

A pesquisa se propõe a investigar como o coletivo A Voz do Lins utiliza o conceito de proximidade como um dos principais critérios de noticiabilidade em sua atuação. O estudo pretende analisar de que modo essa estratégia 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, Proximidade, Valor-Notícia, Coletivo a Voz do Lins.

Introdução

O jornalismo comunitário, a comunicação comunitária e o jornalismo cidadão são conceitos intimamente relacionados, porém com características e abordagens distintas. E para fazer a análise necessária para essa pesquisa se faz necessário pontuar os conceitos e abordagens a fim de aprofundar a compreensão dessas importantes práticas de comunicação na sociedade contemporânea.

O jornalismo comunitário é uma modalidade de jornalismo que se concentra na cobertura de notícias e informações de relevância para uma determinada comunidade, geralmente de pequeno ou médio porte. Segundo Peruzzo (2005), o jornalismo comunitário "tem como foco principal a comunidade local, seus problemas, suas conquistas, seus conflitos,

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

² Mestre em comunicação social, PUC-Rio.

³ Doutora e Mestre em Comunicação (PUC-Rio)

⁴ Doutor e Mestre em Comunicação (UFRJ).

suas iniciativas, seu cotidiano". Essa abordagem visa fortalecer os laços de identidade e pertencimento dentro da comunidade, dando voz aos seus membros e promovendo a participação ativa dos cidadãos. Nesse contexto, o jornalista comunitário assume o papel de mediador entre a comunidade e as instâncias de poder, buscando dar visibilidade às demandas e reivindicações locais, bem como às iniciativas de desenvolvimento e transformação social.

A comunicação comunitária, por sua vez, é um conceito mais amplo que engloba diversas formas de expressão e interação dentro de uma comunidade. Segundo Peruzzo (2004), a comunicação comunitária "refere-se aos processos de comunicação que têm lugar no âmbito de comunidades e grupos organizados da sociedade civil, com finalidades de informação, mobilização, expressão cultural, educação, promoção cultural e mudança social". O objetivo é promover a participação e o protagonismo dos membros da comunidade, fortalecendo a identidade coletiva e a capacidade de organização e mobilização social.

O jornalismo cidadão, por sua vez, é uma perspectiva que valoriza a contribuição dos cidadãos comuns na produção e circulação de informações. Segundo Gillmor (2004), o jornalismo cidadão "é quando os cidadãos desempenham um papel ativo no processo de coleta, reportagem, análise e disseminação de notícias e informações". Essa abordagem rompe com a tradicional centralidade do jornalista profissional e reconhece o potencial de cada cidadão em se tornar um produtor de conteúdo e um agente de transformação social.

O jornalismo, enquanto campo de estudo e prática profissional, tem sido objeto de intensos debates e reflexões acerca de seus princípios, processos e impactos na sociedade contemporânea. Enquanto campo de estudo, o jornalismo envolve a compreensão dos princípios, técnicas e teorias que fundamentam a coleta, organização e divulgação de informações de interesse público. Enquanto prática profissional, o jornalismo desempenha um papel fundamental na promoção da transparência, da responsabilidade e da democracia, atuando como uma "quarta força" que exerce um papel de vigilância e fiscalização dos poderes estabelecidos.

De acordo com Traquina (2005), o jornalismo pode ser compreendido como uma "cultura profissional" que envolve um conjunto de valores, normas, rotinas e práticas

compartilhadas pelos profissionais da área. Essas características moldam a forma como os jornalistas compreendem seu papel na sociedade e orientam suas ações na cobertura de eventos e na construção de narrativas jornalísticas. Nesse sentido, autores como Kovach e Rosenstiel (2001) destacam a importância de princípios como a busca pela verdade, a independência editorial, a lealdade aos cidadãos e a prestação de contas como pilares fundamentais do jornalismo. Esses princípios orientam a prática jornalística e distinguem a profissão de outras formas de comunicação, como a publicidade ou a propaganda.

Além disso, o jornalismo também envolve uma dimensão teórica, com diversos campos de estudo, como a Teoria do Agendamento (McCombs e Shaw, 1972), a Teoria do Enquadramento (Goffman, 1974) e a Teoria do Newsmaking (Shoemaker e Reese, 1996). Essas teorias têm contribuído para a compreensão dos processos de seleção, organização e apresentação das informações jornalísticas, bem como de sua influência na formação da opinião pública.

A comunicação comunitária emerge como um campo de estudo e prática profissional de crescente relevância no contexto contemporâneo. Essa área, que se situa na interseção entre as ciências da comunicação, as ciências sociais e o desenvolvimento local, compreende um conjunto de teorias, metodologias e práticas voltadas para a promoção de processos comunicacionais que fortaleçam os vínculos e a participação ativa de membros de uma comunidade específica.

De acordo com Peruzzo (2002), a comunicação comunitária se caracteriza por "processos de comunicação que enfatizam a participação da comunidade, tanto no planejamento e gestão dos meios de comunicação, quanto na definição de sua programação". Essa perspectiva contrasta com modelos de comunicação mais tradicionais, centrados na transmissão unidirecional de informações de cima para baixo, em favor de abordagens que privilegiam o diálogo, a troca de saberes e o envolvimento direto da população local. Nesse sentido, Gohn (2008) destaca a importância da comunicação comunitária como ferramenta de empoderamento e fortalecimento da sociedade civil, uma vez que permite que "os grupos sociais excluídos e marginalizados possam ter voz e visibilidade, além de espaços para a construção de identidades coletivas e a reivindicação de direitos".

Autores como Peruzzo (2013) e Servaes (2008) têm se debruçado sobre as potencialidades da comunicação comunitária no contexto do desenvolvimento local, enfatizando seu papel na mobilização de recursos, na articulação de redes sociais e na construção de soluções endógenas para problemas comunitários. Nesse cenário, destacam-se experiências de rádios, televisões e mídias digitais comunitárias, que têm se revelado espaços privilegiados para a expressão de vozes e narrativas locais, para a promoção da cidadania e para a construção de uma comunicação mais horizontal e democrática.

Metodologia

Para a presente pesquisa será adotada a análise de conteúdo como método de investigação das mídias sociais do coletivo *A Voz do Lins*. A análise de conteúdo, de acordo com Bardin (2011), consiste em um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. Essa metodologia permite a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens.

Seguindo os pressupostos da análise de conteúdo, a pesquisa será realizada em três etapas: 1) pré-análise; 2) exploração do material; e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação (BARDIN, 2011).

Na etapa de pré-análise, será realizada a seleção do material a ser analisado, neste caso, as publicações nas mídias sociais do coletivo *A Voz do Lins*. Essa seleção será feita com base em um recorte temporal definido, levando em consideração a relevância das publicações para o objeto de estudo. Na segunda etapa, de exploração do material, será realizada a codificação, categorização e quantificação dos dados coletados. Nessa fase, serão identificadas as unidades de registro (palavras, temas, frases, etc.) e as unidades de contexto (o segmento do conteúdo a ser considerado como unidade de compreensão para codificação) (BARDIN, 2011).

A categorização será feita com base nos conceitos de Proximidade como Valor-Notícia e Comunicação Comunitária, identificando-se as temáticas, enquadramentos e estratégias de comunicação utilizadas pelo coletivo *A Voz do Lins* em suas publicações. Por fim, na

etapa de tratamento dos resultados, inferência e interpretação, os dados serão analisados à luz do referencial teórico adotado, buscando-se compreender as relações entre a Proximidade como Valor-Notícia e a construção de uma agenda de Comunicação Comunitária pelo coletivo A Voz do Lins.

Fundamentação teórica

A atividade jornalística é fundamentada em uma série de princípios e critérios que orientam a seleção e a produção das notícias. Dentre esses elementos, os valores noticiosos desempenham um papel crucial, pois fornecem os parâmetros que determinam o que é considerado relevante, interessante e digno de ser reportado. Neste artigo, buscaremos conceituar e analisar os valores noticiosos, explorando as perspectivas de renomados autores da área.

De acordo com Nelson Traquina (2005), pesquisador português especializado em jornalismo, os valores noticiosos podem ser divididos em dois grupos principais: os valores relativos à importância da notícia e os valores relativos ao interesse da notícia. Os primeiros estão relacionados à magnitude do evento, seu impacto na sociedade e seu caráter de novidade. Já os segundos se referem à proximidade geográfica e cultural, ao apelo emocional e à personalização da informação.

Corroborando essa visão, Mauro Wolf (1999), teórico italiano da comunicação, ressalta que os valores noticiosos se dividem em fatores substantivos, referentes à relevância e significância do acontecimento, e fatores relativos ao produto, que incluem a disponibilidade da informação e as exigências do formato jornalístico. Esses critérios moldam a percepção do que é considerado notícia e orientam os profissionais da mídia na seleção dos eventos a serem reportados.

Os valores noticiosos exercem uma influência profunda na construção da realidade jornalística. Conforme aponta Gaye Tuchman (1978), socióloga norte-americana, a notícia não é um reflexo objetivo da realidade, mas uma "janela" através da qual o mundo é visto e interpretado. Nesse sentido, os critérios de noticiabilidade determinam quais aspectos da realidade serão enfatizados e quais serão silenciados, moldando a compreensão pública dos acontecimentos.

Além disso, os valores noticiosos também podem variar de acordo com o contexto sociocultural e político. Como destaca Mauro Wolf (1999), a seleção e a hierarquização

das notícias são influenciadas por fatores como a linha editorial do veículo, as características do público-alvo e as pressões exercidas por diferentes grupos de interesse. Dessa forma, a cobertura jornalística reflete, em certa medida, as perspectivas e as agendas desses atores, evidenciando a natureza complexa e multifacetada do processo de produção da notícia.

Em um mundo cada vez mais globalizado, onde informações e notícias fluem rapidamente através de diversas plataformas de mídia, a proximidade geográfica e cultural tem se tornado um elemento cada vez mais valorizado no campo do jornalismo. A proximidade, enquanto valor noticioso, é um conceito que tem sido amplamente discutido e analisado por estudiosos da comunicação, uma vez que desempenha um papel fundamental na forma como os veículos de comunicação selecionam, produzem e apresentam as informações ao público.

De acordo com Canavilhas (2007), a proximidade pode ser compreendida como a "distância geográfica, cultural, política ou econômica entre o acontecimento e o público a que se destina a notícia". Essa proximidade torna-se um critério relevante na hora de decidir quais eventos ou informações serão considerados noticiáveis, pois, conforme argumenta Wolf (1987), "quanto mais próximo do público-alvo estiver o acontecimento, maior será a probabilidade de ele ser transformado em notícia".

Nesse sentido, Traquina (2005) destaca que a proximidade, seja ela geográfica, cultural ou social, é um dos valores-notícia mais importantes, uma vez que os jornalistas tendem a dar maior ênfase a acontecimentos que estejam mais próximos de seu público, pois estes têm maior probabilidade de despertar o interesse e a atenção desse público.

A relevância da proximidade como valor noticioso tem se acentuado no contexto atual, marcado pela abundância de informações e pela diversidade de fontes disponíveis. Nesse cenário, os veículos de comunicação enfrentam o desafio de se destacar e conquistar a atenção do público, que muitas vezes se encontra saturado de informações.

Nesse sentido, Pinto (2000) ressalta que a proximidade se torna um elemento fundamental na construção de uma identidade local e na promoção de um sentimento de pertencimento e identificação do público com a informação apresentada. Ao privilegiar acontecimentos

e informações próximos à realidade do seu público, os veículos de comunicação se aproximam desse público, fortalecendo sua relevância e credibilidade.

A pesquisa acredita que o coletivo "A Voz do Lins" é um exemplo emblemático de como a proximidade pode ser utilizada como estratégia na produção de conteúdo comunitário. Sediado no bairro do Lins de Vasconcelos, na zona norte do Rio de Janeiro, o coletivo dedica-se a cobrir os acontecimentos e demandas da comunidade local, priorizando pautas que refletem as necessidades e interesses dos moradores.

Através de uma abordagem participativa e engajada, o coletivo estabelece uma relação de proximidade com a comunidade, ouvindo atentamente as vozes dos moradores e utilizando-as como guia na construção de sua agenda informativa. Essa estratégia permite que o coletivo mantenha-se conectado com as realidades e desafios enfrentados pela população local, produzindo conteúdo relevante e, ao mesmo tempo, fortalecendo os laços entre a mídia e a comunidade. Além disso, o coletivo também explora a proximidade geográfica como valor-notícia, enfatizando pautas que ocorrem no bairro do Lins ou em regiões próximas. Essa abordagem contribui para a construção de uma identidade local e para o fortalecimento do sentimento de pertencimento da comunidade, uma vez que os moradores veem-se refletidos nas informações e narrativas apresentadas.

REFERÊNCIAS

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. Covilhã: Livros LabCom, 2007.

DOWNING, J. D. H. Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac, 2001.

GALTUNG, J.; RUGE, M. H. The structure of foreign news: the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, v. 2, n. 1, p. 64-90, 1965.

GILLMOR, Dan. *We the media: grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol: O'Reilly Media, 2004.

GOHN, Maria da Glória. *Novas teorias dos movimentos sociais*. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

GONÇALVES, E. M. Valores-notícia: teoria e análise crítica da construção da realidade nos meios de comunicação. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 33, n. 2, p. 263-289, 2010.

HARCUP, T.; O'NEILL, D. What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, v. 2, n. 2, p. 261-280, 2001.

LEE, S. T.; MASLOG, C. C. War or peace journalism? Asian newspaper coverage of conflicts. *Journal of Communication*, v. 55, n. 2, p. 311-329, 2005.

KARAM, Francisco José. *Jornalismo, ética e liberdade*. 3. ed. São Paulo: Summus, 2009.

PAIVA, R. *O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. *Comunicação comunitária e educação para a cidadania*. PCLA, v. 4, n. 1, 2002.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. *Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil*. Anuário UNESCO/Methodista de Comunicação Regional, v. 9, n. 9, p. 39-54, 2005.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. *Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que "o gigante acordou" (?)*. Matrizes, v. 7, n. 2, p. 73-93, 2013.

PINTO, Manuel. *A televisão no cotidiano das crianças*. Porto: Edições Afrontamento, 2000.

SERVAES, Jan. *Communication for development and social change*. Sage Publications, 2008.

SHOEMAKER, P. J.; DANIELIAN, L. H.; BRENDLINGER, N. Deviant acts, risky business and U.S. interests: the newsworthiness of world events. *Journalism Quarterly*, v. 68, n. 4, p. 781-795, 1991.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, 2008.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. *Making news: a study in the construction of reality*. Nova Iorque: The Free Press, 1978.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 5. ed. Lisboa: Presença, 1999.