

Botujuru Da Gente: A Produção Jornalística Digital na Comunidade¹

Liliane FERREIRA²

Emanuela SANTOS³

Paula DIAS⁴

Agnes ROCCO⁵

Hércules MOREIRA⁶

Universidade de Mogi das Cruzes, São Paulo, SP

RESUMO

O projeto Botujuru da Gente tem por objetivo mostrar o descaso do poder público diante dos problemas enfrentados pelos moradores do bairro Botujuru, localizado no município de Mogi das Cruzes. Por meio da pesquisa bibliográfica e etnográfica, utilizamos algumas técnicas de pesquisa, como entrevistas e questionários para entendermos um pouco mais sobre os aspectos sociais e culturais presentes na comunidade. Somente após esse estudo, tivemos base suficiente para desenvolver canais de comunicação que pudessem representar os moradores e, a partir disso, optamos por algumas redes sociais online (Facebook, Youtube e Instagram). Dessa forma, por meio da interatividade virtual, esperamos colocar em prática a produção jornalística web utilizando teorias da comunicação comunitária em prol dos moradores do bairro Botujuru.

PALAVRAS-CHAVE: interatividade; comunidade; jornalismo comunitário; mídia online; redes sociais.

1 INTRODUÇÃO

Por meio da disciplina Projeto Práticas Comunicacionais em Jornalismo, criamos o Botujuru da Gente que, utilizando a interatividade nas redes sociais online, aborda os problemas enfrentados pelos moradores do bairro Botujuru, localizado no município de Mogi das Cruzes, em São Paulo.

Por se tratar de uma região de economia crescente e com números fundamentais na geração de renda pela produção agrícola, a escolha do bairro como objeto de estudo se deu pela falta de infraestrutura presente na comunidade. Para isso, estudar a comunicação comunitária foi essencial para entendermos de que maneira deveria ocorrer a abordagem

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção em Jornalismo Digital (avulso/ conjunto ou série).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo, email: liliane.fersa@gmail.com

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo, email: emanuelassantos01@gmail.com

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo, email: diaspaulac@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social – Jornalismo, email: agness@umc.br

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social – Jornalismo, email: herculeszoom@gmail.com

dos moradores com o objetivo de torná-los participante nesse processo de comunicação regional, utilizando plataformas online.

Para estabelecer uma comunicação interativa, simples e objetiva, escolhemos o Facebook, o YouTube e o Instagram, que são redes sociais online, de grande alcance e presentes no cotidiano dos moradores, conforme pesquisa de campo que realizamos. Já a comunicação comunitária e suas teorias nos deram embasamento teórico para compreender de que maneira poderíamos desenvolver um produto jornalístico junto à comunidade.

De acordo com Peruzzo (2009) a comunicação comunitária nada mais é do que um conjunto de ações feitas através de cidadãos de uma determinada região, que se unem em prol do mesmo objetivo: obter melhorias para a sua comunidade.

O intuito desse projeto foi dar voz aos moradores do bairro Botujuru por meio da interatividade nas redes sociais online. Para isso, eles foram essenciais em todos os assuntos desenvolvidos e posteriormente divulgados nas páginas da web. A interação é de grande importância no que diz respeito ao modo de se comunicar na internet, já que, no meio online, não é o *falar* para uma pessoa, mas sim *conversar* com ela (PINHO, 2003).

Para que desenvolvêssemos o projeto, utilizamos o diálogo informal, no qual os moradores poderiam falar e até mesmo enviar suas mensagens e/ou reclamações diretamente às autoridades, utilizando as ferramentas que desenvolvemos. Como estratégia, selecionamos algumas pautas mais importantes sobre o bairro e transformamos em notas jornalísticas de maneira que interagíssemos não apenas com os moradores, mas que essa informação também pudesse alcançar outras pessoas de fora da comunidade, além, é claro, do poder público, já que nossa atividade também teve a finalidade de ser uma ponte entre a comunidade e as autoridades locais. Outra estratégia que colocamos em prática foi a utilização de uma linguagem mais informal, além de vídeos e fotografias, pois acreditamos que dessa forma, apelando para o visual, poderíamos atrair mais a atenção da comunidade para os assuntos divulgados.

2 OBJETIVOS

O projeto Botujuru da Gente tem como objetivo informar, entreter e também prestar serviços aos moradores do bairro Botujuru, utilizando plataformas online para a troca informações com a comunidade, além de colocar em prática a comunicação comunitária. Mostrar a realidade que os moradores enfrentam seu cotidiano e os problemas enfrentados

por eles também foram pensados durante o processo de desenvolvimento do projeto. Dessa maneira, buscamos interagir com os moradores a todo o momento, afinal eles sempre foram os principais interessados em acompanhar as páginas criadas na internet. Desenvolver a comunicação comunitária com e para eles, sempre foi uma das finalidades desse projeto e com isso, levar às autoridades competentes os problemas e buscar uma resposta para a população, para que melhorias cheguem à comunidade.

3 JUSTIFICATIVA

Segundo o artigo “Direito à Comunicação Comunitária, Participação e Cidadania” (PERUZZO, 2002), os conteúdos e bandeiras que eram exclusivos da década de 1980 nos meios de comunicação e eram ligados aos movimentos sociais, passaram a ter papel fundamental na sociedade. Muitas são as formas de desenvolvimento da comunicação comunitária, seja por meio dos veículos de comunicação, seja pelo próprio povo. A participação da comunidade é essencial para que o projeto flua e se desenvolva. O auxílio dos moradores do bairro é de extrema importância, já que a ausência de documentos e arquivos sobre o Botujuru são empecilhos que evidenciam o descaso com a população.

O projeto serve como uma ferramenta que liga comunidade e o poder público, mostrando os problemas e buscando soluções para que os mesmos sejam resolvidos. Mostrar a realidade que a comunidade vive, bem como o cotidiano de moradores que lutam por uma vida mais digna e também os problemas que enfrentam, revela a importância do jornalismo e da comunicação comunitária no âmbito social.

Essa comunicação não chega a ser uma força predominante, mas desempenha um papel importante da democratização da informação e da cidadania, tanto no sentido da ampliação do número de canais de informação e na inclusão de novos emissores, como no fato de se constituir em processo educativo, não só pelos conteúdos emitidos, mas pelo envolvimento direto das pessoas no quefazer comunicacional e nos próprios movimentos populares.⁷

A cidadania e a responsabilidade social são fatores fundamentais que nos baseamos para cumprir com os objetivos do projeto. Por meio desse trabalho, além de colocarmos em prática a produção jornalística comunitária, utilizando ferramentas da internet, ganhamos também, experiência e conhecimento, além de conseguir integrar a comunidade e colaborar com o processo de comunicação comunitária.

⁷ PERUZZO, Círcia. **Direito à Comunicação Comunitária, Participação Popular e Cidadania**. Disponível em <http://www.portalgens.com.br/comcom/direito_a_comcom.pdf>. Acesso em 5 abr. 2014.

Na verdade a valorização do local e do comunitário na sociedade globalizada evidencia a busca pelo exercício da cidadania que está ao alcance de qualquer cidadão. A força da proximidade e da familiaridade com o contexto vivido e experimentado contribui para romper pressupostos teóricos e da prática jornalística tradicional condizentes com a grande mídia.⁸

A importância da comunicação e da responsabilidade social do jornalista é ressaltada e dá base ao projeto. Ao assumir uma posição perante os problemas da comunidade, assumimos também um compromisso com aquela população. Como afirma Dela Torre.

Para viver em sociedade, os homens se organizam de tal modo que, embora sejam unidades biopsíquicas, formam unidades maiores: os grupos, as comunidades, as sociedades. Para se organizarem, os homens cooperam entre si. Chamamos de *cooperação* a união de esforços ou auxílio mútuo para a realização de objetivos comuns.⁹

Mesmo utilizando o meio online e fazendo uso da informalidade para o diálogo com a população, o projeto torna-se uma ferramenta importante no que diz respeito ao exercício do jornalismo, já que se baseia na liberdade de expressão e na busca pela verdade, como um compromisso firmado entre quem lê e quem informa.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para iniciar a produção do projeto, optamos pela escolha do bairro Botujuru como objeto de estudo e local de trabalho. Iniciamos a pesquisa bibliográfica, buscando informações sobre a comunidade em livros, sites e periódicos, além de conteúdo que contribuísse para o nosso projeto. Assuntos relacionados à Comunicação Comunitária, dados estatísticos sobre o bairro e métodos de pesquisa compuseram esta etapa.

A pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utiliza-se de dados ou de categorias teóricas já trabalhados por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir das contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos.¹⁰

⁸ PERUZZO, Círcia. **Direito à Comunicação Comunitária, Participação Popular e Cidadania**. Disponível em <http://www.portalgens.com.br/comcom/direito_a_comcom.pdf>. Acesso em 5 abr. 2014.

⁹ DELLA TORRE, Maria Benedita Lima. **O homem e a sociedade: uma introdução à sociologia**. Editora Nacional. 13ª Edição. São Paulo, 1985

¹⁰ SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 20ª edição. Editora Cortez, São Paulo, 1996.

Já familiarizados com os problemas da comunidade, fomos a campo para a coleta de dados junto à população do bairro, utilizando a abordagem qualitativa para trabalhar as informações coletadas. Essa pesquisa de campo foi realizada por meio de entrevistas e questionários. Realizamos também uma pesquisa etnográfica, que consiste no estudo de um objeto por vivência direta da realidade onde se insere e analisa aspectos sociais e culturais presentes na comunidade.

Somente a partir de todos esses resultados encontrados, que optamos pelo Facebook, o Youtube e o Instagram, como ferramentas de trabalho, já que o uso da internet por crianças, adolescentes e adultos é muito comum, principalmente para se relacionar com outras pessoas na própria comunidade.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Botujuru da Gente foi idealizado especialmente para a comunidade, e para que o conteúdo pudesse ser acessível a todos os públicos, escolhemos trabalhar com o Facebook, Youtube e Instagram. Por meio de pesquisa de campo, notamos que estes são os meios de comunicação na web mais utilizados pelos moradores da comunidade. Cada uma dessas mídias possui características próprias.

O Facebook é uma das redes sociais que os jovens mais têm acesso. Segundo uma pesquisa realizada pelo Conecta¹¹, que ouviu cerca de 1513 internautas, com idade entre 15 e 32 anos, entre 2 e 9 de Julho de 2014, 96% dos jovens possuem um perfil no Facebook e a maioria das conexões é feita por aplicativos, além de estar presente em 88% dos aparelhos móveis. Segundo a União Internacional de Telecomunicações, o Brasil ocupa a 37ª posição no ranking de países com maior porcentagem da população formada por nativos digitais.

As crianças e os adolescentes brasileiros estão cada vez mais presentes nas redes sociais. De acordo com a pesquisa TIC Kids Online 2013, divulgada nesta quarta-feira pelo CETIC.br (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação) do NIC.br (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR), 79% dos menores que têm acesso à internet possuem algum perfil na rede social que mais utilizam – em 2012, eram apenas 70%.¹²

¹¹ CONECTA apresenta dados sobre o jovem internauta brasileiro. Disponível em: <<http://www.conecta-i.com/?q=pt-br/node/530>>. Acesso em: 21 Set. 2014

¹² CAPELAS, Bruno. **Cresce número de crianças e adolescentes nas redes sociais no País**. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/79-das-criancas-e-adolescentes-brasileiros-conectados-usam-redes-sociais/>> Acesso em: 21 Set. 2014

Dentro da comunidade, utilizamos o Facebook como meio de divulgação dos conteúdos produzidos por nossa equipe, já que o uso da internet por crianças e adolescentes é muito comum, principalmente para se relacionar com outras pessoas. Em pesquisa feita no bairro, conversamos com alguns jovens que utilizam a rede social e destacam a sua importância, como por exemplo, a estudante Mariana Oliveira, de 17 anos, que utiliza a rede social com bastante frequência e que pode ser tomada como uma importante referência. “Utilizo o Facebook porque todos os meus amigos estão lá, então conversamos, marcamos encontros e compartilhamos nosso dia a dia”, explica.

Assim como o Facebook, o Instagram também está presente na comunidade. Por se tratar de um aplicativo gratuito, que permite o compartilhamento de fotos e vídeos com duração de até 15 segundos, é muito utilizado pelos jovens do bairro.

Para que os moradores do Botujuru tenham participação efetiva no projeto, escolhemos o Instagram como meio de divulgação de fotos. As imagens enviadas pela comunidade serviram para mostrar os diferentes olhares sobre ela, além de contribuir para a troca de informações entre moradores e equipe.

O YouTube é a principal rede social virtual de compartilhamento de vídeos da internet.

Fundado em fevereiro de 2005, o YouTube é onde bilhões de pessoas descobrem e compartilham vídeos originais e os assistem. O YouTube oferece um fórum para as pessoas se conectarem, informarem e inspirarem outras pessoas por todo o mundo e atua como uma plataforma de distribuição para criadores de conteúdo original e para grandes e pequenos anunciantes.¹³

Atualmente, o YouTube está presente em 61 países e 61 idiomas. Cerca de um bilhão de usuários têm acesso a essa rede social, sendo que são mais de seis bilhões de horas de vídeo assistidas.

A proposta do YouTube é armazenar uma grande variedade de conteúdo audiovisual: trechos de filmes, programas de TV, novelas, seriados, comerciais e clipes de música, assim como conteúdo amador, funcionando como um "video blog".¹⁴

Optamos por criar um logotipo que fosse simples e tivesse a identidade do Botujuru. De acordo com nossas pesquisas de campo, o plantio do cogumelo é parte fundamental na vida dos moradores do bairro. Sendo assim, optamos pelo símbolo do agronegócio que está

¹³ YOUTUBE, **Sobre o YouTube**. Disponível em: < <https://www.youtube.com/yt/about/pt-BR/> > Acesso em: 27 Out. 2014

¹⁴ FOLHA ONLINE. **Saiba mais sobre o YouTube, 10º site mais visitado do mundo**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fohla/informatica/ult124u20727.shtml>

sempre presente na comunidade: o cogumelo. A partir daí, utilizamos a mesma identidade visual em todas as mídias online produzidas.



Figura 1: Logotipo utilizado em todas as mídias criadas

No Facebook os *posts* tinham como objetivo informar, bem como prestar serviços à população. Os conteúdos foram divulgados diariamente, mostrando desde a história do bairro, até mesmo sobre curiosidades que pudessem ser de interesse dos internautas. Os períodos escolhidos para as postagens foram: manhã, por volta das 10h; tarde, por volta das 14h e no começo da noite, por volta das 18h30. Os assuntos foram divulgados assim que produzidos pela equipe e selecionados conforme a sua relevância.



Figura 2: Fanpage no Facebook

Disponível em: <https://www.facebook.com/pages/Botujuru-da-Gente/711920272213457?fref=ts>

No Instagram, divulgamos imagens enviadas pela própria comunidade que serviram para mostrar os diferentes olhares do bairro, além de contribuir para a troca de informações entre moradores e a nossa equipe.



Figura 3: Página no Instagram

Disponível em: <https://instagram.com/botujurudagente>

Já no canal do Youtube, além das reportagens sobre o bairro, foram postados também os vídeos mostrando os bastidores do projeto e os vídeos *selfies*, nos quais os próprios moradores tinham a oportunidade de falar o que pensam a respeito do bairro. Os vídeos *selfies* foram compartilhados no Facebook, permitindo a transmidialidade.

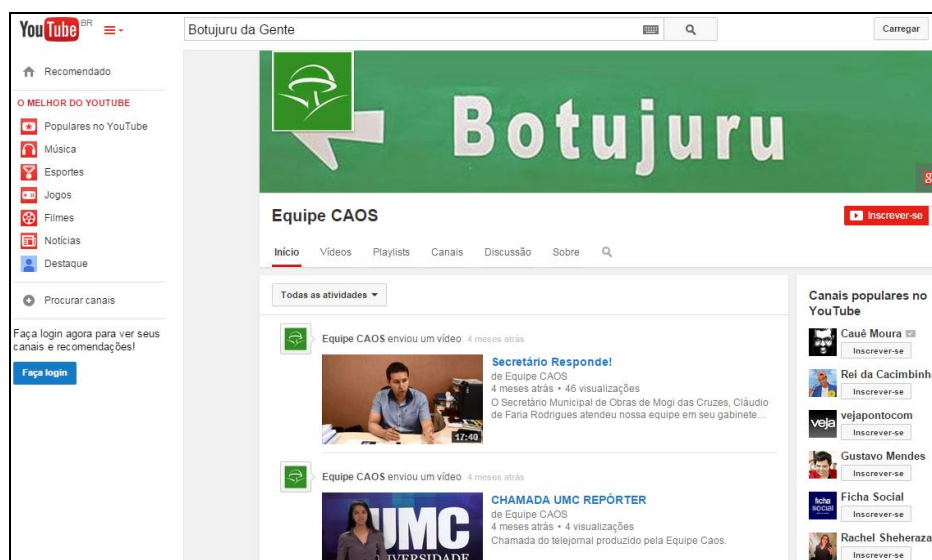


Figura 4: Página no Youtube

Disponível em: <https://www.youtube.com/user/botujurudagente>

Graças à contribuição da comunidade, desenvolvemos nosso projeto de maneira que as mídias escolhidas tivesse um maior alcance e pudesse, de certa forma, contribuir com a comunidade.

6 CONSIDERAÇÕES

Utilizando as redes sociais da internet, o projeto Botujuru da Gente, procurou informar, entreter e prestar serviços aos moradores do bairro. Ao longo do trabalho, percebemos que a falta de infraestrutura é um problema presente na vida dos moradores dessa comunidade, mas por meio de nossos *posts*, vídeos e fotos, tornamos evidentes e documentamos esses assuntos até mesmo para que o poder público tivesse conhecimento sobre eles. Como resultado tivemos a resposta do vereador de Mogi das Cruzes, Pedro Komura. Ele assistiu um dos vídeos *selfies* que postamos no Facebook e respondeu à nossa equipe, informando que tomaria medidas para sanar o problema relatado. A partir disso, vimos que nosso trabalho começava a alcançar seus primeiros resultados.

Entender de comunicação comunitária, seus aspectos e características, tomando como base alguns autores que fundamentam esse assunto, além do auxílio dos moradores, foram essenciais para que pudéssemos desenvolver nossos produtos utilizando as mídias que mais estavam presentes no cotidiano deles: a internet. Isso só foi possível graças às pesquisas iniciais que realizamos junto à comunidade que tinham como finalidade entender quais eram as plataformas que seriam mais estratégicas para que assim desenvolvêssemos a produção jornalística.

A vontade de ser ouvido e de fazer valer os seus direitos foram algumas das características notadas na população durante o processo de pesquisa e elaboração do trabalho. E, por meio da produção jornalística digital na comunidade, compreendemos a importância da comunicação para a sociedade. A influência da mídia e os efeitos causados na vida das pessoas são evidentes, não só no entretenimento, como também no progresso e disseminação de ideais.

Reconhecemos que mesmo com as cobranças feitas, melhorias não são realizadas instantaneamente. Entretanto, respostas obtidas para essas dúvidas resultaram em progresso, uma vez que a informação foi direcionada ao poder público.

Estar presente em uma comunidade totalmente diferente, sair da zona de conforto e enfrentar diversos desafios trouxe grande aprendizado para a equipe. O vínculo criado entre o grupo e os moradores do Botujuru é o resultado de um intenso trabalho, de dedicação e de comprometimento de ambas as partes, e que certamente contribuirá em nossas carreiras e em nosso futuro, como cidadãos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAPELAS, Bruno. **Cresce número de crianças e adolescentes nas redes sociais no País.** Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/79-das-criancas-e-adolescentes-brasileiros-conectados-usam-redes-sociais/>> Acesso em: 21 Set. 2014

CONNECTA apresenta dados sobre o jovem internauta brasileiro. Disponível em: <<http://www.conecta-i.com/?q=pt-br/node/530>>. Acesso em: 21 Set. 2014

FOLHA ONLINE. **Saiba mais sobre o YouTube, 10º site mais visitado do mundo.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20727.shtml>> Acesso em: 27 Out. 2014

DELLA TORRE, Maria Benedita Lima. **O homem e a sociedade: uma introdução à sociologia.** Editora Nacional. 13ª Edição. São Paulo, 1985

PERUZZO, Cicilia. **Direito à Comunicação Comunitária, Participação Popular e Cidadania.** Disponível em <http://www.portalgens.com.br/comcom/direito_a_comcom.pdf>. Acesso em 5 abr. 2014.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet – Planejamento e produção da informação on-line.** Summus Editora, 2003

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico.** 20ª edição. Editora Cortez, São Paulo, 1996.

UNIVERSIDADE DE MOGI DAS CRUZES, UMC. **Orientações para apresentação de trabalhos acadêmicos.** 3ª ed. Mogi das Cruzes, SP. 2012.

YOUTUBE, **Sobre o YouTube.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/yt/about/pt-BR/>> Acesso em: 31 Jan. 2015