

**Instituto Superior e Centro
Educativo Bom Jesus/IELUSC**

**A prática do Jornalismo Científico em
Jornal Comunitário e seus Tensionamentos**

Autor: Altamir Antônio Andrade

Orientadora: Ms. Márcia Suely Corgozinho Amaral

Curso: Comunicação Social – Jornalismo

Joinville

2007

Altamir Antônio Andrade

A Prática do Jornalismo Científico em Jornal
Comunitário e seus Tensionamentos

Monografia apresentada ao Curso de
Comunicação Social do Instituto Superior e
Centro Educacional Luterano de Santa
Catarina – Bom Jesus/IELUSC, para
obtenção do grau de Bacharel em
Jornalismo, sob a orientação da professora
Ms. Márcia Suely Corgozinho Amaral

Joinville

2007

AGRADECIMENTOS

Aos meus sócios Fabiane Carvalho e Jorge Luis Mazotto, que me deram todo o apoio para que eu pudesse utilizar toda a estrutura de espaço, equipamento e tempo necessários dentro da nossa empresa para a produção desta pesquisa. Ao professor Samuel Pantoja Lima, por ter sido paciente e não ter poupado esforços para incentivar-me e apoiar-me para que eu pudesse conciliar minhas atividades empresariais e representativas com as necessidades acadêmicas. Por fim, e principalmente, a minha orientadora Márcia Suely Corgozinho Amaral. Sabedora de que meu prazo expirava prontificou-se a me ajudar a vencer esse desafio. Seu carinho, atenção e estímulos foram fundamentais para que eu tivesse concluído esse trabalho.

Dedico essa monografia a todos os empreendedores da área de jornalismo, mas principalmente àqueles que decidiram se especializar no ambiente acadêmico para que pudessem assim produzir veículos de comunicação social mais qualificados.

“A injustiça, fonte do direito que a perpetua, é hoje mais injusta do que nunca, mas tem pouca existência para os grandes meios de comunicação que fabricam a opinião

pública em escala universal” **Eduardo Galeano**

RESUMO

Esse trabalho propõe apresentar o impacto e os tensionamentos que um jornal de bairro com perfil científico/ambientalista pode provocar na comunidade.

A partir da análise das manchetes sobre fluoretação, como pauta principal em 81 edições consecutivas de um veículo de comunicação comunitário, mostra as dificuldades que um jornal alternativo enfrenta para se consolidar no mercado mantendo-se comprometido com a sua comunidade no enfrentamento de forças provocadas pela produção de reportagens que podem ferir interesses diversos.

Resgata fragmentos históricos da imprensa e da prática do jornalismo científico, ambiental e comunitário. Permite confirmar que a prática profissional do jornalismo é uma atividade de risco à integridade moral e física.

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	II
RESUMO	III
SUMÁRIO	IV
INTRODUÇÃO	V
1. CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DA IMPRENSA	8
1.1 Jornalismo comunitário.....	13
1.2 Jornalismo Científico.....	17
2. JORNAL O VIZINHO	23
2.1 A vertente ambientalista.....	38
3. AGRUPAMENTOS PARA O PROCESSO ANALÍTICO	44
3.1 (EC) – Especialistas Contrários ao tratamento por fluoretação.....	47
3.2 (O) – Matérias de editoriais e retrospectiva sobre o tema fluoretação.....	48
3.3 (LP) – Lideranças Políticas e seus posicionamentos.....	49
3.4 (LC) – Lideranças Comunitárias e seus posicionamentos.....	49
3.5 (LC) – Lideranças Favoráveis ao tratamento pó fluoretação.....	50
4. TENSIONAMENTOS	52
4.1 Tensionamentos editoriais.....	61
CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
BIBLIOGRAFIA	71
ANEXOS	73

INTRODUÇÃO

As relações humanas são marcadas por amores e desamores, períodos de guerra e de paz. Notadamente, as tensões, ou oposições internas, manifestas ou latentes em uma realidade humana, são resultantes das interações sociais. Assim como uma palavra pode agradar, ferir, convencer, estimular, entristecer, instruir, enganar, louvar, criticar ou aborrecer as pessoas a quem for dirigida, o textos jornalísticos podem provocar o mesmo em indivíduos e mais facilmente no coletivo, já que os jornais são veículos de comunicação social.

Esse trabalho tem como objetivo estudar os tensionamentos provocados por um jornal comunitário que pratica o jornalismo científico, tendo como enfoque a análise das manchetes da capa e do editorial do Jornal O Vizinho, sobre fluoretação. Em Santa Catarina, através da Assembléia Legislativa, o assunto teve repercussão estadual e mobilizou deputados estaduais para ações no Ministério da Saúde.

Em Joinville, a Câmara de Vereadores promoveu debates e manifestações de edis em várias sessões, sobre o tema. Enfim, a pauta persistente do veículo trouxe o assunto à discussão em variados segmentos políticos, econômicos e sociais. O tema, “fluoretação” também ganhou relevância com desdobramentos no Congresso Nacional, na Câmara dos Deputados, especificamente no Conselho de Altos Estudos e Avaliação Tecnológica – CAEAT.

O tratamento massificado de saúde pública para o combate/prevenção da cárie dentária é contestado em vários países, principalmente nos mais

desenvolvidos. Alguns desses também já tiveram a mesma política e a baniram por conta dos efeitos colaterais de danos à saúde humana. Outros, jamais a aplicaram por considerá-la desastrosa. No Brasil, a aplicação do flúor às águas públicas é uma determinação de Lei Federal que obriga Estados e Municípios a cumpri-la.

O assunto envolve saúde pública, poder econômico, direitos individuais e decisões políticas, marcadamente confirmadas na pesquisa. O debate da obrigatoriedade da adição do remédio à água tem sido pouco realizado desde a sua exigência pelo Decreto 76.872 de 22 de novembro de 1975, que regulamentou a Lei nº 6.050 de 24 de maio de 1974, determinada pelo então presidente ditador brasileiro General Ernesto Macedo Geisel. Em Joinville, a adição do flúor foi iniciada em 1977 e, desde então, jamais interrompida.

A pesquisa se construiu em duas fases bem distintas. Numa primeira, a pesquisa bibliográfica do campo das teorias do jornalismo e do jornalismo científico. A segunda fase da pesquisa, de metodologia de cunho qualitativa, focou-se nas 81 edições, relativas ao período de junho de 2004 (edição 535) a dezembro de 2006 (edição 616), tendo como instrumento de análise a Análise do Conteúdo (AC) das manchetes de capa e editoriais, o que somou o volume relativo a 162 páginas de documento tamanho A4.

No primeiro capítulo tem-se um breve resgate da história da imprensa no Brasil e a prática de um jornal comunitário, como fundamento para a contextualização do jornal O Vizinho. Conferimos que o jornalismo comunitário é também uma reação ao fenômeno da globalização e constatamos o quanto os sistemas locais de comunicação interagem com o global, via Internet, numa prática positiva para os jornais comunitários. Verificamos que o jornalismo científico é uma

prática recente, principalmente no Brasil, e fundamentamos esse exercício confirmando-o no objeto de estudo.

Por ser um veículo praticamente desconhecido fora de Joinville, o segundo capítulo permite ao leitor uma aproximação com o Jornal O Vizinho resgatando alguns elementos históricos de seu nascimento e consolidação. Notadamente, a visão empreendedora contribui com os avanços operados pelo jornal, uma das razões da solidificação do veículo no mercado.

O terceiro capítulo contextualiza o Jornal O Vizinho e caracteriza a metodologia utilizada: método de pesquisa qualitativa instrumentalizado pela técnica da Análise de Conteúdo, especificamente das manchetes sobre a fluoretação.

Durante um período de mais de dois anos o Jornal O Vizinho abordou a fluoretação como pauta principal em 81 edições consecutivas, e os tensionamentos decorrentes formados a partir das categorias, são analisados no quarto capítulo.

1. CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DA IMPRENSA

A trajetória histórica do início da imprensa no Brasil é marcada pelo oficialismo, ou seja, por uma imprensa subordinada inicialmente ao imperador e posteriormente ao governo republicano. Algumas publicações destacaram-se pelo posicionamento oposicionista. Quase todas tiveram vida curta. Outras se renderam ao poder permanecendo por períodos mais longos. O primeiro impresso relativo ao Brasil é de 1504. Trata-se da carta de Américo Vespúcio, narrando a viagem que fez em 1501, publicada inicialmente no panfleto *Mundus Novus* e mais tarde reproduzida em edições apócrifas. É com a vinda da família real que o país reúne estrutura para o surgimento da imprensa, subordinada à censura e interesses do imperador. Na verdade instala-se a imprensa oficial no Brasil.

Com Dom João VI, a família real se instala no país, em 1808. Em 31 de maio, o Príncipe Regente inaugura a Imprensa Régia. O ato real, segundo Nelson Werneck Sodré (1999, pág.15), em *A História da Imprensa no Brasil*, tem o seguinte teor:

Tendo-me constado que os prelos que se acham nesta capital eram os destinados para a Secretaria de Estado dos Negócios Estrangeiros e da Guerra, e atendendo à necessidade que há de oficina de impressão nestes meus Estados, sou servido que a casa onde eles se estabeleceram sirva inteiramente de Imprensa Régia, onde se imprimam exclusivamente toda a legislação e papéis diplomáticos, que emanarem de Sousa Coutinho, do meu Conselho de Estado, ministro e secretário dos Negócios Estrangeiros e da Guerra, o tenha assim entendido, e procurará dar ao emprego da oficina a maior extensão e lhe dará todas as instruções e ordens necessárias e participará a esse respeito a todas as estações o que mais convier ao meu Real Serviço. Palácio do Rio de Janeiro, em 31 de maio de 1808.

Contraopondo ao oficial, no mesmo ano, e exilado na Inglaterra, Hipólito José da Costa Pereira Furtado de Mendonça imprime em Londres, em 1 de junho, o *Correio Braziliense*. O nome obedece ao vocabulário da época: Brasileiro = português ou qualquer estrangeiro que vinha morar no Brasil; Brasileiro = indígena; Braziliense = natural do Brasil. O jornal chega ao Brasil de navio todos os meses, durante 14 anos. Até dezembro de 1822, publica 175 números. Sob as bênçãos do imperador, sai o primeiro número da *Gazeta do Rio de Janeiro*, semanário publicado pela Imprensa Régia, com quatro páginas de notícias, em sua maior parte sobre a Europa; é publicado em 10 de setembro. Redigido por frei Tibúrcio José da Rocha e colocado à venda sábado de manhã, por 80 réis, na Casa de Paulo Martin Filho, mercador de livros estabelecido na Rua da Quitanda, A *Gazeta* circula por 14 anos .

Em 1817, surge em Recife um jornal radicalmente oposicionista, o primeiro a levantar a bandeira da República: *O Preciso*. Defende a liberdade de imprensa e não passa de um único número. Quem participa do movimento republicano é o religioso Joaquim do Amor Divino, mais conhecido como Frei Caneca. O sentimento de liberdade produz incursões para um jornalismo de oposição aos interesses imperiais. No ano da independência do Brasil (1822), o periódico *Revérbero Constitucional Fluminense*, fundado no ano anterior e editado por Gonçalves Ledo e pelo Cônego Januário da Cunha Barbosa, encerra sua edição. Os dois jornalistas são ameaçados e têm que fugir do país. O português João Soares Lisboa lança o *Correio do Rio de Janeiro*, diário de quatro páginas em tamanho pequeno. Lisboa ataca D. Pedro I e sofre o primeiro processo por abuso contra a liberdade de imprensa da história do Brasil. É absolvido. O *Correio do Rio de Janeiro* se notabiliza pela luta em favor da instalação de uma assembléia constituinte.

Um ano depois (1823) nasce *O Paulista*, primeiro periódico de São Paulo, manuscrito por uma equipe comandada por Antônio Mariano de Azevedo Marques, o Mestrinho. Em 1824, os mineiros, de Ouro Preto, montam uma tipografia inteira para publicar o periódico *Abelha do Itaculomy*, folha satírica que critica as autoridades. O *Diário de Pernambuco*, mais antigo jornal brasileiro em circulação, hoje membro da cadeia dos Diários Associados, é fundado em 1825. Dois anos depois, em 1º de outubro, o francês Pierre Plancher cria o *Jornal do Comércio*, dedicado aos “senhores navegantes”. Em 1959 o JC passou para os Diários Associados. A *Lanterna Mágica*, “periódico plástico-filosófico”, em 1844, é o precursor dos jornais de caricatura (caricatura=caracterizar), institucionaliza a crítica política no Brasil. Seu idealizador: Manuel de Araújo Porto Alegre, Barão de Santo Ângelo. Em 1870, começa a circular *A República*, órgão do Partido Republicano Brasileiro e do Clube Republicano, no Rio de Janeiro.

Em Santa Catarina, Jerônimo Coelho funda o semanário *O Catharinense*, em Desterro, atual capital do Estado, Florianópolis. Outros jornais já haviam circulado em solo catarinense, como bem aponta Mario Luiz Fernandes, em *A Força do Jornal do Interior* (2003, pág 33). Ele afirma que “Antes de *O Catharinense*, circularam em Desterro jornais como *Aurora Fluminense* e *Astréia*, do Rio de Janeiro; *O Farol Paulistano*, de São Paulo; e *Universal*, de Ouro Preto”

Em 1º de abril de 1849, nasce o bissemanário *Progresso Catarinense*. Um mês depois se chamaria *Conciliador Catarinense*, por negociações do governo que temia um jornal opositor. Mas, é a partir da década de 1850 que ocorre uma proliferação de jornais, com mais de cem títulos só na capital da província, entre 1831 e 1892, como explica Fernandes (2003, pág.39):

Estes periódicos eram das mais variadas tendências: dos monarquistas aos republicanos, dos literários aos políticos, dos conservadores aos liberais, dos abolicionistas aos religiosos, dos trabalhistas aos recreativos e, obviamente, empresas jornalísticas. (...) Durante muito tempo, a publicação de atos oficiais do Governo garantiram a sobrevivência de inúmeros jornais.

Termina a Guerra do Paraguai (1864-75); é lançado o periódico *Província de São Paulo*, em 1875, que inaugura a venda de rua, com um agente percorrendo as ruas de carroça, tocando uma buzina. São Paulo, então com 30 mil habitantes, reage à “mercantilização da imprensa”. Mais tarde é que surgem os jornaleiros, as bancas e os pontos de venda. Em 1890, a *Província* vira *O Estado*. Na *Gazeta de Notícias*, matutino carioca fundado por José Ferreira de Araújo, também em 1890, foi onde José do Patrocínio começou sua carreira. Nele, Raul Pompéia iniciou a publicação do romance *O Ateneu*.

Até a década de 1880, dezenas de jornais de vida efêmera foram editados em Santa Catarina. Em 2 de novembro de 1852 nasce, em Joinville, o *Der Beobachter am Mathiasstrom* (O Observador às margens do Rio Mathias). Este é o primeiro jornal catarinense de fora da capital. Na fase republicana da história brasileira, nasce também em Joinville *O Independente*, em 1887.

O período de 1880 / 1930 é o tempo de invenção da reportagem e descoberta do sentido da notícia. São fundados os principais veículos impressos do país. Surge o jornal-empresa. Até o governo Vargas, em 1937, que acaba com as liberdades e condena muitas publicações à extinção; a profissionalização chegaria nesse momento às empresas jornalísticas, estruturando os departamentos (circulação, comercial, industrial) e a redação. Com edição inicial de 5 mil exemplares, em 1891 o *Jornal do Brasil* iniciou circulação com oito páginas em formato standard de oito colunas. Em 1900, João do Rio publica na *Gazeta de Notícias* “As religiões do Rio”, que é considerada por muitos a primeira reportagem da imprensa brasileira. Di

Cavalcanti qualifica João do Rio, na verdade João Paulo Alberto Coelho Barreto, como “o tipo exemplar de repórter”. O *Jornal do Brasil* inaugura suplemento ilustrado, *A Semana*, e atinge tiragem de 50 mil exemplares.

Egresso do *Jornal do Brasil*, o empresário Assis Chateaubriand compra *O Jornal*, em 1919, embrião da cadeia Diários Associados, que chega a reunir 32 jornais e 22 emissoras de rádio. Entre 1973 e 1974, *O Jornal* passaria por uma última tentativa de se soerguer, com o esforço de uma equipe de mineiros contratados pelos condôminos associados. Não teve sucesso e o veículo sucumbiu de vez. O repórter Irineu Marinho funda o jornal *O Globo* em 1925. Em 1929 o Diário Associados lança o *Diário da Noite*. Em 1930 surge o *Diário de Notícias*.

A profusão de veículos impressos de pequeno porte tem ambiente fértil, mas no período de 1937-45 vários jornais são fechados por determinação do governo. Jornalistas - como Monteiro Lobato - são presos. O *Estado de São Paulo* é suspenso. Várias revistas são extintas: *O Malho*, *Fon-Fon*, *Tico-Tico*. No período que vai até 1950, ainda durante o governo de Getúlio Vargas, a liberdade de expressão sofre um violento e desastroso golpe com o desaparecimento da pequena imprensa.

Em 1949 nasce a *Tribuna da Imprensa* no Rio de Janeiro. O *Correio da Manhã* deixa de circular em 1974. O título do jornal é comprado em 1998 pelo grupo Indústria Brasileira de Formulários (IBF) – também detém os direitos do Diário do Comércio e Indústria – e promete relançá-lo em edição nacional. Em 24 de agosto do mesmo ano, um grupo de 77 jornalistas funda a Cooperativa de Jornalistas de Porto Alegre, primeira e mais importante experiência brasileira no gerenciamento autônomo de uma empresa de comunicação. Em 1977, a cooperativa adquire equipamento gráfico moderno para editar o *Coojornal* e mais 11 publicações, totalizando 142 mil exemplares. O *Coojornal* é um dos veículos de oposição ao

regime militar e fecha as portas em 1983, vítima de boicote publicitário e de problemas administrativos.

1.1 Jornalismo Comunitário

Como vimos no capítulo 1, na contextualização histórica, os jornais do interior, ou jornais comunitários, na sua maioria tinham vida curta. Mas, alguns veículos fogem à regra e sobrevivem há anos. O segredo de sucesso desses jornais, segundo Batista, apud Lopes et al. (1998, pág.176) é investir na cobertura local e dar aquela notícia que os grandes jornais não conseguem dar:

Na mídia regional, o leitor encontra a visão da comunidade que ele quer e os serviços de sua cidade. Já os anunciantes conseguem falar diretamente ao seu público através destes veículos e a custos infinitamente menores. Com todos esses ingredientes e mais um pouco de profissionalismo e visão empresarial, os jornais regionais estão apresentando um crescimento vertiginoso.

A partir da década de 1970 se inicia a discussão de um novo fenômeno que tem na comunicação uma das principais vias: a globalização. Enquanto as redes de agências com dimensões planetárias e as megafusões destas têm pautado globalmente as grandes redes de comunicação num aparente diário tema comum estampado nos principais veículos de comunicação mundo afora, a repercussão nacional de matérias produzidas em jornal comunitário parecem demonstrar que fatos localizados e pontuais também podem interferir nacional e até mundialmente. O fenômeno da globalização tem sido objeto de enfrentamento pelos movimentos locais.

A contraposição às demandas globais por informação tem se proliferado com a produção jornalística local de cadernos segmentados em jornais, programas de televisão e rádio e, mais abundantemente, com os jornais comunitários e de bairros. No entanto, esse fenômeno não é uma resultante exclusiva do fenômeno da globalização. Em alguns municípios, como o de São Paulo, jornais de bairro são produções centenárias desde 1897. As centenas de veículos impressos com esta característica incentivaram inclusive a criação de uma associação específica: Associação dos Jornais de Bairro de São Paulo (AJORB), fundada em 28 de abril de 1971 e até hoje atuante “criada para defender e representar estes veículos”.

Como se vê, a tendência do jornalismo regional não é nova, apenas ganhou novo alento e aguçou-se com o advento da comunicação e cultura globalizadas. “Os jornais do interior são a voz das suas comunidades”. Esta afirmação é uníssona entre os dirigentes representantes da classe, pois na mesma proporção em que se amplia o interesse por acompanharmos conflitos como o do Irã X Iraque, temos particular interesse em ouvir vereadores, prefeitos, deputados, lideranças sindicais ou associativas para sentir o que as move nas decisões que tomam a favor ou contra os moradores das suas cidades, dos seus bairros.

Estudo apresentado na Revista Veredas contrapõe os jornais locais com a Internet, considerada a principal via de comunicação da globalização:

A internet trouxe aos leitores e internautas a possibilidade de um acesso mais rápido aos acontecimentos mundiais, contudo, os acontecimentos locais permanecem com altos índices de interesse e leitura, o que significa a possibilidade de os jornais locais/regionais ampliarem os seus projetos editoriais, assentados nessas peculiaridades. (...) Hoje, os municípios estabeleceram como premissa a necessidade e o desejo de continuarem obtendo informações sobre a sua cidade, a sua rua, o seu time de futebol, as ações dos políticos locais, os atores e os movimentos culturais da sua própria terra, entre outras peculiaridades (2004, pág. 16).

O fenômeno da “Globalização” provocado pela Internet, para muitos pesquisadores trata-se de uma máscara do domínio capitalista da construção imperialista estadunidense. Michael Hardt e Antonio Negri discutem amplamente o tema no livro “Império”:

Organiza o movimento multiplicando e estruturando interconexões por intermédio das redes. Expressa o movimento e controla o sentido de direção do imaginário que percorre essas conexões comunicativas; em outras palavras, o imaginário é guiado e canalizado dentro da máquina da comunicação.[...]A legitimação da máquina imperial nasceu pelo menos em parte das indústrias de comunicação[...]. (2001, págs 51 e 52).

Se há verdade sobre essa afirmação, também não se pode negar que os avanços tecnológicos permitem maiores possibilidades de diálogo entre indivíduos e grupos, que tem sido prática recorrente das sociedades democráticas que os processos de comunicação atuais permitam aos seus cidadãos o estímulo e o desenvolvimento da cidadania ativa, já que a comunicação é um conjunto de práticas sociais diversificadas, e que as novas tecnologias têm permitido acessos globais de comunidades antes completamente isoladas do que denominamos civilização ocidental, a exemplo de algumas nações indígenas brasileiras.

Em dezembro de 2003 a Organização das Nações Unidas (ONU) realizou o “Cume mundial da sociedade da informação” que reuniu especialistas mundiais sob os auspícios da União Internacional das Telecomunicações (UIT), em Genebra. É de lá que tomamos a definição de comunicação publicada no livro “A comunicação na aldeia global – Cidadãos do planeta face à explosão dos meios de comunicação”:

A comunicação é um conjunto de práticas sociais diversificadas, uma constelação de processos sociais. Inclui a criação de sentidos (dinâmicas de representação), a aplicação social de meios para esta criação (dinâmica da tecnologia da comunicação), o estabelecimento de uma ordem social (dinâmica das relações sociais) etc.

Segunda Tramonte e Lopes (2005, pág. 18):

A educação, a formação, os processos de construção do conhecimento e do espírito crítico são, portanto, progressivamente os elementos cada vez mais imprescindíveis na denominada Era da Informação, para a constituição de um cidadão que seja capaz de reconhecer, descobrir, escolher e exercer seu espírito crítico em meio à grande quantidade de informações que a informática e, crescentemente, em especial, a Internet, proporcionam (2005, pág. 180).

Com olhar de maior especificidade na imprensa catarinense, segundo o Jornalista Moacir Pereira, em “Imprensa & Poder – A Comunicação em Santa Catarina”, nunca a imprensa no século passado se desvinculou da política e os jornais sempre viveram em função da política e dos partidos.

Há razões sólidas para sustentar a tese segundo a qual as fracas tiragens dos jornais de Santa Catarina, em todos os tempos, terão como um dos fatores determinantes precisamente seu caráter partidário, pelas limitações que impunham à audiência selecionada (1991, pág. 86).

Sobre os jornais do interior, que Pereira os denomina “Jornais Periódicos”, registra também que são publicações de vida efêmera ou irregular em Santa Catarina. Dá, o jornalista, uma explicação “simples”:

Em primeiro lugar, o surgimento de títulos sem retaguarda econômica sólida. São iniciativas amadorísticas, às vezes de caráter político, outras com objetivo apenas econômico, em que atua a figura desprezível do ‘corretor’ de anúncios, trocando notícia pela passagem do caixa (1992, pág. 132).

Mais atualizado, Fernandes confirma Pereira que uma fonte de receita, que nem sempre é contabilizada como publicidade institucional ou publicação legal, são as “matérias pagas” que comprometem a credibilidade do veículo:

Muitos jornais recebem pagamento fixo mensal de prefeituras para garantir a publicação de matérias (releases) sobre as realizações e obras do Poder Executivo. Quando se estabelece este tipo de ligação, o jornal compromete sua autonomia editorial (2003, pág. 132).

No Brasil, de uma forma mais generalista, os jornais do interior ou comunitários são tidos como “Imprensa Alternativa”. Dentro dos gêneros jornalísticos, o jornal comunitário deve priorizar a entrevista, tanto como gênero quanto método de trabalho. Paiva também é incisivo sobre essa identidade com o local ao afirmar que “Um veículo comunitário deve valorizar a cultura local, prestigiando suas formas. Deve necessariamente fomentar a participação da população tanto em projetos urbanos como no próprio veículo” (1998, pág. 166)

1. 2. Jornalismo científico/ambiental

O jornalismo ambiental é uma sub-especialização do jornalismo científico. Além de recente, poucos veículos de comunicação têm esse foco editorial. Segundo Targino, apud Melo et al. (2003, pág. 125) a literatura brasileira sobre esse objeto continua muito escassa. A pesquisadora constata:

Dentre os gêneros comunicacionais através dos quais os cientistas difundem o conhecimento novo ou discutem as tendências de cada disciplina, o artigo ocupa lugar hegemônico. [...]A maioria dos manuais de metodologia do trabalho científico privilegia os gêneros da comunicação primária, ou seja, aquela destinada aos próprios pares.

Targino também verifica que os cientistas recorrem ao artigo científico para disseminar informações codificadas profissionalmente, publicando-as em revistas especializadas, e valem-se do artigo jornalístico para emitir opiniões enquanto

cidadãos, veiculadas em jornais ou revistas de informação em geral: “A escolha dos periódicos em que publicam seus artigos é muito mais determinada pela afinidade temática e pelo prestígio do veículo do que pela natureza do público leitor”(2003, pág. 126)

Noutra obra, organizada por Ada de Freitas Maneti Dencker e Margarida M. Krohling Kunsch (1996, pág 20), “Comunicação e Meio Ambiente”, produto do XV Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação promovido pela Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e pela Faculdade de Comunicação Social do Instituto Metodista de Ensino Superior, Dencker, que também foi coordenadora do evento, defende que é inegável a importância da mídia no contexto da função social para o despertar da consciência para a questão ambiental abrindo espaço para que todos possam participar da discussão: “Dar espaço às diferentes proporções e não se deixar manipular é o grande desafio da mídia no momento”

No caso da fluoretação esse alerta se confirma exemplarmente, pois o Brasil é uníssono na defesa do tratamento com toda a força governamental e pública de pesquisadores, cientistas etc, dispostos a desqualificar os contrários, em defesa da decisão política do tratamento massificado de saúde pública.

Só com a instalação da corte portuguesa no Brasil o país saiu do total obscurantismo beletrista. No mesmo período, na Europa e nos Estados Unidos o século XIX foi de efervescência na divulgação da ciência e do jornalismo científico. Em 507 anos de história deste país, nos últimos 90 anos estamos tendo um pouco de democracia, alternada por um período de ditadura militar. É a partir de 1940 que a ciência brasileira entra na agenda do governo e da sociedade influenciada pelo término da Segunda Guerra Mundial e pelo impacto do avanço tecnológico. O marco

pode ser a criação, em 1948, da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência – SBPC, ou, logo em seguida, o Conselho Nacional de Pesquisas – CNPq, em janeiro de 1951, que se transforma no órgão reconhecido como a principal agência de fomento à ciência no país e também fomentador da divulgação científica na área do jornalismo. Ambos os órgãos são oficiais. Fabíola de Oliveira, afirma que “um vício recorrente no jornalismo científico é o oficialismo excessivo de informação, principalmente das entidades governamentais de pesquisa, que predominam no cenário científico brasileiro:

Dirigentes de entidades de pesquisa, não nos esqueçamos, têm cargos públicos de confiança, e portanto sua opinião é condicionada ao posto que ocupam. Mesmo sendo cientistas estão, momentaneamente, na posse de posição política (2002, pág. 49).

Só em 1977 cria-se a Associação Brasileira de Jornalismo Científico – ABJC, na capital paulista; iniciativa de um pequeno grupo de jornalistas preocupados em divulgar Ciência & Tecnologia – C&T. No Brasil, o jornalismo científico/ambiental ganhou proporções populares a partir da Conferência da Organização das Nações Unidas – ONU, sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio 92. Naquele mesmo ano, antecedendo a Rio 92, em maio nascia o Jornal O Vizinho, em Joinville, SC, e realizava-se em Belo Horizonte, MG, o Encontro Internacional de Imprensa, Meio Ambiente e Desenvolvimento, o Green Press, que contou com a presença de 955 jornalistas, profissionais de comunicação e ambientalistas de 30 países. No evento, Oliveira, que afirma serem as questões ambientais os principais temas do jornalismo científico, defendeu que o maior princípio ético a ser perseguido é o da universalidade. E explica:

Ser universal é tratar o problema local com a consciência de que ele está vinculado a contextos sociais, econômicos e políticos que têm origens globais e conseqüências que a médio e a longo prazo também podem vir a ser globais (2002, pág. 57).

Segundo pesquisa divulgada pelo Instituto Gallup em 1987 e encomendada pelo CNPq, intitulada “O que o brasileiro pensa da Ciência e Tecnologia?”, cerca de 70% da população urbana brasileira tem interesse. O direito à informação como prescreve a Declaração Universal dos Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU), basta para avaliar o jornalismo científico.

Numa democracia o acesso às informações para o exercício pleno da cidadania é fundamental para que a população, ou a sua maior parte, tenha condições de influir, com conhecimento, em decisões e ações políticas, por exemplo. Uma das mais perversas conseqüências da falta de informação é a incapacidade de poder opinar ou decidir sobre leis que podem afetar a vida individual, comunitária e até de toda a nação brasileira. Por exemplo, quando o governo decide colocar um remédio na água que é servida à população, está decidindo unilateralmente que todos estão doentes e todos devem beber esse remédio o resto de suas vidas, mesmo que milhões jamais tiveram qualquer sintoma da doença que quer se tratar de forma massificada. Assim, o jornalismo científico pode ser o agente facilitador na construção da cidadania, com implicações diretas nas atividades sócio-econômicas e políticas do país. Nesse caso, questionando e pressionando os governantes para reavaliação de seus posicionamentos e decisões.

Apesar da escassez de jornalismo científico/ambiental, a sociedade se mobiliza para a reversão do quadro. Na última semana de janeiro de 2003, cerca de 100 mil pessoas de diferentes países, idades, origens e etnias, se reuniram em Porto Alegre, para a realização do III Fórum Social Mundial. Movimentos sociais, ONGs, sindicatos, redes as mais diversas, associações, agências de cooperação,

universidades, igrejas, representantes das mídias etc, estiveram lá reunidos para um total de 1.619 atividades inscritas. Entre as centenas de temas debatidos constaram “Opinião pública e meio ambiente no Brasil: estratégias para a década”, “A manipulação dos meios de comunicação: o pluralismo como alternativa”, “Imprensa e movimento ecológico, uma aliança para a construção de um desenvolvimento democrático e sustentável”. Se o homem não vive socialmente sem comunicação, então, como avalia Rüdiger, “A comunicação faz parte do ser social do homem, pelo qual ele se relaciona com seu semelhante e elabora coletivamente o conhecimento do mundo”(1995, pág. 31).

Se o jornalismo científico ainda engatinha, Hipólito José da Costa Pereira da Costa (1808-1822) é considerado o pai dessa vertente jornalística. Segundo Melo, apud Guimarães et al. (2001, pág. 125):

[...]Hipólito da Costa realizou uma missão diplomática a serviço da Coroa Portuguesa, com a finalidade de observar a economia agrícola norte-americana, discernindo quais inventos científicos e inovações tecnológicas eram factíveis de transplantação para o Brasil, então Colônia da Portugal na América.

Em consonância, Carlos Vogt, apud Guimarães et al.(2001, pág 112), sinaliza que embora a história da divulgação científica tenha começado tardiamente, pela própria idade cronológica de nossa ocidentalização, já se pode reconhecer um aparelhamento importante numa atividade cuja tendência é organizar-se cada vez mais. Alerta, no entanto, que há muitas barreiras à divulgação:

[...]como problemas entre as fontes de informação (cientistas) e jornalistas, critérios de seleção da notícia, divulgação apressada dos resultados das pesquisas, linguagem inadequada ao grande público, baixo índice de interação entre produtores da informação e público leitor e outros.

Para finalizar, extraímos de Bauer e Gaskell (2003, pág. 194): “A quantidade de cobertura sobre ciência nos jornais pode ser medida da posição da ciência e tecnologia na sociedade, ou igualmente um indicador da incerteza da ciência sobre sua posição na sociedade”

Até aqui nossa pesquisa resgata fatos ilustrados nos documentos anexos que resgatam principalmente a construção e a consolidação de um jornal que se diz panfletário a serviço da comunidade e defesa do ambiente. Confirmamos a sua vertente ambientalista fundamentada no jornalismo científico, comemorada inclusive por especialista internacional.

Vimos, no histórico que o os jornais têm sua trajetória de nascimento e consolidação umbilical aos poderes políticos, principalmente. O jornalismo comunitário, que se apresenta como oposição ao recente fenômeno da globalização, verificamos tratar-se de uma abordagem centenária. Da mesma forma, o jornalismo científico, que apesar de poucas investidas dos jornais nessa área, tem alguns traços de produção desde os tempos do Brasil Império.

No próximo capítulo, nossa análise se foca no Jornal O Vizinho, que tem sua sede na cidade de Joinville, SC, à Rua Princesa Izabel, 508, Centro, em vias de completar 17 anos de existência.

2. JORNAL O VIZINHO

Em 5 de janeiro de 1987 fundava-se, em Joinville, empresa de treinamento e assessoria empresarial que em 30 de dezembro de 1992 também se habilitava à edição e publicação de jornais, revistas, livros e periódicos. Reflexos das contingências econômicas nacionais, a microempresa (Kaizen Treinamento e Assessoria Empresarial Ltda.) constituída por consultores associados, investiu no mercado os limitados recursos que dispunha na estratégia de divulgação mais acessível: a mala direta. Os resultados foram pífios e a iniciativa empresarial se inviabilizava.

Influenciados inicialmente pelas constatações e previsões da “Desmassificação dos Meios de Comunicação de Massa” do estadunidense Alvin Toffler, em *A Terceira Onda – A morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização*, os empreendedores se desafiaram numa nova forma de produção de um informativo empresarial:

Os mais antigos veículos de comunicação em massa estão perdendo leitores. [...]E tais perdas não foram devidas apenas ao aumento da televisão. Cada um destes diários de circulação em massa enfrenta agora crescente competição de um nascente bando de semanários e quinzenários de minicirculação e dos chamados “shoppers” que servem não só o mercado de massa metropolitano, mas também bairros e comunidades específicos dentro dele, proporcionando publicidade e notícias mais localizadas. Tendo atingido a saturação, o diário de circulação em massa da grande cidade está em profundas dificuldades. Os veículos de comunicação de massa desmassificados estão latindo aos seus calcanhares. (1980, págs 164 e 165),

Inicialmente denominado “Informativo da Kaizen” (Anexo 1), a primeira edição acontece em 10 de abril de 1991, circunscrito ao perímetro urbano da sede da empresa, também região de concentração de moradores, donos ou executivos de empresas locais, que Toffler, defende: “(...) Com prelos novos, rápidos, baratos, de capacidade reduzida, toda a organização, grupo comunitário, culto e seita política ou religiosa hoje pode permitir-se imprimir a sua própria publicação” (1980, pág. 166).

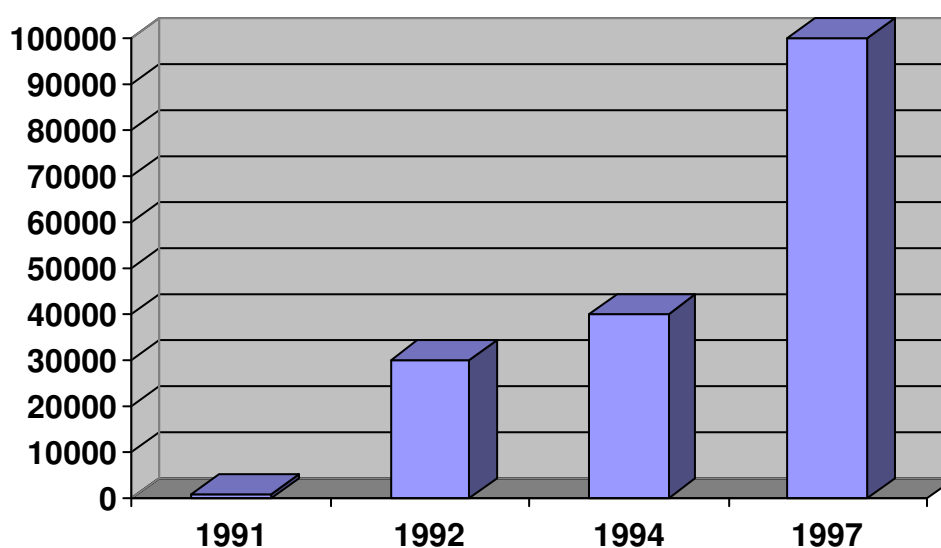
No mesmo período, Tom Peters, em *Prosperando no Caos*, faz uma abrangente revelação dos acontecimentos e tendências da economia mundial. A insistência do consultor em ensinar: *Especialize. Crie Nichos. Diferencie*, confirma o acerto para o nicho de mercado dos jornais de bairro. Ao avaliar as demoras nas tomadas de decisões nas grandes empresas, Peters fundamenta sua teoria de que o futuro é das pequenas empresas:

[...]mais ágeis, mais rápidas nas mudanças. Os grandes fizeram grandes projetos, complexos e não adaptáveis – e fracassaram. Os pequenos enfrentam a adversidade, movem-se depressa e, com freqüência, também falham – mas criam a revolução (1989, pág. 195).

Em maio de 1992, a edição número 14 (Anexo 2) passou a chamar-se “*O Vizinho*”. Dos primeiros 300 impressos (matriciais) em computador, o Informativo Empresarial atingia, em agosto de 1994, 50.000 exemplares. O sub-produto da empresa já se transformara na principal atividade, e os empreendedores descobriram o nicho de mercado dos “Jornais de Bairro” ou “Jornais Comunitários”. Com o *Jornal O Vizinho*, os empreendedores inovavam na forma de se fazer comunicação social em Joinville. A aceitação pelo mercado dessa estratégia de jornal comunitário com distribuição gratuita de porta-em-porta reflete-se no **Gráfico do Aumento de Tiragem** e conseqüentemente na quantidade de anúncios

veiculados a cada edição do jornal. A partir de novembro de 1997 a tiragem atingia a marca de 100.000 exemplares. Em curso um planejamento para a partir de 2008 a cobertura se fazer em 100% dos domicílios joinvilenses e conseqüente tiragem de 150.000 exemplares.

Gráfico do Aumento de Tiragem



Com autonomia de ação, desde a sua primeira edição, O Vizinho tem seus custos de produção e distribuição 100% pagos por anunciantes/patrocinadores privados, com raríssimas publicidades governamentais e ou públicas só acontecendo a partir de 1998. Outra característica rara em jornais impressos que historicamente têm o setor público como maior anunciante e, não raras vezes, decidido sobre o conteúdo das reportagens veiculadas.

Em outubro de 1994 a empresa se lançava à competição da primeira edição do **Prêmio Editorial Sebrae: Quem é Micro e Pequena Empresa no Brasil**, na modalidade: **Empresários de Sucesso**. O empreendedor idealizador do *Jornal O Vizinho* ganhava, ali, projeção estadual com o primeiro lugar (Anexo 3) na categoria

de veículos de comunicação (Talentos Empreendedor Catarinense), e nacional (Menção Honrosa), (Anexo 4).

“O Vizinho: Um projeto de reengenharia da comunicação na mídia impressa”.

Este era o mote que a empresa usava como discurso para se identificar no mercado e justificava na disputa pelo Prêmio Sebrae a importância de Joinville como maior pólo industrial de Santa Catarina e a inexistência de jornais de bairro ou jornais comunitários na cidade

A distribuição massificada e gratuita de porta-em-porta na forma de arrastão por panfletagem - estratégias que somam as características publicitárias de jornal e mala direta -, também mantidas até a atualidade. No quadro I (Melhor marketing para vendas de varejo) pode-se perceber a importância dessa estratégia para a consolidação do *Jornal O Vizinho* como “shopper”:

Quadro I

Melhor marketing para vendas no varejo		
(Pesquisa divulgada por Jay Conrad Levinson, Marketing de Guerrilha, 1989, pág. 186)		
Veículo	Resultado	Diferencial
Mala direta	46,6%	Com a estratégia da distribuição panfletária, o <i>Jornal O Vizinho</i> soma as características de mala direta e jornal, com excelente retorno para o anunciante
Jornal	32,4%	
Televisão	9,1%	
Rádio	4,0%	
Não tinham opinião	7,9%	

A opção por criar um “shopper” para que os comunitários pudessem dar sustentação econômica ao veículo exigiu que, inicialmente, mais espaço e destaque para os espaços comerciais fossem dados no inovador veículo. No shopper, o destaque visual é para os anunciantes. A prioridade é o comercial, a realização de negócios, a compra e a venda. Essa foi uma estratégia comercialmente explorada até dezembro de 2006, um dos diferenciais de “Reengenharia” adotado para garantir

a sustentação econômica e independência financeira do *Jornal O Vizinho*, fundamental para que não se transformasse em mais um veículo dependente de mídias públicas e governamentais, e a conseqüente liberdade editorial. Com o atual formato tablóide, o *Jornal O Vizinho* optou por apresentação dos espaços comerciais nos padrões do jornalismo convencional.

Outra característica de “Reengenharia” foi a regionalização da cidade, produzindo-se, assim, um jornal personalizado para cada comunidade. Com esta estratégia de regionalização a cidade foi dividida em dez grupos de bairros vizinhos, o que permite também ao anunciante focar sua publicidade nos moradores ao redor dos seus empreendimentos. Para os pequenos comerciantes essa estratégia é de excelente resultado, pois cada vez mais os moradores têm preferido comprar no seu próprio bairro. Esse diferencial é mantido até a atualidade, e tem permitido a produção e distribuição gratuita em comunidades dos mais diversos níveis sociais em todos os bairros da cidade conforme o quadro II (Regionalização da cidade).

Quadro II

Regionalização da cidade		
Região	Bairros abrangidos por região	Tiragem
01	Anita Garibaldi, Atiradores, Bucarein e Centro	10.000
02	Glória, América, Centro e Saguapu	10.000
03	Costa e Silva, Santo Antônio e Bom Retiro	10.000
04	Iririu e Jardim Iririu	10.000
05	Boa Vista, Comasa e Espinheiros	10.000
06	Floresta, Santa Catarina, Itinga, Parque Guarani e Boehmerwald	10.000
07	Itaum, Guanabara, Petrópolis, e João Costa	10.000
08	Vila Nova, Pirabeiraba, S. Marcos, Nova Brasília, Morro do Meio e Rio Bonito	10.000
09	Fátima, Jarivatuba, Adhemar Garcia, Rio Velho e Paranaguamirim	10.000
10	Aventureiro, Jardim Sofia e Jardim Paraíso	10.000

As entrevistas com moradores que se destacam nos seus respectivos bairros com atividades comunitárias e filantrópicas, estratégia também mantida até a

atualidade, é outra característica de identidade comunitária do *Jornal O Vizinho*. Assim, além da concentração publicitária de empreendedores dos bairros regionalizados, as entrevistas também têm essa particularidade.

A publicação de piadas com personagens ícones da colonização alemã (os casais Fritz e Frida; Heinz e Helga; e Harry e Hilda) é outra estratégia mantida até a atualidade. Aqui convém uma observação que para muitos pode ser tida como pouco nobre na intenção. Por ser Joinville uma cidade que durante anos tem construído uma imagem que só existira a partir da colonização alemã em 1851, há nos descendentes uma “arrogância” de superioridade e domínio. Os personagens protagonistas das piadas quase sempre são ridicularizados, como “represália” à soberba germânica.

O formato A5, 4 páginas, 2 cores na capa e contra-capas (Anexo 5) foi mantido até dezembro de 2006 (Anexo 5). Atualmente o formato é tablóide, 4 páginas, sendo capa e contra-capas coloridas. O tamanho jornal de bolso foi outro diferencial mantido por 15 anos não se tendo notícia de nenhum outro veículo impresso que se tenha mantido por tão longo período com essa característica na história da comunicação impressa de Joinville.

A interatividade com o leitor transformando-o em “pauteiro voluntário” como Agente 781 foi outra estratégia de interação com a comunidade permitindo que seus integrantes pudessem indicar nomes de vizinhos que se destacassem nas suas respectivas localidades e que pudessem ser entrevistados pelo jornal. O número 781 é o da Caixa Postal dos Correios.

Como já dissemos, o *Jornal O Vizinho* nascera de uma estratégia de marketing da empresa Kaizen Treinamento e Assessoria Empresarial Ltda., que atualmente denomina-se Bureau de Comunicação e Eventos Ltda. Suas raízes

estão na aplicação das novas tecnologias empresariais. Assim, a terceirização foi estratégia vital para a consolidação da empresa, tanto que é mantida. Segundo Leiria, no 1º livro sobre terceirização editado no Brasil intitulado “Terceirização”:

[...]tudo o que não constitui atividade essencial de um negócio pode ser confiado a terceiros”. (1992, pág. 22). [...]terceirização é a agregação de uma atividade de uma empresa (atividade-fim), na atividade-meio de outra empresa (pág. 85).

A impressão dos jornais, que iniciou-se terceirizada, durante o período de 1995 a 2004 foi incorporada como atividade essencial e, a partir de 2004, desativada novamente por não se tratar, efetivamente, de atividade fim da empresa. Nestas relações terceirizadas, desde o princípio optou-se por vínculo de parceria, já que o terceirizado é uma atividade-meio do *Jornal O Vizinho*. Entenda-se parceria, aqui, como relação comercial preferencial com alguns fornecedores e negociações de atendimento, custos, prazos diferenciados e mais favoráveis.

O comprometimento com as prerrogativas mínimas de qualidade orientadas por normas como a ISO 9000, que produzem metodologia de como uma organização deve proceder, foram praticadas desde o princípio com os três objetivos citados a seguir – norteadores até a atualidade:

- a) Atingir e manter a qualidade de seu produto ou serviço de maneira a atender, continuamente, as necessidades explícitas ou implícitas dos compradores;
- b) Prover confiança na sua própria administração, de que a qualidade pretendida está sendo atingida e mantida;
- c) Prover confiança em seus compradores, de que a qualidade pretendida está sendo ou será atingida no produto fornecido ou serviço prestado;

Informalmente (pois a empresa decidiu pela não certificação oficial) o empreendimento se alicerçou também no Vision 2000, que foi uma das revisões das

Normas ISO 9000. A série de normas internacionais ISO 9000 incorporaram uma racionalização de muitas e várias normas e propostas nacionais no campo da qualidade a partir da década de 1980. Na revisão batizada de Vision 2000, houve algumas adequações e conceitos revolucionários. Entre eles, o de STAKEHOLDERS, ou seja um grupo de pessoas com algum tipo de interesse no sucesso de um empreendimento. Na série de Normas ISO 9000, apenas a expectativa do consumidor era considerada. Com a revisão, as necessidades de qualquer um Stakeholders – clientes, amigos, vizinhos, funcionários, parceiros, fornecedores etc. – devem ser satisfeitas. O Vision 2000 acrescentou critérios para dotar de confiança a administração interna da empresa.

A empresa editora do *Jornal O Vizinho* fora consolidada também com bases na Administração Participativa, que de acordo com a ANPAR – Associação Nacional de Administração Participativa, no seu estatuto aprovado pela Assembléia Geral de Sócios, de 11 de dezembro de 1985, e reformado pelas Assembléias Gerais de 30 de junho de 1988 e de 31 de março de 1989, prerroga:

[...]modelo de gestão humanizada que emprega participativamente o trabalho e o talento humano, e se baseia na eqüitativa convergência de interesses de fornecedores/empregados/clientes, tendo como objetivo criar melhores condições para a organização cumprir seu papel social de produzir resultados adequados aos seus propósitos e satisfazer convenientemente às necessidades da sua comunidade (Parágrafo Único do Artigo 2º do Capítulo 2).

Foram premissas como estas que incentivaram a criação dos Conselheiros Stakeholders do *Jornal O Vizinho*, mantidos até a atualidade. O conselheiro recebe um certificado acompanhado de um ofício explicativo que destacamos algumas partes:

[...]A série de **normas internacionais ISO 9000** incorporou uma racionalização de muitas e várias normas e propostas neste campo. Em uma de suas revisões – batizada de **Vision 2000** – houve algumas adequações e conceitos revolucionários. Entre eles, o de **Stakeholders**, ou seja, um grupo de pessoas com algum tipo de interesse no sucesso de um empreendimento. Pela versão anterior, apenas a expectativa do consumidor era considerada. Nesta nova versão, as necessidades de todos que sejam direta ou indiretamente afetados – clientes, amigos, vizinhos, empregados, parceiros, fornecedores etc. – devem ser satisfeitas.[...]Seja um ouvidor! Transmita-nos as críticas, opiniões e sugestões que tiver conhecimento. Incentive seus conhecidos, amigos, parentes visitantes, clientes, fornecedores etc. a formarem essas opiniões. Você será diretamente beneficiado[...].

Os Conselheiros Stakeholders – formados principalmente por anunciantes/patrocinadores do *Jornal O Vizinho* - assumem um papel de parceiros, de “ouvidores” e críticos. Espalhados por 100% dos bairros da cidade, os Conselheiros são termômetros e parceiros de linha de frente que estão em contato direto com o público-alvo, o leitor. Desta forma, *O Vizinho* mais facilmente atinge sua identidade comunitária, aumentando consideravelmente a satisfação do leitor em receber o jornal e contribuir, de alguma forma, para a sua manutenção.

A participação do leitor não se faz apenas com suas sugestões indicações de pautas/entrevistas, como Agente 781 (por caixa postal), ou via Internet. A empresa comprometeu, além do cliente, a comunidade, com a instituição do “Dia de Visitar *O Vizinho*”. Semanalmente, às quartas-feiras, das 16h às 18h, parava-se a redação e os contatos comerciais para se receber na sede da empresa os leitores (principalmente), anunciantes, amigos, conselheiros e fontes. Estes visitantes eram recebidos com o máximo de informalidade empresarial num clima de cortesia e confraternização semanal. Assinavam o livro de presença, conheciam o projeto *O Vizinho*, traziam sugestões, críticas e muitos tornavam-se verdadeiros parceiros comprometidos em serem ouvidores e também conselheiros. Alguns transformaram-se em “vendedores”, fazendo indicações de clientes em potencial. Atualmente o “Dia

de Visitar O Vizinho” não é mais provocado, pois a empresa está diariamente de portas abertas à visita pública.

De acordo com Walter Lerner, em “Organização Participativa – Como a empresa brasileira pode enfrentar esse desafio”, “Administrar, simplesmente, é fazer ou obter coisas através de pessoas, com simplicidade, com inteligência, com cautela, com uma boa equipe, com controle, com planejamento, com organização, e a custos mínimos”(1991, pág. 41).

Lerner, destacado administrador de empresas brasileiro, foi mais uma fonte que confirmara as afirmações já citadas dos estadunidenses Alvin Toffler e Tom Peters de que é preciso estar atento às boas oportunidades de mercado, de preferência aos nichos, e tirar o máximo de proveito antes do aparecimento de muita gente interessada no seu sucesso e no seu espaço. É preciso estar atento, pesquisar, modernizar, atualizar, automatizar, treinar para colher frutos permanentemente. Esses ensinamentos ainda têm validade e prática no empreendimento. *O Jornal O Vizinho* fora o primeiro jornal comunitário de Joinville; durante quase dez anos mantivera-se sozinho no mercado. Nos últimos anos, dezenas de outros veículos trilharam o mesmo caminho e o jornal comunitário deixara de ser um nicho de mercado. A estratégia empresarial redirecionou a empresa para a produção de um jornal com bases no jornalismo tradicional mantendo algumas características da sua constituição de reengenharia já descritas anteriormente.

Historicamente, como pudemos ver em capítulo anterior, os jornais sobrevivem com o apoio das verbas governamentais. *O Jornal O Vizinho* não tem esse “benefício” no seu histórico de construção e consolidação. Aos empreendedores coube a tarefa de administrar com o máximo do aproveitamento

das formas gerenciais. Só mais recentemente, movimentos e ações governamentais têm se firmado para facilitar a criação e a sobrevivência das micro e pequenas empresas. Fazendo-se aqui um superficial percurso histórico, a década de 1970, particularmente, foi transformadora da economia mundial. A primeira grande crise do petróleo desencadeou, entre outras reações, uma tendência para a sub-contratação pelas grandes empresas montadoras que viram nesse sistema uma oportunidade para reduzir os seus custos transferindo parte de suas atividades produtivas para as pequenas e médias empresas.

Nesta época, o Japão transformara-se em referência mundial e os olhares dos empreendedores foram para lá. O governo daquele país priorizou a facilitação das micro, pequenas e médias empresas criando a Lei Básica da Pequena e Média Empresa, a Lei para Promover a Modernização da Pequena e Média Empresa e a Lei sobre Fundo Especial para Financiar o Desenvolvimento da Pequena e Média Empresa, entre outras. Em 1977, Itiro Iida, em “Pequena e Média Empresa no Japão”, relatava:

[...]com a promulgação da “Lei para Ajustar as Atividades das Grandes Empresas e Assegurar Oportunidades para as Pequenas e Médias Empresas”, o governo procurou resolver os conflitos entre a grande empresa e a PME que atuam em campos semelhantes, assegurando o mercado para as pequenas e médias empresas (1986, pág. 206).

O Brasil começava a seguir a cartilha da revolução industrial japonesa. Atentos às mudanças do mercado, os empreendedores da empresa editora do *Jornal O Vizinho* implantaram duas outras ferramentas que complementavam o estilo participativo de administração: O Kanban e o Kaizen, que originou o novo nome da empresa, inclusive. O Kaizen, o seu criador, o japonês Masaaki Imai, define no “Kaizen – A estratégia para o sucesso competitivo”:

A essência do Kaizen é simples e direta: Kaizen significa melhoramento. Mais ainda, Kaizen significa contínuo melhoramento, envolvendo todos. A filosofia do Kaizen afirma que o nosso modo de vida – seja no trabalho, na sociedade ou em casa – merece ser constantemente melhorado (1990, pág. 3).

A filosofia do Kaizen oferecera elementos para o Vision 2000, também já comentado. Portanto, o Vision 2000 confirma que a empresa acertara ao ser administrada com base em técnicas como as japonesas. Uma das ferramentas, o Kanban, presente até os dias atuais, compõe-se de um quadro que sinaliza, com botões coloridos, o estado de espírito de todos que trabalham na empresa e, inclusive, dos visitantes. O painel sinalizador tem os nomes das pessoas que sinalizam com as cores vermelha, amarela e verde informando o seu estado emocional, sendo: “Estou com problemas graves”, “Estou com problemas”, “Está tudo bem comigo”, respectivamente. Originalmente, o Kanban fora criado para comandar processos industriais de produção no Just-In-Time, ou seja, eram cartões que continham informações para produção de peças/produtos somente na hora que se precisava e na quantidade exata da necessidade, evitando-se os estoques. No painel “Kanban de estado de espírito” do Jornal O Vizinho, a sinalização também é no Just-In-Time: mudou o estado emocional, muda-se a cor do sinalizador.

O conjunto destas características, na época singulares para uma empresa de pequeno porte e na área de serviços, foi apresentado na forma de projeto/relato ao Sebrae Santa Catarina e ao Sebrae Nacional na primeira edição do Prêmio Talento Empreendedor Catarinense em 1995. *O Jornal O Vizinho* conquistou o primeiro lugar na sua categoria ganhando repercussão estadual e nacional com ampla divulgação em rádios, jornais e emissoras de televisão. Esse foi, sem dúvida, o primeiro marco da história do *Jornal O Vizinho* contribuindo muito para a sua consolidação e

crescimento. Até aqui, este registro histórico também quer contribuir com aqueles que decidam enveredar para a atividade empreendedora.

Se “as palavras e os pensamentos morrem, mas os escritos permanecem”, segundo Maurice Halbwachs (1990, pág 81), o jornal comunitário *O Vizinho*, ao completar 500 edições, reúne um acervo de fragmentos históricos para a permanência, a posteridade. Talvez o marco mais importante nos primeiros quinze anos do *Jornal O Vizinho* tenha sido o atingimento da edição número 500, em junho de 2003, com tiragem extraordinária de 150.000 exemplares (Anexo 6). A edição de número 500 confirma a perenidade, que Alberto Dines destaca em seu livro *O Papel do Jornal*: “A perenidade dos veículos de informação e do processo como um todo prende-se, assim, à constância do desafio para existir.” (1986, pág 68).

Manter-se no mercado por 500 edições numa cidade dominada por um jornal diário que nos seus quase 100 anos de existência não permitiu que outros jornais impressos se consolidassem, foi uma conquista animadora e comemorada não só pelos leitores, mas também por destacadas autoridades, a exemplo do Governador do Estado de Santa Catarina, Luiz Henrique da Silveira:

Lembro-me como se fosse hoje, da primeira edição do *Jornal O Vizinho*. Pequeninho e humilde, mas atrevido e com jeito de que vinha para ficar. Vê-lo completar 500 edições, cobrindo 100% dos bairros joinvilenses, é uma satisfação enorme, primeiro porque demonstra que a criatividade e a ousadia dão sempre bons frutos; segundo, porque toda a equipe, com o Altamir sempre firme no leme e no timão ao mesmo tempo, merece comemorar esta marca tão importante; e, por fim, porque sempre que celebramos a existência de um jornal estamos rendendo homenagens à democracia, à circulação de idéias e à oxigenação dos ideais republicanos.

A Associação dos Jornais do Interior do Estado de Santa Catarina – Adjori/SC, entidade representativa da classe e que atualmente reúne mais de 100 jornais, também se manifesta, em artigo de seu presidente, Miguel Ângelo Gobbi:

[...]E o município de Joinville e cada um de seus cidadãos está bem representado. O Jornal O Vizinho, que chega a sua edição de número 500, ano a ano foi consolidando sua importância, seu valor e o reconhecimento da comunidade. Como muitas outras publicações do interior, soube buscar credibilidade e prestígio usando a mais fundamental das ferramentas: a lealdade ao leitor. Certamente, esse é o dever da imprensa, que o jornal O Vizinho nunca perdeu de vista: refletir a verdade, prestar serviço, expressar o modo de vida e os valores de uma sociedade cuja história pode ser resgatada e preservada em suas páginas, como parte da memória da Nação.

Se representantes estaduais reconhecem a importância do veículo de comunicação social, autoridades municipais também registraram seus posicionamentos, como o fez o prefeito de Joinville, Eng^o Marco Antônio Tebaldi:

Este é um veículo de comunicação com a maior capilaridade. Chega em todos os lares joinvilenses e leva informações para muitas famílias que não têm acesso a outros meios. Parabenizamos o empreendimento vencedor, que já ganhou prêmios importantes como o do Sebrae e isto enaltece, ainda mais, o valor de nosso município.

Como já dissemos, a edição 500 foi publicada em julho de 2003, quando o *Jornal O Vizinho* já consolidara outra façanha única na história do jornalismo impresso da maior cidade do Estado de Santa Catarina: ser distribuído gratuitamente, de porta-em-porta em 100.000 domicílios joinvilenses.

A partir de junho de 2004, a fluoretação é o tema que ocupa a capa por 81 edições consecutivas. Trata-se da mais abrangente pesquisa e persistente reportagem de toda a história do veículo com desdobramentos políticos, econômicos e geradora de polêmica na comunidade local, e repercussão estadual, nacional e internacional.

Em janeiro de 2006 dois fatos foram fundamentais para que o *Jornal O Vizinho* mudasse sua mais marcante identidade visual - jornal de bolso (tamanho A5) - para tablóide e colorido na capa e contra-capas (Anexo 7). Por primeiro, a

participação de um dos empreendedores no universo acadêmico com a formação no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo. Apesar de o jornal sempre ter tido jornalistas responsáveis contratados para a produção de matérias e entrevistas, havia um sentimento de dúvida quanto ao que se produzia por não ser a atividade de domínio dos empreendedores. A participação na academia contribuiu para a consolidação do jornal como veículo de comunicação social e sua perda de identidade como “shopper”. Uma evolução editorial em benefício do jornalismo, mas em prejuízo ao comercial.

Por segundo, a competitividade provocada pelo nascimento de outros títulos, como a Gazeta de Joinville, o Jornal Notícias do Dia, do Grupo SBT, a compra do Jornal A Notícia pelo Grupo RBS. Essas mudanças, suas razões e conseqüências podem servir de estímulo para a produção de uma nova pesquisa. Até aqui pudemos verificar que o *Jornal O Vizinho* se consolidou com base no reconhecimento público, na estratégia da administração participativa e intenso aproveitamento das novas tecnologias. O empreendedorismo e o comprometimento com a comunidade permitiram que a empresa se transformasse numa iniciativa reconhecida, principalmente pelos joinvilenses.

2.1 A vertente ambientalista

Desde as primeiras edições que o meio ambiente tem destaque em quase todas as páginas e seções do jornal. Implicitamente, no início, e mais explicitamente a cada nova edição – nos últimos dez anos -, a prioridade editorial para o tema se

consolidara no veículo que, a partir da edição 501 assume oficialmente este posicionamento: “**Jornal panfletário a serviço da comunidade e defesa do ambiente**”. A nova logomarca com a cor verde iconiza visualmente o que o leitor já tinha certeza com o conteúdo (Anexos 5 e 7).

Sendo Joinville a maior e mais industrializada cidade do estado de Santa Catarina, e sede de grandes indústrias, a exemplo da Fundação Tupy S.A, e dezenas de outras fundições, galvanoplastias e indústrias têxteis, muitas destas, centenárias, a cidade tem um enorme passivo de degradação ambiental. O mais “espetacular” exemplo do poder de destruição provocado pelas empresas, urbanização e inadequadas políticas públicas, é o rio que nasce na área urbana da cidade e morre imediatamente após a sua nascente. O Cachoeira, nos últimos 50 anos, transformou-se no escoadouro de dejetos químicos e industriais bem como num enorme canal natural de esgoto, transformando-se num rio de águas negras, fétidas e venenosas que se despejam na Lagoa Saguaçú e Baía Babitonga.

A visibilidade no Rio Cachoeira do descaso ambiental é apenas a mais aparente manifestação de uma cultura industrial e urbana dessintonizada com a preservação do meio ambiente. *O Jornal O Vizinho* encontrou terreno fértil para a abordagem jornalística, o jornalismo científico e a identidade comunitária, nesse ambiente.

A prática do jornalismo científico pelo *Jornal O Vizinho* foi anterior à discussão sobre a fluoretação, que ocupou 81 capas do jornal e mais 23 outras páginas internas (principalmente em editorial), no período de junho de 2004 e dezembro de 2006. Em 18 de março de 2003, o editor do *Jornal O Vizinho* fora convidado para participar em evento de repercussão mundial. A participação teve destaque na edição 484::

Jornal de Joinville é tema em fórum das águas – (...) No dia 18 de março, quando o evento debate ‘O Papel da mídia no desenvolvimento sustentável’, a jornalista Bárbara Arisi, da Agência de Notícias Ambiente 21, vai coordenar o evento que terá a participação também do editor do Jornal O Vizinho, de Joinville, SC.

Segundo o presidente do Movimento Grito das Águas, Leonardo Morelli, O Vizinho é um jornal comunitário com foco ambientalista e que se sustenta com patrocínio da comunidade. ‘É o sonho de qualquer ambientalista’, revela Morelli. Editado desde 1991, há três anos o Conselho Editorial do Jornal O Vizinho decidiu priorizar a questão ambiental. O veículo se posiciona como um ‘Jornal panfletário a serviço da comunidade e defesa do ambiente’, diz o editor. A distribuição é gratuita, de porta-em-porta, em 100 mil domicílios da maior cidade do Estado de Santa Catarina (...)

Em novembro de 2002, alunos da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) visitam o *Jornal O Vizinho* e trazem a informação que também é destacada na edição 469, como segue:

O Vizinho e a repercussão global – O professor da Universidade de Santiago de Compostela, Espanha, Fermin Galindo Arranz, causou surpresa ao dar como exemplo de ‘jornalismo construído a partir de método científico’ o Jornal O Vizinho. O especialista apresentou o veículo na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) no Curso de Especialização de Estudos Jornalísticos, no mês passado. Segundo os alunos, Arranz conheceu O Vizinho em Joinville, hospedado na casa de amigos, e se surpreendeu que um jornal de bairro, ‘aparentemente simples’, estivesse dando seus primeiros passos para um jornalismo de precisão – ‘um conceito super-novo na área’.(...)

A preferência para o jornalismo ambiental ganha reconhecimento e apoio de importantes entidades ecológicas que comemoram essa particularidade também na edição 500 (Anexo 6), como o fez Nelson Luiz Wendel, Presidente da Associação de Preservação e Equilíbrio do Meio Ambiente de Santa Catarina – Aprema/SC :

O Vizinho constitui importantíssima conquista para a comunidade joinvilense democratizando a informação para todos e gratuitamente. Notabiliza-se, também, pela abordagem das questões sócio-ambientais, com coragem e imparcialidade, qualidades tão raras na grande imprensa. É através de “O Vizinho” que grande parte da população tem acesso à verdade dos fatos. Parabéns à equipe do jornal pela edição nº 500; O Vizinho é motivo de orgulho para Joinville.

Também na edição 500, outra manifestação de entidade não deixa dúvidas desta identidade ambientalista do *Jornal O Vizinho*. A presidente da Organização Não Governamental (ONG) Vida Verde, Sibylla Schneider Dietzold, reconhece:

O grande mérito do *Jornal O Vizinho* é ter abraçado a causa ambiental joinvilense, publicando de forma isenta os problemas causados com a falta de comprometimento da população e das autoridades em relação ao meio ambiente. Parabéns pela edição 500.

É bom lembrar que o advento da Internet e sua rápida assimilação das novas tecnologias pela empresa editora do *Jornal O Vizinho* permitiram formar uma rede de contatos e fontes de especialistas mundiais sobre muitos temas para a abordagem local. Essa prática confirma ainda o que Tramonte e Souza definem como cibercidadania: “A utilização destes elementos, da mídia e do conhecimento para o bem social reforçando a cidadania e a democracia, é o que chamamos *cibercidadania*” (2005, pág. 183).

Com a discussão da fluoretação, o *Jornal O Vizinho* pratica uma comunicação local que se utiliza da rede mundial de computadores e da prática cooperativa sob a forma de democracia participativa e cibercidadania. O tema ganhou relevância com desdobramentos no Congresso Nacional, na Câmara dos Deputados, especificamente no Conselho de Altos Estudos e Avaliação Tecnológica - CAEAT, que discutia na mesma época o programa espacial brasileiro. A fluoretação era um dos 4 temas em análise por aquele Conselho. Em outubro de 2005, o Consultor Legislativo da Área de Saúde Pública e Sanitarismo, Jackson Semerene Costa apresentava ao referido conselho o estudo “**O uso do flúor no controle dos problemas da saúde bucal: uma prática em questão**” (Anexo 8).

A recomendação do referido estudo no CAEAT teve origem em proposta do deputado federal catarinense, Adelor Vieira, conforme registro na Ata da sétima reunião de trabalho realizada em 9 de junho de 2005, em Brasília:

[...]O Deputado Inocêncio Oliveira iniciou os trabalhos concedendo a palavra ao Deputado Adelor Vieira, que iniciou seu pronunciamento sugerindo que o Conselho promovesse estudos sobre a questão da fluoretação das águas.(...) Diante das manifestações, o Deputado Inocêncio Oliveira aprovou o tema designando o Deputado Adelor Vieira como relator do tema e pedindo para que ele entrasse em contato com o Dr. Ricardo Rodrigues para acertar a condução do estudo.

A iniciativa do deputado federal catarinense foi provocada pelas reportagens veiculadas no *Jornal O Vizinho* que compunha, com exemplares de várias edições, a documentação entregue ao conselho para o referido estudo. O documento legislativo enumera, entre algumas das considerações finais, as seguintes conclusões e recomendações:

[...]Por tudo que foi analisado, não se pode, definitivamente, desconsiderar ou minimizar as inúmeras críticas que vêm recebendo o uso do flúor, especialmente nos sistemas de abastecimento de água.[...]Como todos os processos artificiais a que se submete a humanidade, estamos mais uma vez diante de um dilema entre os benefícios e malefícios de um produto ou tecnologia introduzida na vida das pessoas [...].

Da mesma forma, na Assembléia Legislativa Catarinense, o deputado estadual Nilson Gonçalves (Anexo 9), fundamentado também nas matérias do *Jornal O Vizinho* promoveu ações com repercussão política estadual e nacional. Por iniciativa de Gonçalves, o deputado federal Leodegar Tiscoski notifica o Primeiro Secretário da Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina, deputado Lício Mauro da Silveira, que recebera o “Ofício DP/0893/2005, pelo qual encaminha cópia das Moções 0150.6/2005, de autoria do deputado Nilson Gonçalves, que solicita medidas no que tange ao flúor no consumo de água” . O Ministro da Saúde, Saraiva

Felipe, recebeu de Leodegar Tiscoski o Of. 0445/2005-GLT em 12 de junho de 2005:

Senhor Ministro. Ao cumprimentá-lo, encaminho, para análise desse órgão, Moção de autoria do Deputado Nilson Gonçalves, da Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina, que traz dados de estudo científico que trata da utilização do flúor no consumo da água. Na certeza de que Vossa Excelência dispensará atenção especial ao assunto, antecipo agradecimentos.

Nilson Gonçalves ainda recomenda ao presidente da Comissão de Saúde da Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina, deputado Antonio Aguiar, que se promova um debate sobre o tema, conforme Ofício 216/05 de 9 de junho de 2005:

Senhor Presidente. Saudando-o cordialmente, venho pelo presente encaminhar em anexo, farto material produzido pela equipe jornalística do jornal panfletário denominado "O Vizinho", editado na cidade de Joinville, contendo matérias sobre a fluoretação da água potável, seus malefícios e conseqüências. Sendo o assunto de real importância para a saúde pública, sugiro a Vossa Excelência que essa augusta Comissão de Saúde, promova um debate público sobre o tema (...)

Em Joinville, a Câmara de Vereadores também promoveu um encontro com especialistas favoráveis ao tratamento por iniciativa do vereador Gilmar Ferreira Medeiros, através da Comissão de Defesa da Cidadania, no dia 23 de agosto de 2004. O edil argumentou perante seus pares para que a reunião fosse aprovada, que "o assunto é preocupante e precisa ser debatido com urgência. É uma surpresa os males que o flúor provoca e que são denunciados por médicos, químicos e cientistas".

A veiculação do *Jornal O Vizinho*, a partir de 1998, também no sítio www.ovizinho.com.br tem permitido o acesso mundial de temas locais. Sendo a fluoretação uma decisão política de saúde pública local, nacional e internacional, a discussão do tema em Joinville foi possível por conta do apoio de médicos, dentistas e cientistas nacionais e mundiais que lutam contra essa massificação e

que imediatamente compuseram a rede de informantes, formadores de opinião e relatores de pesquisas científicas fontes jornalísticas.

Tem-se, neste caso, uma inequívoca confirmação de que os modos de comunicação high-tech (sítios na Internet, correspondências eletrônicas, orkuts) e jornal impresso são sinérgicos nesta que é considerada a Era da Informação. A via, neste caso, tem sido de mão dupla, de retro-alimentação. Enquanto especialistas mundiais se manifestavam pela Internet e ganhavam espaços no jornal impresso, os locais, contrários ou céticos ao tratamento, se motivaram a opinar e discutir estimulados por essas autoridades, e vice-versa. Confirma-se também a sinergia do local com o global.

O jornalismo comunitário, a exemplo do *Jornal O Vizinho*, pode ser considerado um veículo de “resistência” ao suposto domínio do agendamento globalizante, homogeneizante; mas também beneficiário desse fenômeno.

A partir da edição 535, em junho de 2004 (Anexo 10), o *Jornal O Vizinho* inicia uma discussão com tema mundialmente polêmico: *O tratamento de saúde pública massificada com a adição de flúor nas águas servidas à população*. O assunto tem prioridade editorial até a edição 616, de dezembro de 2006.

A discussão local do tema fluoretação foi estimulada e facilitada pela Internet. A identidade ambientalista do *Jornal O Vizinho* chamou a atenção de estudiosos, cientistas e principalmente de pessoas contrárias ao tratamento massificado de saúde pública. Através da rede mundial de computadores, os contatos com autoridades no assunto e a percepção de que os discursos oficiais têm sido sempre em defesa do tratamento estimulou à investigação e abertura de espaço para os contrários no *Jornal O Vizinho*, que produziu, assim, uma das mais abrangentes pesquisas científicas sobre o mesmo tema em toda a sua existência.

3. AGRUPAMENTOS PARA O PROCESSO ANALÍTICO

O Jornal O Vizinho, em sua trajetória de consolidação como um veículo de comunicação social comprometido com o local, o comunitário, destaca três movimentos de especial relevância para o processo de estruturação da empresa de treinamento e assessoria empresarial e da convergência para a prestação de serviços informacionais à cidade de Joinville. Em destaque, o Prêmio Editorial Sebrae “Talento Empreendedor Catarinense” parece assegurar o acerto empreendedor da aplicação das estratégias e posicionamentos no mercado. A premiação foi um reconhecimento ao acerto administrativo. O atingimento da edição nº 500 foi o coroamento numericamente simbólico da perenidade, da persistência, da sobrevivência e consolidação do *Jornal O Vizinho* como veículo de comunicação social. Agora, mais recentemente, e fora do âmbito dessa pesquisa, o veículo já se apresenta com o formato tablóide, a impressão colorida e a prioridade editorial para a recuperação afetiva, de navegabilidade e recuperação ambiental do Rio Cachoeira.

O resgate histórico do *Jornal O Vizinho* foi realizado através da análise das primeiras 617 edições. Apesar da grandiosidade numérica, a pesquisa foi viável porque nas primeiras 616 edições o veículo tem o tamanho A4 dobrado ao meio, ou seja, totalizaram 1234 páginas. Outros documentos do acervo particular da empresa editora também compuseram elementos da pesquisa.

Ressalte-se que a Internet é um importante canal de interação do local com o global, e nesse caso específico de estudo, uma via de mão dupla para as produções jornalísticas. Pode-se dizer que a internet foi fundamental na viabilização das entrevistas com fontes de outros estados e países. Os custos desse processo foram muito baixo e de rápida acessibilidade.

Segundo Bauer e Gaskell (2003, pág 96), a AC é aplicada na análise de materiais textuais, especificamente material impresso, como é esse caso. Entre as vantagens da AC são que ela é pública e sistemática; oferece um conjunto de procedimentos bem documentados; e faz uso principalmente de dados brutos que ocorrem naturalmente, ou seja, ela encontra traços da comunicação humana em materiais estocados nas bibliotecas, por exemplo.

Com base nesse conteúdo das manchetes para a análise, classificamos as 81 edições em cinco grupos, com seus respectivos códigos destacados em negrito:

LP = Lideranças Políticas.....	18 edições
LC = Lideranças Comunitárias.....	8 edições
LF = Lideranças Favoráveis.....	3 edições
EC = Especialistas Contrários.....	50 edições
O = Opinião.....	21 edições

Total 100 edições

O total de 100 edições quando somados os cinco grupos, justifica-se porque numa mesma edição encontramos, em alguns casos, mais de um grupo conforme classificamos. A seguir, reproduzimos essas manchetes em ordem numérica crescente de edição do Jornal O Vizinho, separadas por grupo de análise. Os

códigos encontram-se ao final de cada manchete, indicando-se o conteúdo de análise.

No grupo de Lideranças Políticas (LP), os políticos são as fontes que fundamentam o conteúdo da matéria. No grupo de Lideranças Comunitárias (LC), tratam-se de líderes comunitários constituídos representantes de entidades diversas ou lideranças comunitárias naturais. No grupo de Lideranças Favoráveis (LF) as fontes compõem-se de lideranças diversas que são favoráveis ao tratamento com a fluoretação. No Especialistas Contrários.(EC), tratam-se de autoridades dos mais diversos campos científicos, políticos, ambientais, lideranças que se posicionam contra o tratamento por fluoretação. Por último, o grupo de Opinião (O), objeto delimitado para o estudo de análise deste trabalho, compõem-se de textos publicados em espaços opinativos no Jornal O Vizinho. Os demais grupos podem estimular outros pesquisadores ou este próprio em novas incursões da formação e da pesquisa científica

3.1 (EC) – Especialistas Contrários ao tratamento por fluoretação

06/04	Cientistas afirmam que água da rede pública tem veneno quase tão tóxico quanto o arsênico.....	535	Capa	EC
07/04	Flúor diminui inteligência das crianças.....	537	Capa	EC
06/04	Fluoretação da água aumentou mortalidade infantil no Chile.....	536	Capa	EC
07/04	Conselho Regional de Química alerta sobre fluoretação.....	538	Capa	EC
07/04	Sociedade Joinvilense de Medicina quer debate sobre a fluoretação.....	539	Capa	EC
08/04	Flúor da água fornecida pela Casan se acumula nos ossos.....	541	Capa	EC
08/04	Flúor era arma química nazista.....	542	Capa	EC
09/04	Químico defende fluoretação e diz que informações na Internet não têm credibilidade.....	545	Capa	EF
09/04	Casan diz que fluoretação aumenta custo da água.....	546	Capa	EC
10/04	“Papa do Flúor” no Brasil alerta para efeitos colaterais.....	549	Capa	EC
10/04	Revista de circulação nacional aborda tema prioritário d’O Vizinho.....	550	Capa	EC
10/04	Representantes de 41 países podem que autoridades parem com a fluoretação.....	551	Capa	EC
11/04	Desnutridos são maiores vítimas da fluoretação.....	554	Capa	EC
11/04	Meio milhão de joinvilenses são conscientizados dos riscos de beber água da Casan.....	555	Capa	EC
12/04	Dentista diz que fluoretação das águas é duvidosa.....	556	Capa	EC
02/05	Chás têm teor de flúor em excesso.....	560	Capa	EC
02/05	Especialistas avisam: consumo excessivo de flúor provoca osteoporose.....	561	Capa	EC
03/05	Água da Casan pode conter remédio que “amansa” o povo.....	563	Capa	EC
03/05	Água contaminada com fluoxetina em Londres, e flúor em Joinville, desperta suspeitas.....	564	Capa	EC
08/05	Conselho Regional de Odontologia de Santa Catarina não dá respostas para denúncias contra fluoretação.....	577	Capa	EC
07/05	Doença provocada pelo flúor, na boca, “é apenas a ponta do iceberg”.....	575	Capa	EC
08/05	Flúor comprova envelhecimento precoce, comprova governo da Índia.....	578	Capa	EC
09/05	Pesquisadores da USP e da Universidade Federal da Bahia denunciam “Efeito Halo” da fluoretação.....	581	Capa	EC
09/05	Águas de Joinville ignora pedidos de esclarecimentos sobre o flúor.....	582	Capa	EC
10/05	Alimentos, bebidas e água acumulam excesso de flúor no organismo.....	583	Capa	EC
10/05	Indústrias irresponsáveis usam artimanhas para aumentar venda de produtos com flúor.....	584	Capa	EC
11/05	Cia Águas de Joinville não dá respostas sobre fluoretação e ameaça O Vizinho.....	587	Capa	EC
11/05	Especialistas denunciam a fluoretação, mas prefeito e secretária de saúde de Joinville atacam O Vizinho.....	588	Capa	EC
12/05	Especialistas alertam para descontrole na dosagem do flúor.....	590	Capa	EC
01/06	Flúor que a Companhia Águas de Joinville, CAJ, adiciona à água interfere no sistema imunológico.....	592	Capa	EC
03/06	CAEAT do Congresso Nacional faz alerta sobre a fluoretação.....	595	Capa	EC
02/06	A biopersistência, bioacumulação e toxicidade tornam o flúor um problema ambiental grave.....	594	Capa	EC
02/06	Cirurgião vascular diz que flúor agride a formação do feto.....	593	Capa	EC
05/06	Pesquisador de Harvard afirma que o flúor causa câncer, e acadêmico alerta: a ACIJ está enganando a população.....	598	Capa	EC
05/06	“Flúor pode provocar doença letal que afeta duas vezes mais meninos que meninas”, diz pesquisador norte-americano.....	599	Capa	EC
05/06	Pesquisador paulista garante que flúor adicionado à água, pela Cia Águas de Joinville, altera humor das pessoas.....	600	Capa	EC
06/06	Quando governo e ciência erram, população morre ou paga a conta.....	601	Capa	EC

07/06	“Fluoretação é um erro extremamente perigoso”	602	Capa	EC
07/06	Dentista joinvilense está indignado com “créditos” da fluoretação.....	603	Capa	EC
08/06	Professor da Faculdade de Odontologia da USP afirma que a fluoretação é farsa científica.....	604	Capa	EC
09/06	Em Joinville a água não é pura.....	608	Capa	EC
10/06	Canadá tem associação de “Pais de Crianças Envenenadas pelo Flúor”	609	Capa	EC
10/06	Ossos envenenados contaminam a medula óssea.....	610	Capa	EC
08/06	Jornalista pesquisador diz que água com flúor continuará envenenando as pessoas se a mídia continuar desatenta	605	Capa	EC
09/06	Estudo encomendado pelo Congresso Nacional invoca o princípio da precaução para proibir o uso do flúor.....	607	Capa	EC
08/06	Dentista pesquisador garante que o flúor envenena a água e não combate às cáries.....	606	Capa	EC
11/06	Açúcar e fluoretação: um excelente negócio que aparentemente se completa.....	611	Capa	EC
11/06	Cuidado ao abri a boca: veneno a caminho.....	612	Capa	EC
11/06	Dentista paulista apóia denúncias contra a fluoretação.....	613	Capa	EC
12/06	Uma vergonhosa história que quer se repetir.....	615	Capa	EC
11/06	Vendedores mentem: filtros não retêm flúor.....	614	Capa	EC
12/06	Uma vergonhosa história que quer se repetir.....	615	Capa	EC

3.2 (O) – Matérias de editoriais e retrospectiva sobre o tema fluoretação

06/04	Nem sensacionalismo, nem pânico. Apenas jornalismo investigativo.....	535	Editorial	O
07/04	Alerta sobre fluoretação já atinge mais de 200 mil joinvilenses	540	Capa	O
09/04	O Vizinho tornou-se alvo de autoridades.....	544	Editorial	O
10/04	População deve exigir posicionamentos das autoridades.....	549	Editorial	O
09/04	É preciso ouvir o outro lado.....	548	Editorial	O
10/04	Joinvilenses julgam O Vizinho.....	551	Editorial	O
11/04	Sem o arejamento da informação, sociedade se esfacela.....	553	Editorial	O
12/04	Preservar a fonte é obrigação no jornalismo.....	556	Editorial	O
03/05	Estímulo para priorizar o debate sobre a fluoretação.....	562	Editorial	O
06/05	Debate sobre fluoretação completa um ano n'O Vizinho.....	573	Editorial	O
10/05	Persistência tem reconhecimento de leitor.....	583	Editorial	O
10/05	Dinheiro público deve ser gasto para desacreditar jornal.....	585	Editorial	O
11/05	Jornal panfletário é homenageado pelo Governo do Estado de Santa Catarina, mas prefeitura de Joinville quer intimidar o mesmo veículo.....	586	Editorial	O
11/05	Fluoretação: Um Perigo Canalizado.....	586	Capa	O
11/05	Jornalismo que não incomoda é publicitário.....	588	Editorial	O
12/05	Flúor da água fornecida pela CAJ pode estar provocando alucinações em autoridades joinvilenses.....	589	Editorial	O
12/05	Grandes interesses financiam sistema de crença contestado por cientistas.....	591	Editorial	O
04/06	ACIJ ataca associada.....	597	Editorial	O

05/06	Entre o CAEAT e a ACIJ a escolha é fácil.....	599	Editorial	O
05/06	600ª, mais uma edição histórica.....	600	Editorial	O

3.3 (LP) – Lideranças Políticas e seus posicionamentos

08/04	Fluoretação é debatida na Câmara de Vereadores de Joinville.....	543	Capa	LP
09/04	Ironia marca debate sobre fluoretação.....	544	Capa	LP
09/04	Muito mais que água sai da sua torneira.....	547	Capa	LP
03/05	Presidente da Câmara diz que fluoretação é descabível.....	565	Capa	LP
04/05	Delegado/vereador diz que vai investigar a fluoretação.....	566	Capa	LP
04/05	Deputado Catarinense condena a fluoretação.....	567	Capa	LP
05/05	Fluoretação da águas pode ser resultado de "negociata" entre políticos e industriários, diz deputado.....	570	Capa	LP
05/05	Ex-diretor da Casan tem dúvidas sobre eficácia da fluoretação.....	568	Capa	LP
05/05	Deputado Federal quer transparência da água na fluoretação.....	569	Capa	LP
06/05	Presidente da Comissão de Direitos e Garantias do Cidadão quer alertar Congresso Nacional e Senado sobre os riscos do flúor na água.....	571	Capa	LP
06/05	Conselho de Altos Estudos e Avaliação Tecnológica pesquisa a fluoretação.....	573	Capa	LP
06/05	Presidente da Frente Parlamentar Evangélica quer debate sobre o flúor em Brasília.....	572	Capa	LP
07/05	Deputados catarinenses fecham o cerco sobre o flúor.....	574	Capa	LP
07/05	Deputado ex-presidente da Casan acredita que Joinville pode dar exemplo ao país revisando a lei da fluoretação.....	576	Capa	LP
09/05	Presidente da Comissão de Direitos e Garantias do Cidadão do Estado de SC quer discussão nacional sobre a validade da fluoretação.....	580	Capa	LP
10/05	Conselho Municipal de Saúde age com irresponsabilidade ao tentar desqualificar O Vizinho.....	585	Capa	LP
12/05	Senador cede a pressões e retira de pauta projeto de lei que pretendia proibir a fluoretação.....	589	Capa	LP

3.4 (LC) – Lideranças Comunitárias e seus posicionamentos

11/04	Joinvilenses revoltam-se contra fluoretação.....	552	Capa	LC
11/04	Empresária pede para Casan parar com a fluoretação.....	553	Capa	LC
12/04	Lei Federal obriga Casan a contaminar a água.....	557	Capa	LC

12/04	Águas de Joinville desconhece denúncias contra a fluoretação.....	558	Capa	LC
01/05	AMAE não quer discutir “contaminação” da água com flúor.....	559	Capa	LC
03/05	Professor Universitário e ambientalista é contra a fluoretação da água.....	562	Capa	LC
09/05	Ambientalista diz que além de flúor a água de Joinville pode estar contaminada com cancerígenos.....	579	Capa	LC
12/06	“Precisamos que vocês continuem. Não parem”	616	Capa	LC

3.5 (LC) – Lideranças Favoráveis ao tratamento por fluoretação

09/04	Químico defende fluoretação e diz que informações na Internet não têm credibilidade.....	545	Capa	LF
09/04	Defensores da fluoretação entram em contradição.....	548	Capa	LF
04/06	Entidade empresarial de Joinville diz que O Vizinho é irresponsável.....	597	Capa	LF

Observou-se que os textos das 81 edições focadas na análise foram colocados de forma acessível ao público, o que permite penetrar com maior facilidade o conhecimento. Conferimos também que o conteúdo de praticamente a totalidade das edições (50) com o tema (flúor) são discursos de especialistas contrários ao tratamento massificado de saúde pública para o suposto combate à doença cárie, sob a forma de compostos de flúor nas águas servidas à população. Pode-se sugerir que a abordagem sistemática para o tema seja resultante da incerteza da ciência sobre sua posição na sociedade, já que a fluoretação, contestada por especialistas e pesquisadores em todo o mundo, contrários ao tratamento, tem insignificantes espaços na mídia tradicional; enquanto que os defensores desse tratamento massificado de saúde pública, pelo contrário, são patrocinados por empresas e políticas públicas numa prática midiática duvidosa que ouve apenas um lado ou aborda de forma superficial os contrários.

Essa maior abertura de espaço para os contrários confirma exatamente o que o veículo anunciara desde as primeiras edições de abordagem do tema. Entre os especialistas encontramos discursos de médicos, cientistas, pesquisadores, biólogos, farmacêuticos, técnicos e dentistas, também. Destacam-se entre as 50 abordagens de especialistas contrários, discursos de Prêmios Nobel, inclusive, e posicionamentos de governos e autoridades de países que já tiveram o referido tratamento como política de saúde pública e que fora posteriormente interrompido por conta dos efeitos colaterais.

4. TENSIONAMENTOS

A prática jornalística quando investigativa e denunciadora, torna-se conflitiva. Sendo o jornalismo científico/ambiental uma vertente ainda nova e carente de produção midiática, a incompreensão do mesmo também pode criar tensões. No jornalismo comunitário é incomum a presença do jornalismo científico. A vertente ambientalista presente desde as primeiras edições é considerada inovadora no *Jornal O Vizinho*, já que historicamente os jornais têm seu nascedouro motivados por interesses econômicos ou políticos, como pudemos observar nos capítulos anteriores. Vimos também que o *Jornal O Vizinho* consolidou-se na produção de um jornalismo científico e comunitário, na interação do local em constante diálogo com o global, na especialização do jornalismo ambiental, na interação com o mundo virtual e a prática da cibercidadania, independência de governos, apoio comunitário etc. Como acontece com qualquer posicionamento, a preferência editorial ambientalista encontrou apoio e também resistência, nesse caso, particulares tensionamentos.

Observamos que Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente caminham juntos no jornalismo científico; assim as reportagens sobre a fluoretação publicadas no *Jornal O Vizinho* provocaram preocupações no meio político que acionou organismos municipais, estaduais e federais dos campos da saúde, ciência e tecnologia.

Os primeiros tensionamentos registrados ao longo da existência do *Jornal O Vizinho* são marcados justamente pelos temas abordados no campo do jornalismo científico/ambientalista. Exatamente no período em que se tornava público e notório

o posicionamento ambientalista do *Jornal O Vizinho* uma publicação no *Jornal A Notícia* (Anexo 11) provocou o seguinte editorial no *Jornal O Vizinho* (edição 474) veiculado nas dez regiões, ou seja, nos cem mil exemplares do veículo:

Tiranossauros iniciam ataques contra o jornal *O Vizinho* – Talvez, os que possam se sentir ‘atingidos’, ao saberem que *O Vizinho* se integra à Agência de Notícias Ambiente 21, da International Global Waters Coalition (IGWC), e que as matérias de denúncias ambientais publicadas aqui podem ganhar repercussão mundial em países como USA, Canadá, Portugal, Espanha, França, Inglaterra, Alemanha, África do Sul, Argentina, Uruguai, Paraguai e Nova Zelândia, queiram desacreditar este premiado veículo. (...) É..., a velha prática já superada se mantém com alguns **tiranossauros**.

A publicação feita pelo *Jornal A Notícia* fora interpretada pelos empreendedores do *Jornal O Vizinho* como declarada intenção de desacreditar ou desvalorizar o veículo. A reação provocou réplica privativa de diretor do *Jornal A Notícia*, mas nenhuma “retificação” pública naquele jornal. Em algumas edições posteriores do *Jornal O Vizinho*, o apoio da comunidade contra a publicação feita pelo *Jornal A Notícia*, foi registrado também no mesmo espaço de capa, a exemplo da edição 471:

Comunidades reagem: Manifestos de solidariedade ao Jornal O Vizinho – (...)Gostaria de me solidarizar com o utilíssimo meio de comunicação e dar um testemunho a respeito da utilidade do *Jornal O Vizinho* (...). Quero parabenizá-los pela perseverança e gostaria de partilhar com vocês a minha esperança de que a partir de agora começaremos a viver outros 500 anos no Brasil, onde o serviço à comunidade, gratuito e descomprometido com o poder opressor, seja menos tripudiado e possa ajudar a criar um país com justiça social e uma terra-sem-males, uma terra sem senhores e sem escravos. Um abraço, Gilberto Guilherme Boettcher – Presidente do CONSEG – Petrópolis.

Em abril de 2001, edição 383, o *Jornal O Vizinho* publicou matéria que fazia denúncia contra a maior fundição da América Latina. O assunto “**Areias de fundição: veneno puro**” foi destaque de capa, teve continuação na contra-cap

“Fundições poluem Joinville com areia contaminada”, e tema em editorial “O mau exemplo da Tupy”:

[...]Milhares de toneladas de areia de fundição têm sido utilizada como aterro em Joinville. Inúmeras casas, nos arredores da Fundação Tupy, têm a areia substituindo as calçadas, nos passeios. Segundo os moradores, é uma alternativa ‘excelente’, porque não nasce nenhuma praga (ervas daninhas). [...]centenas de toneladas de areia de fundição aterraram vários pontos da cidade, e as águas das chuvas, que lixiviaram e solubilizaram os elementos químicos poluentes, também foram parar no Rio Cachoeira. Ruas inteiras foram aterradas com estes dejetos industriais, facilmente visíveis, como na rua José S. Lopes, no Bairro Moinhos de Ventos[...].

Aqui um “grande susto” abala os empreendedores. Uma possível tentativa de homicídio ou de intimidação registra, sob a forma de um Boletim de Ocorrência policial, um dos extremos casos de tensionamento (Anexo 12). No histórico do referido documento assinado pela autoridade policial em 30 de abril de 2001, Bel. Zulmar Valverde da Silva, Delegado de Polícia e, atualmente também vereador:

COMPARECEU NESTA DELEGACIA DE POLÍCIA O SR. ALTAMIR ANTONIO ANDRADE, EDITOR DO JORNAL ‘O VIZINHO’ RELATANDONOS QUE NA EDIÇÃO 383 DE ABRIL DO CORRENTE ANO, NO REFERIDO JORNAL PUBLICOU UMA MATÉRIA REFERENTE A POLUIÇÃO AMBIENTAL, ONDE APARECE A AREIA USADA PELA FUNDIÇÃO TUPY COM GRANDE PODER DE POLUIÇÃO; QUE NA QUARTA-FERIA DIA 25 DE ABRIL ÀS 7:55HRS, RECEBEU A VISITA DO SR. GERT FISCHER, DIZENDO-SE GESTOR AMBIENTAL DA TUPY E INFORMANDO QUE O SR. FRANCISCO REITZ ESTARIA PROCESSANDO O EDITOR, SENDO QUE A SECRETÁRIA DO COMUNICANTE, DAIANE COUTO DA CUNHA, TESTEMUNHOU A REFERIDA VISITA. INFORMA O COMUNICANTE QUE NO SÁBADO DIA 28/04/01 POR VOLTA DAS 9:30HRS O COMUNICANTE RECEBEU UM TELEFONEMA ANÔNIMO DE VOZ MASCULINA, DIZENDO: ‘VAIS RECEBER O PRIMEIRO AVISO HOJE’, QUE NO MESMO DIA O COMUNICANTE VIAJANDO PARA BAL. CAMBORIÚ CONDUZINDO SUA CAMINHONETE CHEVROLET D20 E QUE QUANDO ESTAVA PRÓXIMO A BARRA VELHA, ESCUTOU UM ESTOURO E LOGO EM SEGUIDA SENTIU O VOLANTE DE SEU AUTOMÓVEL DESVIAR PARA O LADO, AO OLHAR CONSTATOU QUE UM GOL DE COR BRANCA 4 PORTAS, OCUPADO POR TRÊS HOMENS USANDO ÓCULOS ESCUROS SE ENCONTRAVA AO LADO ESQUERDO DE SEU VEÍCULO E QUE O VIDRO TRASEIRO DO LADO DO CARONA ESTAVA ABERTO E QUE HAVIA UM HOMEM SENTADO NO BANCO DE TRÁS, VIRADO DE FRENTE PARA O COMUNICANTE, DEIXANDO A IMPRESSÃO PELO MOVIMENTO DOS BRAÇOS DE QUE ESTAVA BAIXANDO UMA ARMA. QUE O PNEU TRASEIRO ESQUERDO ESTOUROU, FAZENDO O

COMUNICANTE PARAR O VEÍCULO ENQUANTO OS ELEMENTOS SEGUIRAM NORMALMENTE, NÃO DANDO TEMPO DE ANOTAR AS PLACAS DO REFERIDO VEÍCULO. RELATA O COMUNICANTE QUE ENCAMINHOU O PNEU PARA A EMPRESA MICHELON DVA PNEUS JOINVILLE A FIM DE QUE SEJA FEITA UMA PERÍCIA TÉCNICA NO MESMO. ERA O RELATO.

Apesar disso, essa pauta (areias de fundição) tem continuidade na edição 395, de julho de 2001. A matéria “Montanhas escondidas” complementava aquela que seria uma das mais precisas demonstrações da prática do jornalismo científico pelo *Jornal O Vizinho*. A matéria ganhou mais espaço na Internet com fotos exclusivas complementando-a e uma entrevista com um dos seus diretores (www.ovizinho.com.br/jor01/j0539503.htm). Como se pode ver, no conjunto das matérias e entrevista, a Fundação Tupy não explica onde está estocado o resíduo de areia desde o seu início de industrialização e se contradiz em vários pontos. Com base nas informações do diretor e no jornalismo investigativo e científico, o *Jornal O Vizinho*, edição 395, capa, faz a seguinte revelação não contestada pela empresa:

[...]Fazendo uma projeção hipotética e considerando os 63 anos de existência a produção média anual tivesse sido de 100 mil toneladas (46,1% da atual), a empresa teria produzido 3.150.000 m³ de areia se a densidade for de 2 T/m³. Isto daria para construir uma estrada ligando Joinville (SC) a Curitiba (PR), ou seja, com 130 km, largura de 10m e 2,4m de altura. Ou ainda, 37 prédios maciços de areia com base de 20 x 20m e altura do Morro Boa Vista, que segundo o IPPUJ tem 220m[...].

Em edição mais anterior – 391 -, o *Jornal O Vizinho* destaca na capa denúncia contra a indústria de Tecidos Dona Francisca S.A. por contaminar o Rio Mississipi. Na edição 464, de outubro de 2002, também com destaque de capa a manchete “**Indústrias jonvilenses são denunciadas mundialmente por agressão ao ambiente**”. Inúmeras outras edições se formataram fundamentadas no jornalismo científico e investigativo com repercussões nacionais e internacionais servindo de referência para publicações como o “Boletim da Biodiversidade Global (BBG)” que

em sua edição número um circulara em Joinville. Esse evento também recebeu destaque de capa na edição 464, do *Jornal O Vizinho*, que anunciava a parceria oficial com a Agência de Notícias Ambiente 21:

[...]Com a manchete “**Fundições de Joinville contaminam golfinhos na Baía Babitonga (SC)**”, o BBG denuncia, com destaque, a Fundação Tupy, Döhler e Tecidos Dona Francisca, empresas que também já foram alvo de denúncias ou reportagens ambientais em edições recentes do *Jornal O Vizinho*[...].

Essas matérias denúncias contra as empresas podem ter provocado mais reação das entidades e instituições que compõem o tecido social de poder da cidade. Na opinião dos empreendedores, a Universidade da Região de Joinville (Univille) e a Prefeitura Municipal de Joinville (PMJ), como retaliação, não reconhecem a existência do *Jornal O Vizinho* em documento oficial por elas elaborado, apesar de toda repercussão nacional e internacional do veículo já demonstrada até aqui. Na edição 450, de julho de 2002, com a manchete “Perfil Socioeconômico não é confiável”, o *Jornal O Vizinho* denuncia mais esse “desprezo”:

O Perfil Socioeconômico 2002 de Joinville faz uma radiografia não muito confiável da maior cidade do Estado de Santa Catarina. Não registra, por exemplo, a existência do *Jornal O Vizinho* no item ‘Veículos de Comunicação’, apesar do jornal existir há 11 anos e atingir 100 mil domicílios joinvilenses.

O documento oficial (Perfil Socioeconômico Joinville Edição 2002) foi patrocinado pela Associação Empresarial de Joinville (ACIJ), Associação de Joinville e Região da Pequena, Micro e Média Empresa (Ajoinpeme), Câmara de Dirigentes Lojistas de Joinville (CDL) e Associação de Comerciantes de Materiais de Construção de Joinville (Acomac), que nesta época formavam um bloco e união

política para assuntos considerados estratégicos e de interesse comuns denominado “Conselho das Entidades Representativas da Classe Empresarial”.

Citando Oliveira, ela defende também que não existe agente de transformação social no curto prazo, a não ser as guerras e as revoluções, mas que mesmo essas são precedidas de longos processos de luta. Vimos no capítulo anterior que através do jornalismo científico permite-se que um maior número possível de pessoas tenha acesso a informações que lhes afetam diretamente a vida, que têm efeitos políticos, econômicos, sociais e de saúde imperceptíveis às pessoas não informadas, a exemplo do tratamento de saúde massificada com a fluoretação que afeta diretamente o organismo pela ingestão compulsória de medicamento.

A repercussão local, estadual e nacional provocada por um jornal comunitário com perfil ambientalista que se aprofundara no campo do jornalismo científico com um tema polêmico e que arrasta consigo interesses econômicos fabulosos, pode também ter provocado a articulação do emaranhado político & econômico contra ele próprio. É a partir deste episódio que o tensionamento é fato consumado e oficialmente documentado por representantes daqueles que defendem o tratamento massificado de saúde pública, a fluoretação, transformando-se no segundo e mais marcante momento dessa relação tensionada em 15 anos de existência do *Jornal O Vizinho*.

Sabe-se que as pessoas empregam o discurso para fazer coisas como acusar, pedir desculpas, se apresentar etc. Nos veículos de comunicação não é diferente. De acordo com Rosalind Gill, no livro de Bauer e Gaskell, a linguagem não é simplesmente um meio neutro de refletir, ou descrever o mundo. O que observamos, no decorrer dessa análise, é a opção editorial do *Jornal O Vizinho* em

privilegiar espaços para os contrários ao tratamento e alguns tensionamentos sociais, políticos e econômicos provocado pelas matérias veiculadas. Em alguns momentos (dezenove vezes) tal tensionamento provocou a abordagem em editorial.

As articulações com organismos internacionais, as investidas editoriais e reportagens denúncias de crimes ambientais contra empresas de histórico poder econômico e político podem ter articulado campanhas e reações contra o *Jornal O Vizinho*. Agora, o setor de saúde pública de Joinville promove uma campanha oficial documentada (Anexo 13) para condenar o jornal por conta da veiculação da série de reportagens sobre a Fluoretação. O documento também foi distribuído para os diversos veículos de comunicação da cidade como posicionamento público oficial. Os órgãos oficiais responsáveis pelo referido documento são: Secretaria Municipal de Saúde e Conselho Municipal de Saúde.

A reação oficial aconteceu em outubro de 2005, quando a edição 583 era publicada, o que já acumulava 48 edições consecutivas com essa pauta como principal matéria (capa) do jornal. Outras 33 edições ainda foram publicadas com esse mesmo critério. Em 30 de março outro momento crítico do *Jornal O Vizinho*, na avaliação dos seus empreendedores. A Associação Empresarial de Joinville ACIJ em parceria com a UNIVILLE, lidera outra campanha contra o veículo e conta com o apoio de várias entidades, entre elas a própria Sociedade Joinvilense de Medicina (SJM) que teria sido em todo o histórico das reportagens sobre o flúor uma das entidades que mais veementemente se posicionara contra o tratamento com flúor. A empresa editora do jornal, associada há quase 15 anos da referida entidade mais representativa da empresarial, desliga-se do seu quadro associativo e reage. O documento oficial (Anexo 14) é tensionador:

A ACIJ-Saúde, em parceria com a Universidade da Região de Joinville (UNVILLE) e o seu Departamento de Odontologia, conclamou todas as entidades e seus responsáveis, atuantes nas áreas de odontologia, medicina, saneamento, meio ambiente e saúde pública no município de Joinville, para que ficassem cientes e atentos ao teor das publicações irresponsáveis que estão sendo veiculadas em nosso município, contrárias à adição de flúor na água de abastecimento público, nas quais estão sendo utilizados fragmentos de entrevistas concedidas por autoridades, completamente fora de contextos, buscando fazer com que se conclua que existem malefícios na adição de flúor à água, gerando insegurança na população e pondo a saúde pública em perigo.

Verifica-se, também, que os tensionamentos podem ser produzidos desde por uma piada a uma grave denúncia de crime ambiental, por exemplo, e que ambas são capazes de provocar reações de extrema violência por parte daqueles que se sentem ou são atingidos. O mais inusitado dos casos foi logo no início da criação do Jornal O Vizinho. Uma das piadas dos personagens Fritz e Frida, que protagonizava uma traição extra-conjugal da Frida, motivara um senhor, morador do bairro Anita Garibaldi a entrar na sede da empresa armado de revólver para tirar satisfação de “porquê o jornal estava fazendo piada com o que acontecia na sua vida particular?”. Segundo os empreendedores o fato marcadamente inusitado não teve registro policial porque ficara esclarecido tratar-se de uma infeliz coincidência de reprodução na vida real de uma obra de ficção. Esse caso foi lembrado em entrevista com os empreendedores.

Outra denúncia contra a empresa Hacasa Administração e Empreendimentos Imobiliários S/C Ltda., realizada na edição 521, revelava uma provável negociação escusa com o Joinville Esporte Clube - JEC, o Governo do Estado e a Assembléia Legislativa Catarinense. O Jornal O Vizinho sofrera, por essa denúncia, mais uma ação judicial, agora de Hacasa. A justiça embasara com a respectiva reportagem uma Ação Civil Pública contra os envolvidos obrigando-os a desfazerem o negócio e à devolução de um imóvel ao estado. Aqui também, principalmente por parte da

diretoria do JEC, houve reação contra o Jornal O Vizinho. Registramos esses dois últimos parágrafos mais para comentar inusitados resgatados em entrevistas durante a pesquisa.

4.1 Tensionamentos Editoriais

Na análise do discurso dos editoriais, espaços tradicionalmente reservados para a opinião do próprio veículo de comunicação, já na primeira edição da abordagem do tema, a previsão de que haveria tensionamentos produz a manchete “Nem sensacionalismo, nem pânico. Apenas jornalismo investigativo”. O primeiro parágrafo tem o seguinte enunciado:

Seremos acusados de fazer jornalismo sensacionalista ou de querer provocar pânico na população. Estarão enganados os acusadores. Após quase quatro meses de pesquisas e entrevistas, estamos convencidos de que a fluoretação praticada como tratamento da água que abastece Joinville deve ser, no mínimo, questionada (O Vizinho, edição 535).

É nesse espaço que o Jornal O Vizinho torna público as reações ao seu posicionamento de abrir espaços para os que são contra a fluoretação. Normalmente consome entre 1/4 e 1/3 de página. Como veremos, o grau de tensionamento em alguns momentos foi tão alto que esse espaço se ampliou para 1/2 e até 2/3 de página. Nove edições posteriores (edição 544) o editorial é novamente ocupado para comentar o ataque de autoridades em evento público, na Câmara de Vereadores de Joinville (CVJ), contra o veículo. A manchete é “O Vizinho tornou-se alvo de

autoridades”. Na edição 548 o mesmo espaço editorial aborda o acontecido na CVJ e reforça que “É preciso ouvir o outro lado”, ou seja, os que são contra o tratamento.

Com o título “População deve exigir posicionamento das autoridades” na edição 549, o jornal incita os leitores. Duas edições seguintes, o título “Joinvilenses julgam O Vizinho” revela o que se previra na primeira edição: “Sensacionalismo”, segundo o editorial da edição 551 é uma das qualificações do jornalismo que o veículo pratica e que “tentam classificar” o jornal. Na edição 553, percebe-se que o veículo está em rota de colisão conflitiva; então apela para o fundamento do jornalismo com a manchete “Sem o arejamento da informação, sociedade se esfacela”, e adverte seus leitores: “Aos que insistem em desacreditar nossas fontes, denúncias e alertas, vale lembrar que uma notícia não se proíbe. É a comunicação que ventila a sociedade”.

Na edição 556, o enunciado informa que o jornalismo prevê o anonimato de fontes (neste caso, por tratar-se de um odontólogo que se posicionara contra o tratamento): “Preservar a fonte é obrigação no jornalismo”. Volta o tema para o editorial na edição 562 enaltecendo o apoio da Sociedade Joinvilense de Medicina que também se posicionara contra o tratamento massificado; “Estímulo para priorizar o debate sobre a fluoretação”; e, na edição 573, ampliado em meia página, o editorial faz um “balanço” de um ano de abordagem sobre o tema: “Debate sobre fluoretação completa um ano n’O Vizinho”, e cita Alberto Dines: “O papel do jornalismo é a busca das circunstâncias. Sem investigar e expor circunstâncias, não se exercita o jornalismo”.

Com a edição 575 e a manchete editorial “Mundo Louco! Louca Aliança!”, o jornal ataca os políticos e cita Voltaire: “A política tem a sua fonte antes na

perversidade do que na grandeza do espírito humano” e reforça o ataque com outra citação, de Mão Tse-Tung: “A política é guerra sem derramamento de sangue”.

Na edição 583, o editorial valoriza mais uma vez o apoio de líder comunitário para as reportagens com a chamada “Persistência tem reconhecimento de leitores”. É na edição 585 que o editorial registra, ocupando extraordinária e novamente meia página, o posicionamento oficial da Secretaria Municipal de Saúde e do Conselho Municipal de Saúde sobre a questão. Nesse caso, o texto opinativo aumenta ainda mais a tensão entre o veículo e o poder público, pois revela a falsidade ou equívoco da Secretaria Municipal de Saúde contra o Jornal O Vizinho, reputando ser o veículo contra outro tratamento (químico), ou seja a clorificação da água. A manchete dessa edição é “Dinheiro público pode ser gasto para desacreditar jornal”. Já na edição seguinte, mais meia página é ocupada pelo editorial, agora para demonstrar a “defesa” do veículo pelo Governo do Estado de Santa Catarina que lhe concedera a homenagem “Pauta de Mérito”, enquanto o poder público municipal articulava campanha pública contra o jornal. Além do espaço ocupar quase 2/3 da página, o título também é extenso: “Jornal panfletário é homenageado pelo Governo do Estado de Santa Catarina, mas prefeitura de Joinville quer intimidar o mesmo veículo”.

Na edição 587, com a interrogação “Prefeito e secretária da saúde estão mal intencionados?” o espaço editorial tem endereço pessoal certo para atingir: o prefeito e a secretária municipal de saúde, Marco Antônio Tebaldi e Mariléia Machado Gastaldi Lopes, respectivamente. Na edição seguinte (588), o mesmo espaço ocupa meia página, agora para registrar apoio de leitores ao jornal com a manchete “Jornalismo que não incomoda é publicitário”. Destaca aqui a manifestação de leitor de Curitiba (PR). Na edição 589, a chamada editorial “Flúor

da água fornecida pela CAJ pode estar provocando alucinações em autoridades joinvilenses”, o Jornal O Vizinho ironiza o posicionamento do poder executivo municipal e denuncia mais uma vez o gasto com verba pública para uma campanha de “difamação contra o veículo”. No mesmo espaço, também extraordinariamente com meia página, confronta o posicionamento oficial com pedidos de leitores para que o Jornal O Vizinho continue abordando o tema.

O espaço volta ao flúor com o tamanho normal na edição 591 denunciando que “Grandes interesses financiam sistema de crença contestado por cientistas” e na edição 597, com o título “ACIJ ataca associada”, registra outro marcante tensionamento, por conta da maior entidade representativa da classe empresarial de Santa Catarina ter tornado público um documento assinado também por várias outras entidades, qualificando de “irresponsáveis” as matérias produzidas pelo Jornal O Vizinho. É neste episódio que a empresa editora se desliga oficialmente do quadro associativo da entidade, em represália.

Na edição 599, de novo com meia página, o veículo ironiza a ACIJ com a manchete “Entre o CAEAT e a ACIJ a escolha é fácil” e no seu conteúdo afirma que “(...)O Vizinho é, primeiramente, um veículo de comunicação social, e não um defensor dos interesses capitalistas”, e revela que o documento divulgado pela ACIJ está ultrapassado com estudo de 2001, enquanto o do Conselho de Altos Estudos e Avaliação Tecnológica – CAEAT, do Congresso Nacional, é atual, de 2005. “Aqui o poder público faz escola ao privado”, parece ironizar, mais uma vez.

O que se percebe é que poder público e econômico, também nesse episódio da fluoretação, estão unidos contra o Jornal O Vizinho. Na questão política e econômica, segundo Fernandes “...muitos jornais recebem pagamento fixo mensal de prefeituras para garantir a publicação de matérias...”, não se confirma com o perfil

de O Vizinho. Verificamos que durante o período das 81 matérias com o flúor, apenas seis edições (545, 565, 591, 600 e 601) tiveram anúncios de órgãos públicos. Um deles (545) da CASAN, que na época era quem detinha a concessão pública de gerir a água na cidade (atualmente é a Cia Águas de Joinville, empresa pública de economia mista e municipal).

A pesquisa confirmou que o veículo não tem dependência financeira de órgãos públicos e sobrevive economicamente de anúncios e patrocínios privados, apresentando aparente liberdade editorial. Além disso, percebe-se que os tensionamentos provocados contra o veículo parecem ter servido de estímulo para que o mesmo continuasse ou ampliasse as abordagens sobre os temas conflitantes.

A última intervenção editorial sobre o tema é na edição 600, agora com mais de meia página; é quando o veículo faz um balanço da existência do jornal e os tensionamentos provocados com os poderes políticos e econômicos que defendem a fluoretação:

Conforme optamos, nossa análise se delimitou às manchetes dos editoriais do Jornal O Vizinho, pois percebemos ter sido justamente nesses espaços que o veículo mais precisamente revelava seus dramas conflitivos por causa dos tensionamentos provocados pela opção de abordar com prioridade e destacadamente esse tratamento de saúde pública que obriga todos os joinvilenses e quase a totalidade dos brasileiros à ingestão de remédio. Como se viu, há muito campo para futuras análises.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa tem suas bases num percurso histórico do jornalismo no Brasil para uma contextualização do jornalismo comunitário e científico. A análise de um veículo de comunicação social impresso com foco na comunidade e prioridade editorial para o meio ambiente, como prática do jornalismo científico, nos permitiu verificar desdobramentos com diversos níveis de tensão entre o veículo, a sociedade civil e os poderes políticos e econômicos.

Observamos, logo no início da pesquisa, que o informativo empresarial da Kaizen nasceu como negócio e caminhou para a consolidação como veículo de comunicação social. As duas vertentes (comunitária e ambientalista) são marcantes no veículo, o que até certo ponto pode ser, no mínimo, curioso. Deve-se ressaltar a longa caminhada e luta de estar no mercado por quase 17 anos. Com esse foco e com tantos tensionamentos e reações contrárias de entidades que constroem poderosa força política e econômica, é um forte indicador da liberdade editorial do veículo. Quando Fernandes afirma que “muitos jornais recebem pagamento fixo mensal de prefeituras que comprometem sua autonomia editorial”, constatamos nas mais de 600 edições pesquisadas do Jornal O Vizinho ser este veículo um dos pequenos jornais com liberdade editorial.

Verificamos também que a marca mais registrada do compromisso comunitário está nas entrevistas destacadas com moradores dos bairros. Esses personagens ocupam espaço de capa por causa dos seus comprometimentos

sociais, comunitários, filantrópicos, culturais etc com as comunidades onde vivem. Essas características confirmam Pereira quando ele afirma que os jornais, em passado recente sempre viveram em função da política e dos partidos e por isso tinham fracas tiragens. O Jornal O Vizinho, como conferimos, tem cobertura de praticamente 100% da maior cidade do estado de Santa Catarina; é distribuído gratuitamente de porta-em-porta em 100.000 domicílios e na edição 636 anuncia que a partir de dezembro de 2007, amplia para 150.000 domicílios cobrindo toda a área urbana e rural de Joinville e também os municípios vizinhos de Araquari e Garuva.

O estudo confirma o prestígio do veículo também junto às autoridades locais e estaduais ao ponto de transformar-se em documento com força para impedir ações políticas duvidosas ou merecedoras de reflexões mais atualizadas. Particularmente, a fluoretação, insistentemente abordada, também permite constatar que mesmo um pequeno jornal, comunitário é capaz de provocar tensionamentos os mais diversos. E também confirma que mesmo num pequeno veículo de comunicação social a prática do jornalismo científico é possível e pode atender anseios da sociedade desejosa dessa abordagem como demonstraram as pesquisas apresentadas ao longo do estudo e análise.

Mais de quarenta anos depois da aplicação da lei o tema fluoretação tem sido pouco discutido, se o posicionamento for contrário. Já a defesa do mesmo é ampla em eventos públicos e privados. O veículo de comunicação social impresso pesquisado fez a opção de revelar prioritariamente em suas páginas opiniões de especialistas mundiais e nacionais contrários ao tratamento. Notadamente, os tensionamentos verificados provocaram, em alguns momentos, reações de violência.

Entre as várias denúncias de crimes ambientais reveladas pelo jornal, o episódio com a Tupy Fundições S.A. instiga à possibilidade de outra pesquisa nas relações de violência entre veículos de comunicação e poderes constituídos. Já no caso específico da fluoretação, tem-se revelada a união de várias forças, política e economicamente poderosas, contra o pequeno jornal.

Do percurso de um empreendimento para a constituição de um veículo de comunicação social, tem-se na pesquisa também o registro de uma evolução empreendedora que Dines (1996, pág. 108) reconhece como fundamental manter inviolável o compromisso com a verdade para que o veículo ganhe prestígio e seja aceito:

[...]pode-se montar uma empresa economicamente lucrativa sob um jornal independente e vigoroso. Aliás, a empresa só chega a ter força e a produzir lucro depois de uma fase em que o jornal, sendo pequeno, adota um comportamento livre e firme. Graças, justamente, à sua independência e determinação, é que o jornal se torna respeitado e influente. Neste momento, começam as complicações geradas pelos grandes interesses em jogo. Ou apetites.

O que se evidencia no transcorrer das 81 publicações sobre o tema de saúde pública massificada para o suposto tratamento/prevenção da cárie dentária com a adição de compostos de flúor nas águas que são servidas à população, é que o Jornal O Vizinho revela afirmações insistentes de especialistas e autoridades dos mais diversos setores, a questão, no mínimo, anti-ética da medida pública.

Confere-se também a prática do enunciado teórico de sua missão, ser um “Jornal panfletário a serviço da comunidade e defesa do ambiente”. Como prevê Dines, “sua independência e determinação” o tornaram um veículo respeitado e influente, a ponto de provocar reações no Congresso Nacional. Como consequência, “as complicações geradas pelos grandes interesses em jogo. Ou apetites”, os tensionamentos objetos desse nosso estudo.

BIBLIOGRAFIA

- BAUER, Martin W. ; GASKELL, George. Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som – Um manual Prático. 2ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2003
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti; KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação e Meio Ambiente. Coleção Intercon nº 5. São Bernardo do Campo: IMS 1996.
- DINES, Alberto. O Papel do Jornal – Uma releitura. 6ª ed. São Paulo: Summus, 1996
- FERNANDES, Mario Luiz. A Força do Jornal do Interior. Itajaí: UNIVALI, 2003
- GUIMARÃES, Eduardo. Produção e Circulação do Conhecimento (Estado, Mídia, Sociedade).Campinas: Pontes Editores, 2001
- HALBWACHS, Maurice. A Memória Coletiva. São Paulo: Vértice, 1990
- IMAI, Masaaki. Kaizen – A Estratégia para o Sucesso Competitivo. 3ª ed. São Paulo: IMAM, 1990.
- HARDT, Michael; NEGRE, Antonio. Império. 3ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2001
- IIDA, Itiro. Pequena e Média Empresa no Japão. 2ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1986
- LEIRIA, Jerônimo Souto. Terceirização. 5ª ed. Porto Alegre: Sagra – DC Luzzatto, 1992
- LERNER, Walter. Organização Participativa – Como a Empresa Brasileira Pode Enfrentar Esse Desafio. São Paulo: Nobel, 1991
- LEVINSON, Jay Conrad. Marketing de Guerrilha – Táticas e armas para obter grandes lucros com pequenas e médias empresas. 5ª ed. São Paulo: Best Seller, 1989
- MELO, José Marques de. Jornalismo Brasileiro. Porto Alegre: Sulina, 2003
- OLIVEIRA, Fabíola de. Jornalismo Científico. São Paulo: Contexto, 2002
- PEREIRA, Moacir. Imprensa & Poder – A comunicação em Santa Catarina. Florianópolis: Lunardelli, 1992
- PETERS, Tom. Prosperando no Caos. São Paulo: Harbra, 1989
- RÜDIGER, Francisco R. Comunicação e Teoria Social Moderna. Porto Alegre: ênix, 1995
- SODRÉ, Nelson Werneck. História da Imprensa no Brasil. 4ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999

HARGER, Carmem Silvia (Organizadora). Perfil Socioeconômico Joinville Edição 2002. Joinville, SC: Univille, 2002

TOFFLER, Alvin. A Terceira Onda – A Morte do Industrialismo e o Nascimento de uma nova Civilização. 12ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1980

TRAMONTE, Cristiana; SOUZA, Marcio Vieira. A Comunicação na Aldeia Global – Cidadãos do planeta face à explosão dos meios de comunicação. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

VEREDAS / Revista do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade de Marília. São Paulo: Unimar, 2004

Pessoas entrevistadas:

CARVALHO, Fabiane. Entrevista. Setembro e outubro de 2007

MAZOTTO, Jorge Luiz. Setembro e Outubro de 2007

Jornais Pesquisados:

Jornal O Vizinho. Joinville: edições 001 a 636 de abril de 1991 a novembro de 2007

ANEXOS

Anexo 1 – Edição 001 do Jornal O Vizinho

Anexo 2 – Edição 014 do Jornal O Vizinho

Anexo 3 – Certificado Prêmio Talentos Empreendedores

Anexo 4 – Certificado Menção Honrosa Nacional

Anexo 5 – Logomarca verde ícone ambientalista

Anexo 6 – Edição 500 do Jornal O Vizinho

Anexo 7 - Jornal O Vizinho formato tablóide e páginas coloridas

Anexo 8 – Relatório de estudo do CAEAT (31 folhas)

Anexo 9 – Ação de Deputado Catarinense (10 folhas)

Anexo 10 – Edições Originais 535 a 616 Jornal O Vizinho (81 folhas)

Anexo 11 – Recorte do Jornal A Notícia

Anexo 12 – Boletim de Ocorrência Policial

Anexo 13 – Documentos da Secretaria Municipal de Saúde (13 folhas)

Anexo 14 – Documento da ACIJ (3 folhas)