

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

JADER LUCIANO SILVA DE MORAES

FAVELA.COM:
UM RETRATO DO JORNALISMO COMUNITÁRIO CARIOCA NA ERA DIGITAL

NITERÓI

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

JADER LUCIANO SILVA DE MORAES

FAVELA.COM:

UM RETRATO DO JORNALISMO COMUNITÁRIO CARIOCA NA ERA DIGITAL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

ORIENTADORA: Prof. Ana Lúcia Enne

NITERÓI

2014

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá

M827 Moraes, Jader Luciano Silva de.
Favela.com : um retrato do jornalismo comunitário carioca na era digital / Jader Luciano Silva de Moraes. – 2014.
131 f. : il.
Orientadora: Ana Lúcia Enne.
Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2014.
Bibliografia: f. 107-112.
1. Jornalismo. 2. Favela. 3. Rio de Janeiro (RJ). 4. Jornalismo eletrônico. 5. Tecnologia da informação. 6. Comunicação. I. Enne, Ana Lúcia Silva. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. III. Título.

JADER LUCIANO SILVA DE MORAES

FAVELA.COM:

UM RETRATO DO JORNALISMO COMUNITÁRIO CARIOCA NA ERA DIGITAL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Aprovada em 25 de abril de 2003.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Ana Lucia Enne (orientadora)
UFF – Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Dênis de Moraes
UFF – Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Kleber Mendonça
UFF – Universidade Federal Fluminense

Profa. Dra. Silvia Ramos de Souza
Universidade Cândido Mendes

AGRADECIMENTOS

Aos que se detêm nesta página de agradecimentos, asseguro que tentarei ser breve. Mas chegar até aqui costuma ser o passo final de um caminho que, se de um lado é extenuante, de outro é imensamente rico. Então vem aquela vontade imensa de escrever, escrever, escrever e desfraldar nestas linhas todo o sentimento de gratidão às vezes contido ao longo deste processo.

Este caminho, cabe destacar, não se resume ao dia que entrei no curso de Mestrado em Comunicação na Universidade Federal Fluminense. É, antes, um ciclo que se iniciou anteriormente – quando cheguei ao Rio de Janeiro e me deparei com a realidade que retrato nas próximas páginas – e que se simbolicamente se encerra com a entrega deste estudo. Para se iniciarem outros ciclos...

Primeiro, à minha família, que me encorajou e compreendeu minhas repetidas ausências em todo este tempo. À Bia, especialmente, que me deu forças, aturou minha impaciência e exaustão, meus piores momentos, e me empurrou. Ela, que é minha constante inspiração. Obrigado!

Aos meus amigos queridos e essenciais. Neste momento, quero fazer referência especial àqueles que, sobretudo compartilhando das dores e alegrias do trabalho na Secretaria de Direitos Humanos, me acolheram neste lugar, me ensinaram os caminhos e descaminhos desta cidade louca e apaixonante, me ajudaram a amadurecer para chegar até aqui. Valeu!

Ao Borel e tudo o que essa gente representa para minha vida. Mil obrigados! O Jader que aparece nas próximas páginas só se tornou real graças a vocês!

Ao Leandro, Flávio, Michelle, Marcos e todos do FaveladaRocinha.Com. Não sei se fiz um trabalho à altura do que vocês representam, mas sou muito agradecido por me auxiliarem nessa construção. Contem comigo daqui por diante!

Gizele, Igor, Renê, Glaucoln e todos os atores da comunicação comunitária que colaboraram de alguma forma, seja nos diálogos que travamos, seja nas experiências que aprendi, para a compreensão deste quadro complexo e dinâmico. Também àqueles com quem nunca troquei uma palavra, mas que – presentes na rede ou por meio de seus estudos – foram igualmente importantes neste meu mergulho.

Obrigado Ana Lucia Enne por toda sua sabedoria, todo seu zelo, por todo o aprendizado. Era um sonho e foi uma honra ter você comigo neste caminho.

Obrigado, Dênis de Moraes e Kleber Mendonça! Vocês foram muito generosos e fundamentais para o que temos agora em mãos. Espero que, nas páginas a seguir, possam ver contemplados todos os apontamentos que fizeram no meio dessa jornada.

Silvia Ramos, talvez você não se recorde, mas foi a grande propulsora para que eu entrasse nesse caminho. Meus profundos agradecimentos, és responsável por tudo isso!

Da mesma forma, Fernanda Cupolillo, minha amiga, professora e mestre! Obrigado, querida, por toda a força e por ter acreditado desde lá no princípio!

Enfim, obrigado meu Deus, pois às vezes só em ti encontrei força!

E, como escrevi naquele 16 de novembro de 2011, quando lá estava meu nome na lista dos aprovados para esta loucura em que me meti: obrigado a todos os que torceram, rezaram, cruzaram os dedos. É tudo nosso!

A dor da gente
não sai no jornal
(Chico Buarque, Notícia de Jornal)

Favela,ô
Favela que me viu nascer
Só quem te conhece por dentro
Pode te entender
(Arlindo Cruz, Favela)

RESUMO

Este início de século vê o surgimento de veículos comunitários amplamente apoiados nas novas tecnologias de comunicação para sua propagação e consolidação. O estudo pretende descobrir por quais transformações passa o jornalismo comunitário neste cenário: a ampliação do público leitor, proporcionada pela internet, altera as formas de produção deste jornalismo? A partir dessa questão, e com a análise de veículos comunitários contemporâneos, especialmente o site FaveladaRocinha.com, o trabalho quer entender como o jornalismo popular emergente via novas tecnologias tem transformado os modos de se fazer imprensa popular hoje no Rio de Janeiro.

Palavras-chave: Comunicação popular; Jornalismo Comunitário; Favela; Novas Tecnologias de Informação e Comunicação.

ABSTRACT

This new century have seen the emergence of community vehicles, propagated and consolidated by the new communication technologies. This study's goal is to research the community communication's transformations in this scenario: does the expansion of the readers, due to internet, changes the form of journalistic production? By analyzing this question as well as contemporary communication vehicles such as the FaveladaRocinha.com website, this dissertation intends to understand how the emerging popular journalism is shifting the work of the common press nowadays in Rio de Janeiro.

Keywords: Popular Communication; Community Journalism; Favela; New Technologies of Information and Communication.

SUMÁRIO

CAPÍTULO ZERO	10
INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO 1 - O POPULAR E A HISTÓRIA	17
1.1. Comunicação e Cultura Popular.....	17
1.2. Pensando a América latina.....	21
1.3. O Brasil: da imprensa sindical ao jornalismo comunitário.....	26
1.4. Comunicação Popular Hoje.....	31
CAPÍTULO 2 - A GLOBALIZAÇÃO POSSÍVEL	38
2.1. Pensando a comunidade.....	38
2.2. Considerações sobre o local e o global.....	43
2.2.1. Um breve mergulho na favela.....	46
2.3. O uso massivo das novas tecnologias e o afrouxamento das barreiras.....	56
2.4. As vozes da comunidade.....	60
CAPÍTULO 3 - ROCINHA.COM.....	67
3.1. “Concorrente paralelo da imprensa”.....	68
3.2. “Longe de mim querer decidir as coisas”.....	82
3.3. “Agora eles vão me ouvir”.....	84
3.4. “Quer conhecer mesmo? Lê aqui!”.....	91
3.5. “Odeio ser político”.....	96
CONCLUSÃO.....	103
BIBLIOGRAFIA	108

CAPÍTULO ZERO

Não acredito na diluição do autor ou na imanência do texto. Toda narrativa tem um narrador, que desenvolve a narração a partir de seu olhar sobre mundo, do qual faz parte, e do objeto particular de seu conto. Apresento-me, então.

Eu sou Jader Moraes, o narrador. Jornalista, 26 anos, cidadão fluminense. Nascido e criado na periferia de Volta Redonda, interior do estado, engajado desde cedo nas Comunidades Eclesiais de Base, ligadas à face mais popular da igreja católica, e também em outros movimentos sociais, inclusive em comitês para a democratização da comunicação e mídia livre, além de algumas poucas experiências com comunicação comunitária propriamente dita. No Rio desde 2011, conheço parte considerável das favelas da cidade e dos atores que compõem estes territórios por ter atuado por longo período pela Secretaria de Estado de Assistência Social e Direitos Humanos nas favelas ocupadas militarmente pelas Unidades de Polícia Pacificadora, do Governo do Estado do Rio de Janeiro.

E por que faço esse resumo de minha trajetória – pessoal e profissional – na abertura deste trabalho? Justamente por querer partir do reconhecimento de que não é possível uma representação do outro que não seja “contaminada” em absoluto pelo olhar de quem constrói esse retrato. Quando falo do outro, como me proponho a fazer neste trabalho, na verdade narro o que se dá no encontro entre o eu e o outro, e não a realidade do outro pura e simplesmente.

No campo da comunicação, especialmente, o lugar retórico do autor como leitor objetivo do mundo frequentemente é usado como artifício para legitimar a autoridade de fala. O esforço do jornalista é tornar-se sujeito oculto, a tal ponto que o seu público veja “a verdade como ela é”, sem a mínima interferência do sujeito que conta – como se isso fosse possível. É muito custoso para o jornalismo admitir a construção inclusiva, que substitui o falar *do* mundo por falar *no* mundo, pois ela implica admitir que o enunciador está no enunciado; admitir que quando eu falo do outro, estou falando também do eu; que o mundo que se quer narrar é o mesmo mundo em que se está inserido; e que todos esses atravessamentos emergem na narrativa.

Naturalmente, emergirão aqui, no trabalho que se segue. Tenho a companhia de uma orientadora e também de ao menos uma dúzia de autores em que me apoio para analisar a

realidade que tornei objeto do meu estudo. Mas claro que meu olhar também emerge, e – se parece óbvio todo esse meu preâmbulo – compreendo ser necessário afastar logo por princípio esse ideal falso e inalcançável de isenção absoluta sobre o objeto narrado. Admitir que se fala *no* mundo, e não apenas *do* mundo, o que supõe o atravessamento deste paradigma científico de exclusão, em que o escritor/pesquisador analisa à distância o objeto narrado/pesquisado.

Por fim, gostaria de mencionar Paul Ricouer para lembrar o papel fundamental do leitor – também com seu olhar particular – para a obra. A operação mimética da forma proposta pelo filósofo revela a existência de três mundos, ligados e interdependentes, portanto não hierarquizados: na mimese I está o autor e seu universo; na segunda mimese, a obra; e na terceira, o leitor. É na interação entre os três universos que se constitui a narrativa, objeto principal dos estudos do filósofo.

Partindo desse pressuposto, é possível chegar à conclusão de que uma obra é fruto tanto de uma construção semiótica, mas também de uma tarefa hermenêutica. Ou seja, autor e leitor atuam decisivamente na tessitura desta narrativa. Não é possível obra sem autor ou leitor, nem mesmo “leitor autônomo”, como sugerem alguns entusiastas das novas tecnologias da informação. O que, para mim, significa dizer que você, a quem agradeço a leitura deste trabalho, também é co-autor desta obra, na medida em que a enunciação é a atividade de quem fala e também de quem escuta; que é no sujeito que lê que a obra se realiza; que existe uma “relação interlocutiva” em toda narrativa; que, enfim, é o leitor, junto com o autor, que dá sentido à enunciação.

Vamos juntos nas próximas páginas olhar para esse universo que aqui se transformou em objeto e descobrir o que ele tem a dizer para nós.

INTRODUÇÃO

Pode o subalterno falar?, questiona a escritora indiana Gayatri Spivak em um de seus mais conhecidos textos. Também Paulo Freire, o educador brasileiro, formula questões sobre a possibilidade de fala dos setores oprimidos da sociedade em diversas de suas obras. Em diferentes tempos, diferentes contextos e realidades históricas, tem-se apresentado respostas positivas a essas formulações: os subalternos não só falam como criam seus próprios espaços para se comunicarem com as parcelas da sociedade com que consideram importante dialogar.

Por que, então, discutir as expressões de comunicação das classes populares ainda hoje? Não estaria essa questão já suficientemente discutida na literatura das ciências humanas e ciências sociais aplicadas ao longo das últimas décadas? A questão de fato não é nova, mas a particularidade deste momento talvez resida no fato de que, mais do que nunca, as vozes subalternas constroem seus próprios discursos e narrativas de mundo, e tais vozes potencialmente têm o poder de entrar em mais ambientes que em qualquer outro momento histórico já vivenciado.

O jornalismo praticado no interior das comunidades¹ ao longo das últimas décadas e especialmente a partir deste início de século, com recursos próprios e métodos quase caseiros de feitura, são um indicativo importante da multiplicidade e abrangência dessas vozes marginais, que hoje ocupam o centro de muitas narrativas sobre o cotidiano das cidades brasileiras.

Sem deixar de considerar a importância dos veículos populares e comunitários com formato tradicional (jornais impressos e transmissões radiofônicas) na história recente da comunicação brasileira; e mais que isso, reconhecendo-os como fundamental para o quadro plural da comunicação popular hoje; este estudo pretende concentrar-se sobre uma nova parcela de veículos surgidos neste início de século, a partir da explosão das novas tecnologias de comunicação e informação. São blogs, sites, portais e perfis em redes sociais construídos

¹ Para além das comunidades de periferia, que são o centro deste estudo, queremos pensar em *comunidades* no sentido do que propõe Boaventura de Souza Santos e outros autores dedicados às discussões sobre as aparentes contradições entre o global e o local: uma comunidade enquanto lugar de resistência. Nos termos utilizados por Raquel de Paiva, bastante centrados no cenário contemporâneo, não se pode pensar em comunidades hoje sem “necessariamente aportar numa postura política”, pois a comunidade representa uma possibilidade de transformação sócio-cultural para os excluídos pelo processo de globalização (PAIVA, 1998, p. 37). Tal definição será melhor discutida no segundo capítulo deste estudo.

por atores locais que hoje, mais do que em qualquer outro momento, produzem e reproduzem histórias locais para uma infinidade de leitores, de diversas partes do globo.

Assim, este início de século vê o surgimento de veículos comunitários amplamente apoiados na plataforma digital para sua propagação e consolidação. Este contexto evidencia um processo de profunda transformação na forma de produção de tal jornalismo: se antes, o alcance noticiário estava restrito aos moradores de determinada comunidade da qual (e de onde) se falava, as redes sociais digitais propiciam um aumento vertiginoso no número de leitores e uma readequação dos veículos comunitários para dialogar com este público – mais amplo, diverso e muitas vezes estranho ao cenário cotidiano daquela comunidade. Em resumo, o jornalismo comunitário deixa de ser apenas veículo interno e se transforma em meio de projeção da cultura local para o mundo

A World Wide Web situa-se no vértice de um emaranhado de circuitos infoeletrônicos que conectam o global e o local em um tempo-espço não-linear e instantâneo (...) A teia gigantesca desfaz pontos fixos ou limites predeterminados para o tráfego de dados e imagens; não há centro nem periferia, e sim entrelaçamentos de percursos. As fronteiras entre quem emite e quem recebe podem tornar-se fluidas e instáveis. (MORAES, 2008, p.)

O Rio de Janeiro, especialmente, passa por um momento singular. Ao mesmo tempo em que se verifica o aumento de veículos comerciais falando da periferia, nas favelas da cidade vê-se o nascimento de jornais e blogs em que os moradores colocam na pauta do dia questões que eles mesmos consideram importantes e notícias sobre um viés diferente do encontrado comumente na imprensa. Se não é um movimento absolutamente novo, o uso criativo e intenso das novas tecnologias confere particularidades a este momento.

Outro detalhe particulariza esse novo jornalismo comunitário, em contraposição aos veículos de outros momentos históricos: as iniciativas são protagonizadas em sua maioria por jovens, muitos não oriundos dos movimentos sociais tradicionais, embora alinhados – em menor ou maior grau – com as causas populares e as lutas sociais locais. Neste contexto, embora de fato se constituam como alternativa aos veículos considerados hegemônicos, acusados de representarem as periferias a partir de uma visão “estereotipada”, se diferenciam em relação ao modelo de jornalismo comunitário historicamente predominante por não assumirem um posicionamento de combate frontal aos veículos que possuem hegemonia discursiva.

Partindo da observação deste novo cenário, o estudo pretende investigar **por quais transformações passa o jornalismo comunitário neste contexto**. O que se acredita e,

portanto, busca-se desvendar é se a ampliação do público, proporcionada pela internet, altera as formas de produção do jornalismo comunitário. Em panorama mais amplo, o trabalho busca entender como o jornalismo popular emergente via novas tecnologias tem transformado os modos de se fazer imprensa popular no Brasil, em especial no Rio de Janeiro.

Para isso, serão analisadas a trajetória e as narrativas presentes em um conjunto de veículos comunitários que surgem no contexto das novas tecnologias em diferentes comunidades do Rio. A partir de um mapeamento e entrevistas iniciais com diferentes atores que protagonizam este momento, o estudo propõe um exercício etnográfico que acompanhe o dia a dia de um veículo comunitário representativo do cenário atual – nossa opção foi pelo site *FaveladaRocinha.com*, da favela homônima localizada na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro.

Os métodos utilizados, aliados a uma metodologia teórica com autores e pesquisadores importantes para o campo de comunicação e das ciências sociais, objetivam buscar compreender quem são os atores que estão construindo um novo modo de fazer jornalismo comunitário no Rio de Janeiro, quais as mutações estão evidenciadas neste novo modelo e que tipo de inserção estes veículos possuem nas comunidades em quem atuam. Com essas questões delineadas, o trabalho a seguir pode se tornar uma contribuição para se compreender o quadro atual da comunicação popular e comunitária carioca – e as novas e antigas lutas que são travadas nestes canais.

A Estrutura

Para melhor abordagem da gama de assuntos propostos, este estudo é dividido em três capítulos, além dos anexos com os materiais mais relevantes colhidos durante a análise da narrativa e as entrevistas com os atores.

No primeiro capítulo, o trabalho apresenta um breve panorama da história da imprensa popular, desde os primeiros jornais de que se têm registro até os atuais veículos brasileiros. À luz de Jesus Martin-Barbero, é desenhado o quadro da comunicação popular como um fenômeno, embora mundial, que ganha força na América Latina no último século com a explosão e a legitimação de formas diferentes de expressão da cultura popular em diversos países deste continente. De forma mais específica, neste primeiro momento também é realizada uma nova leitura dos veículos contra-hegemônicos surgidos no Brasil a partir da

década de 50, em especial dos jornais ligados a sindicatos, movimentos populares e comunidades periféricas.

Na sequência, no segundo capítulo, entram em cena aspectos importantes sobre a globalização e o uso das novas tecnologias da comunicação e informação. Partindo de uma miríade de iniciativas comunicacionais contemporâneas nas favelas cariocas, e auxiliado pela leitura de Nestor Garcia Canclini, de Manuel Castells e do geógrafo Milton Santos, este capítulo ajuda a compreender o cenário atual dos veículos populares e as conexões deste com outros fenômenos, não só comunicacionais, emergentes nesta era pós-moderna. Também aqui, através de uma série de entrevistas e recortes diversos, ganham destaque as “parecenças” dos diferentes veículos da cena comunitária atual, expressas, sobretudo, no protagonismo juvenil e na forte presença tecnológica.

Por fim, o terceiro capítulo propõe um mergulho no dia a dia do portal *FaveladaRocinha.com*. O *FaveladaRocinha* existe desde 2008 e ganhou notoriedade com a ocupação das tropas militares do Estado à comunidade da Zona Sul, em novembro de 2011. O veículo foi idealizado pelo estudante de jornalismo Leandro Lima e conta com uma equipe de aproximadamente dez pessoas, que participam de todo o processo de redação e cobrem os principais acontecimentos da comunidade. A organização também promove eventos e um de seus principais objetivos, descrito no próprio site, é atuar na promoção da “cultura regional, artistas locais e eventos culturais”. A escolha deste veículo para o estudo, e não de outros com perfis semelhantes, partiu da compreensão de que traria elementos potenciais para uma discussão que não se restringisse à experiência exclusiva do veículo – com vários elementos que enxergamos, tanto por meio da experiência empírica, das entrevistas preliminares e também da leitura da bibliografia contemporânea, que também estão presentes em muitos outros veículos comunitários atuais. Além disso, algumas condições concretas, como o bom diálogo já iniciado com a equipe do site e sua receptividade para a realização de tal pesquisa, também foram fatores considerados para esta decisão.

A partir de entrevistas e de um trabalho etnográfico de ida a campo e diálogo com os atores responsáveis, procura-se entender “por dentro” como é produzido o jornalismo comunitário hoje, com as interferências e interlocuções com as novas tecnologias da informação e o novo público advindo dessas tecnologias. O trabalho, nesta sua fase final, pretende apresentar essa novidade que é o jornalismo comunitário com viés tecnológico e a forma com que se configura em campo, no território em que vive e atua. Mais que formular

teorias ou análises conceituais, queremos contar as novidades, os limites, as mazelas, os problemas e toda a potência dessa nova forma de significar e dar significação ao mundo em que se vive.

O Credo

Diante de todo o exposto, *acreditamos* que estudar os novos veículos comunitários, neste contexto, é importante para compreensão do papel que este jornalismo está desempenhando e qual espaço sua fala ocupa na sociedade contemporânea – seja na realidade local ou para o público global que busca atingir. E ainda mais, o papel que as redes sociais possuem nesta transformação – se como elemento central e disparador de um movimento ou se apenas como o veículo *da vez* para explicitar uma transformação social e não meramente tecnológica.

Acreditamos que por reconhecer estar inserido no mundo de onde busca a notícia, e fazer desse reconhecimento seu ponto de partida, o jornalismo comunitário pode de fato constituir-se uma alternativa ao modelo jornalístico tradicional. Ainda que guarde na linguagem semelhanças com a prática tradicional, o jornalismo comunitário – a qualquer tempo, em qualquer época, esta inclusive – produz narrativas singulares, sob ângulos diversos dos encontrados hegemonicamente.

E mesmo se não o fizesse, apenas o fato de vozes diferentes, oriundas dos setores *marginais* da sociedade, aqueles historicamente destinados a serem receptores passivos do discurso midiático, estarem produzindo seu próprio discurso, sua própria narrativa, já se constitui um maravilhoso contraponto neste pêndulo midiático em que as práticas hegemônicas e contra-hegemônicas fazem parte de um mesmo jogo.

CAPÍTULO 1 - O POPULAR E A HISTÓRIA

Neste primeiro capítulo, faremos uma historicização da comunicação popular, especialmente no último século, até chegarmos a este momento histórico em que os veículos comunitários ganham novo fôlego com o advento das novas tecnologias de informação.

Nossa proposta é, a partir da discussão sobre cultura popular e apoiados em autores como Jesus Martin-Barbero e Cicília Peruzzo, traçarmos o fio que conduz a história da comunicação popular na América Latina até as atuais lutas pela democratização da comunicação em nosso país, que são pauta comum aos movimentos de comunicação comunitária hoje.

1.1. Comunicação e Cultura Popular

Começemos pelo conceito de popular. Sabemos, de antemão, que a definição do que se entende por comunicação popular é alvo de disputas semânticas e de sentido. Como lembra Berger (1989), há uma “distinção entre dois tipos de comunicação popular: a) realizada pelos membros das classes subalternas e b) realizada por mediadores junto às classes dominadas”.

No trabalho que se segue, e especialmente neste capítulo inaugural, trataremos da primeira espécie: a comunicação produzida pelos atores populares, ou o que Peruzzo (1991) chama de “contra-comunicação”. São veículos e formas de comunicação que surgem e se desenvolvem no seio das classes populares, através de grupos organizados ou não, mas com grande comprometimento político em relação à “classe” que representam.

Comunicação popular se desenvolve “ligada à luta do povo”, articulada e no bojo da educação popular libertadora e de lutas sociais contra a degradação das condições de existência e consciência. Então não tem um fim em si mesma, mas está vinculada a uma luta mais ampla. É meio de conscientização, mobilização, educação política, expressão cultural, etc (...) [ela é] portadora de um conteúdo crítico-emancipador. (PERUZZO, 1991, p. 72)

Segundo aponta a bibliografia, o termo “comunicação comunitária”, a que também nos dedicaremos com especial atenção neste estudo, passa a ser utilizado a partir da década de 80 e mais intensamente na década seguinte, se destinando a conceituar um tipo específico de comunicação dentro do campo popular. De acordo com Paiva, a comunicação comunitária está necessariamente atrelada ao “comprometimento político” de buscar melhorias sociais e

maior poder de autonomia para uma determinada comunidade. Para Peruzzo, “enquanto na comunicação popular a ênfase estava colocada na dimensão política, na nova mídia comunitária, a ênfase se desloca para a importância da informação local, da cultura, do lazer”. (BOTÃO, 2002, p. 5).

O jornalismo comunitário é o meio de comunicação que interliga, atualiza e organiza a comunidade, e realiza os fins a que ela se propõe (...). Um jornal comunitário é elaborado por membros da comunidade que procuram através dele obter mais força política, melhor poder de barganha, mais impacto social, não para alguns interesses particularizados (anunciantes, figuras proeminentes), mas para toda a comunidade que esteja operando o veículo. (Marcondes apud Paiva, 1998, p. 136)

Os veículos de comunicação comunitária surgem para propiciar a circulação de informações locais no interior dessas comunidades, mas também como forma de contraposição às narrativas preponderantes na chamada grande mídia sobre determinadas comunidades. São veículos contra-hegemônicos na medida em que buscam confrontar a falta de reconhecimento de suas identidades no retrato que lhes é feito pela mídia tradicional.

Numa conjuntura em que vinha à tona a insatisfação decorrente das precárias condições de existência de uma grande maioria e das restrições à liberdade de expressão pelos meios massivos, criaram-se instrumentos ‘alternativos’ dos setores populares (...) Nesse patamar, a ‘nova’ comunicação representou um grito, antes sufocado, de denúncia e reivindicação por transformação, exteriorizado sobretudo em pequenos jornais, boletins, alto-falantes, teatro, folhetos (...), etc (PERUZZO, 1999: 114-115)

A autora alerta para o quanto pode ser problemático o uso do termo comunitário, uma vez que a grande mídia já incorporou este conceito a muitas de suas produções. É necessário, portanto, ressaltar o caráter local e popular desta comunicação, produzida pelos próprios atores das camadas populares. “Historicamente o adjetivo popular denotou tratar-se de “comunicação do povo”, feita por ele e para ele, por meio de suas organizações e movimentos emancipatórios visando à transformação das estruturas opressivas” (PERUZZO, 2006, p. 2).

Deste modo, buscamos observar a comunicação popular em um quadro mais amplo e trazê-la para o espaço da cultura, remontando aos estudos sobre as diversas manifestações culturais populares nos últimos séculos em todo o mundo. “Durante muito tempo, falar de comunicação significou falar de meios, canais, mensagens. Agora, falar de comunicação popular, implica falar de cultura, relação” (BERGER, 1989, 30).

Para o pesquisador latino-americano Jesús Martín-Barbero, há desde o século XVII uma redescoberta do popular em todo o mundo. Em sua obra *Dos Meios às Mediações*, Barbero observa que, a partir daquele momento histórico, “vemos pôr-se em marcha uma

produção de cultura cujos destinatários são as classes populares” (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 154). Essa produção se dá em vários campos da cultura, mas aqui Barbero se refere principalmente à literatura.

Há uma literatura que, ausente por inteiro das bibliotecas e livrarias de seu tempo, foi contudo a que tornou possível para as classes populares o trânsito do oral ao escrito, e na qual se produz a transformação do folclórico em *popular*. Refiro-me àquela literatura que se tem chamado na Espanha de cordel e na França de colportage (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 154-155).

Mais que manifestações artísticas, apenas, há nesta produção uma forma de circulação cultural que, de alguma forma, implica em uma ascensão dos de baixo, uma vez que “não só abre às classes populares o acesso à cultura hegemônica, mas confere a essas classes a possibilidade de fazer comunicável sua memória e experiência”. Mais que isso, o pesquisador sustenta que estamos diante “de uma outra literatura que se move entre a vulgarização do que vem de cima e sua função de válvula de escape de uma repressão que explode em sensacionalismo e escárnio”. (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 154; 158).

O surgimento dessas literaturas populares, como acontece em diversos momentos da história, gerou reações de contrariedade das elites culturais e políticas da época. O Clero, considerado a principal força política, “agente da enculturação”, se defronta com a explosão da cultura da massa camponesa, através das festas populares e das manifestações artísticas. “Pouco a pouco as diferenças culturais se convertem em, ou melhor, são vistas como ameaças ao poder central” (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 111).

Como exemplo desta rejeição das elites culturais, eis um fragmento de um texto do dramaturgo e poeta espanhol Félix Lope de Veja, em meados do século XVII. Ele escreve com horror ao Rei para relatar a força da literatura de cordel, seus gêneros e sua temática:

Os acontecimentos que buscam, as tragédias que fabricam, as fábulas que inventam de homens que nas cidades da Espanha violentam suas filhas, matam suas mães, falam com o demônio, negam a fé, dizem blasfêmias. E outras vezes fingem milagres e publicam sátiras contra as cidades e as pessoas que se podem conhecer por títulos, ofícios e acontecimento. [...] A malícia desses homens (se atreve) com as honras e opiniões dos que escrevem e com os nomes de pintores excelentes querem vender suas atrevidas falsidades e ignorâncias. [...] Mulatos e vagabundos que vão pelas ruas alvoroçando as pessoas com vozes altas e descompostas (apud MARTIN-BARBERO, 1997, p. 156).

Neste manifesto, Lope critica não apenas a literatura popular em si, mas também a apropriação de elementos “cultos” por parte dos *cordelistas*. Como autor, o dramaturgo sente-se ameaçado em seus direitos frente a uma forma de literatura que “solapa e parodia” as obras tradicionais – roubando-lhe o nome, deformando o texto e misturando os gêneros.

A literatura de cordel é, justamente, a manifestação cultural que demonstra uma força mais vigorosa, na medida em que inaugura uma outra função para a linguagem: “a daqueles que sem saber escrever sabem contudo ler [...] porque está sociologicamente destinada a ser *lida em voz alta*, coletivamente” (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 155).

Uma grande aposta da literatura de cordel são os relatos de crimes, acontecimentos – e aí, observa Barbero, estão lançadas as bases “daquilo que mais tarde seria o jornalismo popular”. Mais que a pura descrição dos episódios, a narrativa popular foca nos detalhes mais chocantes, como que numa “obsessão popular pelos crimes” em sua forma mais brutal e com sua “força catártica”.

O popular se expressa também através de outras formas nesta época, como com os melodramas, que escandalizam os críticos de teatro e se transformam em um grande espetáculo popular. Em todas essas manifestações, há em comum a re-significação dos “grandes temas” do amor e da paixão e a elevação simbólica da vida marginal à honradez. “De tudo isso resulta uma linguagem nova que, por um lado, goza com os adjetivos ribombantes, mas por outro se acomoda a seu ritmo, sua ironia e seu atrevimento” (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 161).

O melodrama será marcado por um “forte sabor emocional”, em oposição à educação burguesa, que busca o controle da manifestação dos sentimentos, transformando-os em “cena privada”. Em oposição ao teatro culto, “cuja complexidade dramática está dita e se sustenta inteiramente na retórica verbal”, no melodrama “as palavras importam menos que os jogos de mecânica e da ótica” (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 172). Ou seja, a dramaticidade está apoiada basicamente na encenação, tudo no melodrama tende ao esbanjamento, ao excesso.

Tais expressões culturais são cada vez mais populares, no sentido de aprovação da audiência e aumento crescente do público. Barbero sustenta que a cumplicidade com o novo público e a demarcação cultural que traça permitem situar o melodrama no vértice do processo que leva do popular ao massivo. Contudo, alerta,

se alguns tendem a uma imagem açucarada e espontânea da cultura popular, os outros tendem a reproduzir a dicotomia que nos impede de pensar a complexidade da circulação cultural: o que vem de cima não chega a tocar os de baixo, porque não tem nada a ver com estes, ou se chega nada faz além de manipular e alienar, como hoje a cultura de massa. Ora, ainda que a cultura veiculada por *pliegos* e almanaques já não seja o folclore, tampouco é a cultura de massa. É justamente a que “medeia” entre as duas, e constitui a expressão de um modo novo de existência do popular, que é fundamental compreender para não opor

maniqueísta e facilmente o popular e o massivo (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 164).

Anamaria Fadul lembra que por muito tempo se convencionou associar a cultura popular e/ou alternativa a um papel político de se fazer frente à dominação, em um jogo de oposição entre o massivo e o popular. No entanto, ela argumenta (junto a outros importantes autores como Nestor Canclini, Rosa Maria Alfaro, Herman Martinez Prado, além do próprio Barbero) que esta contraposição é problemática e um tanto quanto simplista. “A cultura não é coisa estática, ela sempre incorporou elementos das diferentes culturas, isto é, das manifestações da cultura erudita, popular, massiva, cruzada com aquelas da cultura local, nacional e internacional”², defende.

Ao se referir especificamente à comunicação popular, Pereira aprofunda esta reflexão e lembra que tal manifestação é

assunto multidisciplinar, baseado nas experiências de vida de grupos sociais, repletos de diversidades, de conflitos, de desejos de mudança, de esperança e de resistência. Não se trata, de opor dialeticamente Comunicação Popular e comunicação de massa, ou Comunicação Popular e comunicação de elite. A comunicação da Cultura Popular perpassa e é perpassada por outras comunicações, por outras culturas, não há linearidade e nem sempre há fronteiras definidas assim como não há nas definições de cultura e seus infinitos fenômenos. Há particularidades, assimetria, não-linearidade, complexidade, singularidades (PEREIRA, 2013, p.2).

A partir desses autores, buscamos pensar então na comunicação popular, e na comunicação comunitária especialmente, como a expressão de atores que, à margem dos processos comunicacionais oficiais e/ou dominantes, constroem suas próprias narrativas em um diálogo vivo e permanente com as manifestações culturais populares históricas, atualizadas com os fenômenos culturais contemporâneos. É como se do encontro entre a cultura popular histórica e as expressões culturais contemporâneas, através e a partir dos sujeitos locais, fosse alicerçada a tessitura da comunicação popular no tempo presente.

1.2. Pensando a América latina

Depois deste momento que Barbero classifica como de “redescoberta do popular”, especialmente no continente europeu, a América Latina vê surgir, no século XX, manifestações culturais que também exploram o viés popular em diversos países da região. A partir dos anos 1930, com a crise econômica e também política enfrentada em todo o mundo,

² FADUL apud PERUZZO, p. 74

os governos latinoamericanos buscam nas massas populares a sua legitimação nacional. Essas massas adivinham do campo, já que neste período se experimentou grande êxodo rural.

A migração e as novas fontes e modos de trabalho trazem consigo a hibridização das classes populares, uma nova forma de se fazerem presentes na cidade (...) Com a formação das massas urbanas surge não só um crescimento das massas populares, mas também o surgimento de um novo modo de existência popular (BARBERO, 2007, pg 221)

As manifestações da cultura popular passam então a ocupar um lugar de destaque no campo político, uma vez que essas manifestações serão importantes para a construção de uma identidade nacional, um novo projeto de construção da Nação moderna. Surge um “novo nacionalismo”, baseado justamente na ideia de uma cultura nacional – se utilizando das manifestações culturais populares em meios massivos para sua propagação.

A partir da década de 60, a América Latina inicia nova fase em que

o massivo, então, ver-se-á atravessado por novas tensões nacionais que remetem seu alcance e seu sentido às diversas representações nacionais do popular, à multiplicidade de matrizes culturais e aos novos conflitos e resistências que a transnacionalização mobiliza (BARBERO, 1997, pg 231)

Daí em diante, vê-se inúmeros exemplos de expressões populares que ganham destaque na região e têm força política dentro de um projeto nacionalista de construção de identidades, como já visto. O cinema mexicano, argumenta o pesquisador, talvez seja a expressão mais identificável deste contexto. Citando Gramsci e Freud, ele lembra que “o cinema vai ligar-se à fome das massas por se fazerem visíveis socialmente” (1997, pg 232). Utilizando-se de recursos do melodrama, o cinema tem forte apelo entre as massas e cumprirá um papel importante: “ao permitir que o povo se veja, o cinema o nacionaliza”.

Outro bom exemplo é o radioteatro argentino. Sua inspiração remonta ao *circo criollo*, uma modalidade especial que une em uma mesma lona a acrobacia e representações dramáticas. O radioteatro é visto como uma continuidade entre as tradições culturais populares e a cultura de massa, uma forma de conectar o massivo com uma vasta família de expressões populares.

Em relação ao Brasil, Barbero lembra da importância da música negra ao processo nacionalizador dos anos 30. Para se tornar “urbana”, a música nascida nos terreiros de candomblé teve que atravessar uma dupla barreira ideológica: primeiro, a de uma concepção populista da cultura; depois, a barreira levantada pela intelectualidade ilustrada.

O que aconteceu no Brasil com a música negra, o modo desviado, aberrante, com que ela obteve sua legitimação social e cultural, põe em evidência os limites tanto da corrente intelectualista quanto do populismo, na hora de compreender a trama de contradições e seduções que compõe a relação entre o popular e o massivo, a emergência urbana do popular (BARBERO, 1997, p. 239).

Por fim, e merece atenção especial neste caso, destaca-se o processo de aparição da imprensa popular de massa no Chile, a partir do fim da década de 1930. Neste momento, ocorre uma transformação da imprensa operária em jornais de esquerda e surgem os primeiros jornais sensacionalistas chilenos. Na verdade, desde a o fim da primeira guerra mundial, quando ocorre uma transformação na narrativa das “liras populares” (publicações populares parecidas com as gacetas argentinas ou a literatura de cordel no Brasil), em que estas passam a focar mais na informação e perdem em qualidade poética, já se vê um ensaio do que seria o chamado jornalismo popular naquele país.

Ainda que muitas experiências tenham surgido ainda nesta primeira metade do século, como o jornal *Las Noticias Gráficas*, que de fato assumia reivindicações populares em suas linhas, este tipo de jornalismo se consagra com o lançamento do *Clarín* em 1954. Neste veículo, os critérios empresariais estariam sempre vinculados e determinados por critérios político-culturais.

Ficará claro que a questão da mudança de linguagem jornalística não remete nem se resume à cilada armada para capturar seu público, senão que ela responde à busca de conexão com outras linguagens que circulam marginalizadas na sociedade (MARTIN-BARBERO, 1997, 258).

Como lembra o pesquisador Dênis de Moraes, as “práticas de comunicação alternativa constituem uma tradição cultural da América Latina” (2013). Para Moraes, tais práticas, também entendidas no quadro da comunicação contra-hegemônica, possuem a tarefa de “reivindicar o pluralismo e o valor das histórias e culturas”, além de motivar-nos à reflexão sobre o mundo vivido.

Na década de 50, recorda o pesquisador, as rádios comunitárias foram utilizadas nas lutas sindicais e políticas de diversos países, como na Bolívia, em que as rádios financiadas por sindicatos foram decisivas nas mobilizações contra a exploração de trabalhadores nas minas de estanho. Ainda nesta década, mais precisamente em 1959, durante a Revolução Cubana, as transmissões radiofônicas clandestinas foram essenciais como meio para divulgação das estratégias e orientações táticas das frentes guerrilheiras revolucionárias. A agência de notícia *Prensa Latina*, surgida no pós-revolução, foi uma das pioneiras da região,

com a missão de “oferecer ao mundo uma visão da realidade latino-americana diferente da que ofereciam os grandes monopólios midiáticos”³

Fidel deu o aval a Prensa Latina logo após a “Operação Verdade”, uma conferência internacional convocada pelo governo para aproximar profissionais de imprensa de diversos países da realidade cubana. A tomada do poder pelos revolucionários na ilha incendiara o imaginário da esquerda latino-americana, despertando o interesse de militantes, jornalistas e intelectuais de conhecer Cuba e verificar de perto o que lá acontecia. “Você, jornalistas, querem ajudar os povos? Pois têm uma arma formidável nas mãos: a opinião pública continental. Usem-na e verão como ajudam a redimir os povos e a salvar muitas vidas”, conclamou Fidel. (MORAES, 2013, p. 111)

Nos anos seguintes, outras iniciativas de comunicação contra-hegemônica ganharam destaque no continente, sobretudo a partir da inspiração de correntes do pensamento da esquerda latino-americana, como a Teoria da Dependência⁴, a Pedagogia do Oprimido⁵ e a Teologia da Libertação⁶. Fundada décadas antes, em 1939, a revista uruguaia *Marcha* alcançou projeção na década de 1960 e se tornou referência para a imprensa alternativa do continente, por reunir colaboradores de alto nível e, especialmente no Brasil, por ter sido abrigo para exilados políticos, como Leonel Brizola, Darcy Ribeiro, Celso Furtado e João Goulart, entre outros. A revista, nesta época, era dirigida por Eduardo Galeano e publicou artigos e entrevistas de Che Guevara, Salvador Allende e Pablo Neruda.

As ditaduras militares que se instalaram em diferentes países do continente também acabaram por dar impulso ao surgimento de veículos de comunicação que, ainda que clandestinamente, se opunham aos regimes e também aos veículos de imprensa que na época apoiaram o golpe. No Brasil, são exemplos dessa época os jornais *Pasquim* (1969), *Opinião* (1927) e *De fato* (1975), que, junto a outros movimentos populares, foram fundamentais “na defesa das liberdades democráticas e nas campanhas pela anistia dos opositores das ditaduras e pela convocação da Assembleia Constituinte” (MORAES, 2013, p. 115).

Como aponta Bernardo Kucinski em sua obra *Jornalistas e Revolucionários* (2001), os jornais clandestinos representavam um contraste à grande imprensa que, de maneira geral,

³ “Quem somos. Rapidez, verdade e oportunidade”, Prensa Latina. APUD Moraes, 2013, p. 110.

⁴ A Teoria da Dependência foi formulada na década de 1960 por intelectuais como Fernando Henrique Cardoso, Theotonio dos Santos e Ruy Mauro Marini. Consiste em uma leitura crítica e de inspiração marxista da situação na qual a economia de certos países é condicionada pelo desenvolvimento e pela expansão de outra economia à qual está subordinada. A análise destes intelectuais se concentrou principalmente na relação estabelecida entre a América Latina e os Estados Unidos, com críticas também à dominação cultural e ao modo de vida norte-americano.

⁵ Corrente de pensamento pedagógica elaborado pelo educador brasileiro Paulo Freire.

⁶ Corrente teológica que se desenvolve na América Latina, no interior de alguns setores progressistas da igreja católica, com a adoção da opção preferencial pelos pobres e excluídos como paradigma de sua atuação religiosa.

apoiou e foi complacente para com a ditadura militar. Os veículos alternativos, assim, cobravam a restauração da democracia, o fim do desrespeito aos direitos humanos e criticavam fortemente a política econômica do país, mesmo no momento de aparente sucesso desta política, no período posteriormente conhecido como “milagre econômico”, entre 1968 e 1973. Como acentua o autor, estes veículos opunham-se “por princípio” ao discurso oficial. Por isso, evidentemente, sofriam as mais duras perseguições: muitos de seus membros foram presos, torturados e alguns se exilaram durante o período de ditadura.

o aparelho militar distinguia os jornais alternativos dos demais, perseguindo-os e submetendo os que julgava mais importantes a um regime especial, draconiano, de censura prévia. Em conformidade com a doutrina de segurança Nacional, instituída pela ideologia da guerra-fria, eram considerados pelos serviços de segurança como inimigos: “organizações de frente” do comunismo internacional, que tinham por tarefas “isolar o governo” e “difundir o marxismo” (KUCINSKI, 2001, p. 6).

No mesmo contexto de resistência à ditadura, ressalta Moraes, ganhou destaque na Argentina a Agência de Notícias Clandestina (Ancla), que começou a atuar em 1976 e em um ano enviou duzentos boletins clandestinamente a vários países sobre a situação política e também econômica do país. O diretor da agência, Rodolfo Wash, foi assassinado por agentes da repressão no ano seguinte, depois da divulgação de uma carta com denúncias de sequestros, torturas, assassinatos e do clima de terror que se instaurou no país.

Com o declínio das ditaduras militares, os países latino-americanos veem crescer a produção de veículos ligados, sobretudo, à imprensa operária e a outros movimentos sociais politicamente ligados à esquerda. Regina Festa (1991) sugere que tal configuração emerge em um contexto social e político favorável aos movimentos populares e à própria democracia.

Os latino-americanos construíram experiências inéditas: governos eleitos democraticamente em quase todos os países da região, conquista de direitos civis e políticos como em nenhum outro momento da história do continente, capacidade de organização social e de ousadia cívica, fazendo emergir novos atores e sujeitos nos diversos cenários da região, e ainda a construção de uma vasta rede de processos comunicativos dentro e fora das organizações sociais (FESTA, 1991, p. 2)

Mais recentemente, já com o desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação, intensificaram-se os movimentos de comunicação popular em diversos âmbitos e frentes diversas de luta. Ganharam força os protestos contra os governos neoliberais da região e, sobretudo a partir dos anos 2000, as lutas antiglobalização – que, paradoxalmente, encontraram na rede a força para se propagarem por todo o planeta.

Os militantes antiglobalização intensificaram na rede “um espaço particularmente adaptado à construção de novas formas de mobilização e engajamento”, convencendo-se de que os recursos da internet “poderiam ser mobilizados ao mesmo tempo como suportes de coordenação, meios de informação e modalidades de ação através do novo repertório de ação do ciberativismo. (MORAES, 2013, p. 118)

Com a eleição de governos considerados progressistas nas últimas duas décadas, observa Moraes, “a comunicação alternativa em rede ganhou mais ímpeto na América Latina”. Países como a Argentina, a Venezuela, a Bolívia, o Equador e o Uruguai produziram neste período legislações que regulamentaram a radiodifusão, limitando assim a formação de monopólios midiáticos. Tais legislações enfrentam fortes críticas dos meios de comunicação comerciais destes países, mas foram comemorados com intensidade pelos movimentos de comunicação popular latinoamericanos.

A América Latina, assim enxergamos, é pródiga de exemplos e possui vasto campo de produção de comunicação alternativa ou contra-hegemônica, sobretudo a partir da instalação dos regimes militares que assolaram muitos países do continente, mas já antes desses períodos, conforme vimos acima. A emergência das novas tecnologias de comunicação e informação, aliada à notícia de que alguns governos da região enfileiram-se ao lado desta história de lutas por uma comunicação democrática, promovendo revisões em suas legislações de radiodifusão, significam um avanço e uma nova esperança aos grupos e movimentos que, ao longo das últimas décadas, viram-se sufocados pelo monopólio do controle dos meios de comunicação nestes países e pela grande subserviência dos Estados em relação aos detentores do capital midiático. A comunicação enfim começa a ser entendida, não apenas pelos movimentos, mas também pelos governos, como direito humano que predispõe pluralidade.

1.3. O Brasil: da imprensa sindical ao jornalismo comunitário

Após este mergulho na realidade latinoamericana, e com a consciência de que a história da comunicação popular no continente se entrecruza com a história da comunicação brasileira, pretendemos também percorrer um breve histórico da comunicação contra-hegemônica em nosso país, acreditando que, embora possua semelhanças, como já ressaltamos, também possui vicissitudes em relação às demais experiências continentais.

No Brasil, de acordo com a bibliografia disponível sobre o tema⁷, a comunicação popular ganha evidência a partir do surgimento ou fortalecimento de movimentos sociais, em meados das décadas de 60 e 70⁸. Neste sentido, ganham grande destaque os jornais ligados a sindicatos de trabalhadores em todo o país.

A classe operária não é um dado puro oferecido à análise. A denominação “classe operária” provém do processo de trabalho, do lugar de produção, mas sua identidade, a condição de sujeito, só pode ser pensada em relação ao conjunto heterogêneo de determinações que se desdobram na complexidade das relações sociais. Há, assim, mediações, fragmentações, diferenças de tal forma que pensar-se a classe operária como uma inteireza resulta na criação de uma figura mítica, imaginária que, por isso mesmo, se tange para sua destinação: o Paraíso (MARIE, 1982, p. 28).

Em um estudo sobre a imprensa operária latinoamericana, Carlos Eduardo Lins da Silva (1982) aponta para os primeiros registros de organização em torno da comunicação operária no Brasil, ainda nos anos 1880, e sinaliza a existência de mais de 150 veículos distintos em circulação no país até o início da década de 1920.

O momento decisivo para o pleno desenvolvimento da consciência política entre os operários brasileiros e, mais tarde, da organização sindical no Brasil (...) foi no último quartel do século XIX e nas duas primeiras décadas do atual (1906-1920), com as levas de imigração operária chegadas da Europa: Itália, Península Ibérica (Espanha e Portugal), mas principalmente da Itália. Esses operários, entre os quais se encontravam numerosos refugiados políticos perseguidos nos países de origem pelas suas idéias e que, por serem altamente qualificados, foram trazidos ao Brasil pelos empresários, impuseram-se a tarefa de desenvolver a consciência política dos trabalhadores brasileiros. Na imprensa anarquista, os trabalhadores gráficos tiveram um papel relevante. (CADERNOS DE COMUNICAÇÃO, 2005, p.15)

Nos anos subsequentes, a partir de 1922, os jornais populares se concentram no entorno das organizações comunistas ou mesmo sindicais. Este período, assim dividido por muitos pesquisadores, estende-se até o ano de 1964, com o golpe militar. O grande pico da imprensa popular nesta época acontece nos anos pós-1945. Surgem importantes veículos como Terra Livre (1950), ligado ao PCB e escrito para camponeses em todo o país; a Tribuna Popular (1945), no Rio; e a Voz Operária, que teve breve duração, até o ano de 1958; dentre outros espalhados por todo o país.

⁷ O texto de Beatriz Polivanov (2008) serve aqui como principal referência, por catalogar alguns dos autores que compartilham desta compreensão acerca da comunicação popular.

⁸ É preciso novamente sublinhar a distinção entre uma comunicação que tenha como destinatária as classes populares e outra, esta que nos candidatamos a analisar, que é *produzida* pelas classes populares. Se formos traçar um histórico da primeira categoria, poderíamos remontar ainda ao século XIX e os primeiros folhetins brasileiros na década de 1840, que já possuíam elementos populares. A partir da década de 1950, já no século XX, também surgem veículos com proposta popular como o *Última Hora* e o *Notícias Populares*, ligados a partidos de oposição ou ao governo e que apostavam na velha fórmula “sexo-crime-sindicato”, característica da imprensa popular até então.

Estes jornais eram editados por partidos ou organizações sindicais e buscavam dialogar com o povo, embora nem sempre fossem produzidos por atores oriundos das camadas mais populares da população. Os operários, em muitos casos, eram apenas os destinatários e não os produtores de tais publicações.

A partir do regime militar, o quadro sindical brasileiro (e o político, de forma geral) se transforma: o Estado passa a uma intervenção direta e os sindicatos praticamente se transformam em órgãos oficiais do Poder Público. Tal quadro significou a quase extinção da imprensa sindical – muitos jornais deixaram de circular, outros tantos reduziram suas tiragens e/ou aumentaram a periodicidade de suas edições.

Nos primeiros momentos após o movimento militar, surgiu uma liderança composta por interventores, pelegos e dirigentes despolitizados. Os sindicatos tornaram-se instrumentos passivos, desmobilizadores e assistencialistas. A imprensa sindical, por sua vez, passou também a atuar no sentido de desmobilização, assistencialismo e colaboracionismo (CADERNOS DE COMUNICAÇÃO, 2005, p. 45).

Sobre o momento político vivido pelo país a partir da década de 60, em um contexto de crescente descrédito dos operários com os sindicatos oficiais⁹, Silva destaca que “os trabalhadores acabam por encontrar fórmulas alternativas de organização, que superam o atrelamento sindical aos aparelhos estatais e, nestes momentos, a presença dos periódicos é vista como de fundamental importância” (1982, p. 11).

A imprensa operária, neste contexto, é elaborada por diferentes atores: por jornalistas profissionais ou mesmo pelos próprios trabalhadores. Em alguns casos, a produção dos jornais por profissionais de classe média gerou rejeição entre os trabalhadores, que aspiravam construir eles próprios a sua comunicação¹⁰.

Já próximo ao fim da década de 70, “quando alguns sindicatos conseguem superar as limitações à autonomia sindical existentes na legislação trabalhista brasileiras”, novas organizações surgiram e oxigenaram o sindicalismo brasileiro. O sindicato de metalúrgicos, uma das poucas exceções no quadro de passividade da década anterior, ganha novo fôlego e as organizações do ABC Paulista são responsáveis pelo lançamento de diferentes e importantes publicações neste período: *Tribuna Metalúrgica*, *O Sindiquim*, *A Voz Metalúrgica*, *O Borracheiro*, entre outros.

⁹ Os sindicatos, aponta Silva, “padecem de fortes limitações, quando não atuam frontalmente contra os interesses dos trabalhadores”. (1982, p. 11)

¹⁰ Conforme visto em MATTERLART, A. apud SILVA, 1982, p. 18

Com o chamado “novo sindicalismo”, a partir do início da década de 80, período de reabertura política, há um fortalecimento no meio operário brasileiro da imprensa sindical. “Entre suas principais reivindicações estavam os sindicatos independentes do Estado, o direito de greve, o direito de negociação direta com o patronato e a representação sindical nos locais de trabalho” (CADERNOS, 2005, p. 47). Desta forma, “o movimento sindical brasileiro esteve à frente de experiências significativas no campo da comunicação, tendo algumas organizações feito história com sua própria imprensa” (CADERNOS, 2005, p. 75).

As ações de comunicação fomentadas com o novo sindicalismo passam por uma reconfiguração. Se até então a mobilização dos próprios operários era o foco da ação, a imprensa sindical passa a ter por finalidade, cada vez mais, a sensibilização da “opinião pública”.

Esse deslocamento na direção do espaço público exigiu da informação sindical uma ampliação de conteúdo e uma diversificação de seus meios de difusão: aos tradicionais boletins e jornais vieram juntar-se revistas de grande sofisticação editorial, programas de rádio e de televisão e, mais recentemente, novas tecnologias de comunicação possibilitaram aos sindicatos a produção de boletins eletrônicos, sites e portais da internet. Ao mesmo tempo em que os serviços de comunicação se profissionalizavam, o recrutamento das equipes de redação passou a obedecer critérios profissionais (conhecimento técnico, competência jornalística etc.), e muitas delas empregam hoje profissionais capacitados, experientes, muitos oriundos da chamada “grande imprensa” (ARAÚJO, 2009, p. 3)

Mas a comunicação popular no Brasil não se resume à história da imprensa sindical. Ao contrário, são múltiplas as experiências neste campo, de rádios comunitárias a jornais de bairro e veículos alternativos em diversas regiões do país. Um estudo das pesquisadoras Andrade e Silva, apresentado durante o XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Computação, resgata o que seria o primeiro jornal popular das favelas brasileiras – o *A Voz do Morro*, publicado em 1935 na favela da Mangueira, no Rio de Janeiro. Editado como “órgão oficial da Escola de Samba Estação Primeira de Mangueira”, o jornal seria “o primeiro órgão de comunicação vinculado a uma comunidade de subúrbio que se conhece” (ANDRADE e SILVA, 2005, p. 4).

Segundo as pesquisadoras, o jornal tinha como objetivo divulgar as manifestações culturais e também históricas da comunidade, além de registrar os fatos de sua atualidade. Dirigido pelo jornalista Luiz Correia de Barros, o *Marrom*, o veículo contou com crônicas e artigos de personalidades como o compositor Angenor de Oliveira, mais conhecido como Cartola, e do poeta Carlos Drummond de Andrade. O veículo, que é publicado bimestralmente ainda hoje, definiu logo em seu primeiro editorial a linha da publicação: de

contraposição aos veículos tradicionais (“gritantes e dominadores”) e exaltação à cultura popular, especialmente o samba dos morros cariocas.

a cidade na sua feérie de luz, com a elegância dos que nela imperam, vai quedar extasiada quando o nosso jornalzinho lhe surgir aos olhos acostumados aos magazines de luxo e jornais gritantes e dominadores. Há de lhe causar dúvidas que estas páginas hajam descido os caminhos íngremes do morro de Mangueira ao lado dos sambas que ela canta entusiasta e folgazã na avenida repleta, glorificando o deus da galhofa. Mas, a sua identidade se estabelecerá de pronto, pois que elas não lhe falarão dos sambas dedilhados em pianos caros, mas só e unicamente do samba pobre e espontâneo que ecoa no barracão como um hino fácil. E aqui está, trazida pela Estação Primeira, a escola campeã, a imprensa do morro. Não estará nos salões do mundanismo. Não será acolhida nos clubes onde o champanha esoca... Não veio de casaca, não envergou um smoking. Veio de camisa listrada e trouxe debaixo do braço um pandeiro... (A Voz do Morro, 1935¹¹)

Para Beatriz Polivanov, em diálogo com outros autores de referência na área, a utilização dos meios de comunicação populares no Brasil está associada, em sua grande maioria, a setores que, vendo-se afastados do acesso pleno à cidadania durante o período de ditadura, começam a reorganizar-se em torno da reivindicação de seus direitos.

A comunicação popular teria surgido, portanto, como ferramenta fundamental para os sujeitos inseridos em movimentos sociais propagandear suas mensagens através de seus próprios veículos de comunicação, a fim de se ter autonomia discursiva (POLIVANOV, 2008, p. 64)

Uma das mais fortes experiências neste sentido se dá no âmbito das rádios comunitárias, que, em que pese registros de primeiras transmissões já na década de 1960, têm como marco para muitos autores as experiências surgidas a partir da década de 80, como a Rádio Favela, de Belo Horizonte, uma experiência pioneira criada em 1981 na capital mineira. Segundo Andriotti, essas experiências inaugurais têm inspiração no movimento de rádios livres europeias, surgidas na década de 70 e que se constituíam em pequenos estúdios e funcionavam “de portas abertas para a manifestação direta dos ouvintes, que podiam tomar o microfone nas mãos e proferir qualquer discurso”. Apesar de serem muitas vezes geridas por coletivos políticos organizados, em geral ligados à esquerda, a finalidade política dessas rádios não se resumia à “transmissão do discurso político revolucionário”, expressavam os movimentos contraculturais e permitiam o acesso a “todos os tipos de opiniões”.

No Brasil, explica Andriotti,

É apenas a partir de 1985 através do movimento de rádios livres, que surgem as primeiras rádios intituladas comunitárias. O sentido do nome “comunitárias” neste período é um sentido político fundamentado na idéia de que o conceito de liberdade é amplo demais e, portanto inadequado para caracterizar uma ação

¹¹ Apud ANDRADE e SILVA, 2005.

dentro da proposta de criação de um modelo público de comunicação (ANDRIOTTI, 2004, p. 26)

Somente posteriormente, já na década de 1990, é que o conceito de rádio comunitária se consolida no país. Em 1993, surge a Associação Brasileira de Rádios Comunitárias (ABRAÇO), que congrega as experiências já espalhadas pelo país. Seguiu-se à fundação da ABRAÇO, e de outras várias organizações regionais com mesmo perfil¹², a primeira tentativa de regulamentação estatal da radiodifusão comunitária - uma lei controversa e foco de muita resistência dos movimentos populares.

Como lembra Peruzzo, as emissoras já estavam no ar desde antes mesmo do surgimento da lei que regula o setor e, mesmo após ela, resistem e denunciam as contradições e os limites - éticos e políticos - da legislação.

Desde a sua efervescência, a partir de 1995, muitas dessas emissoras ousaram entrar no ar mesmo antes da promulgação da lei 9.612/9822. Aliás, muitas delas continuam operando sem licença, apesar da regulamentação estar em vigor, como desafio à morosidade do Governo e às práticas clientelísticas que prejudicam o processo de autorização de canais pelo Ministério das Comunicações às associações de radiodifusão comunitárias (PERUZZO, 2004, p. 31).

O movimento das TVs comunitárias, embora menor, também sempre esteve na linha de frente nas discussões políticas sobre o processo de radiodifusão comunitária no país, sobretudo a partir do surgimento da Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM) em 2001. Da mesma forma, outras organizações e movimentos sociais têm surgido ao longo dos últimos dez anos na defesa da democratização da comunicação e maior abertura à comunicação comunitária e popular¹³.

1.4. Comunicação Popular Hoje

O início do século XXI aponta para um período de fortalecimento e ganhos significativos para os movimentos organizados em torno da comunicação popular e comunitária no país. O principal ganho, apontado por diversos autores e com vasta bibliografia sobre, é o aumento na percepção e nas abordagens que elevam a comunicação a um direito fundamental.

¹² Neste ponto, é importante destacar a APERLOC (Associação Paulista de Proponentes de Emissoras de Radiodifusão Local-Comunitária), que teve papel importante no processo de aprovação da legislação que regula o setor, em Brasília.

¹³ O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação talvez seja o principal exemplo. Embora o movimento tenha sido criado em 1991, em 2001 acontece um decisivo momento de retomada que dá impulso à entidade, que hoje conta com doze comitês regionais em nove estados brasileiros.

Essa não é uma pauta exclusivamente brasileira. Ao contrário, em diversos países da América Latina, a comunicação enquanto direito tem sido a principal bandeira de luta de diferentes organizações surgidas nestas últimas décadas, como a ALAI (Agencia Latino Americana de Informação), a AMARC (Associação Mundial de Rádios Comunitárias), ALER (Associação Latino Americana de Educação Radiofônica), WACC (Associação Mundial para a Comunicação Cristã) e Isis Internacional de Manila. Da mesma forma, o tema tem sido presente em reuniões globais como o Fórum Mundial Social e diversas marchas mundo a fora.

O direito à comunicação se apresenta agora como aspiração que se inscreve no dever histórico que começou com o reconhecimento de direitos aos proprietários dos meios de informação, logo aos que trabalham sob relações de dependência com eles, e, finalmente, a todas as pessoas, que a Declaração dos Direitos Humanos [...] consignou como direito à informação e à liberdade de expressão e de opinião. [...] Esta é parte de uma concepção mais global [...] que incorpora de maneira peculiar os novos direitos relacionados com as mudanças de cenário da comunicação e um enfoque mais interativo da comunicação, no qual os atores sociais são sujeitos da produção informativa e não simplesmente receptores passivos de informação (LEON, 2002, pg.3)

Como explica Peruzzo, há uma sutil transformação: se até os anos de 1990, a comunicação popular era vista como instrumento de mobilização e uma necessidade de expressão dos movimentos sociais, aos poucos vem sendo agregada a noção de acesso aos mesmos como um direito de cidadania. De acordo com ela, diversas entidades, estudiosos e ativistas “têm se posicionando publicamente a favor do direito à comunicação, tomando-o como um mecanismo de se efetivar a democratização dos meios de comunicação” (PERUZZO, 2004, pg. 6).

Em uma de suas publicações, o coletivo Intervozes¹⁴ lembra que, embora o direito à comunicação esteja hoje bem desenvolvido enquanto conceito, não tem sido utilizado como referência para o desenvolvimento e aplicação de políticas públicas no campo mais geral dos direitos.

O direito à comunicação pode ser tido como garantidor das condições para o pleno exercício da liberdade de expressão em uma sociedade complexa e midiaticizada, na qual o poder e o controle dos recursos são distribuídos de forma muito díspar. Ele nos obriga a compreender de forma muito mais ampla o espírito da “liberdade de

¹⁴ O Intervozes é um coletivo que foi fundado em 2002 e trabalha pela efetivação do direito à comunicação no Brasil, por meio da realização de eventos e articulação política em diferentes frentes de atuação. O grupo está presente em 15 estados brasileiros, mais o Distrito Federal, e é formado por artistas e profissionais de comunicação. Teve atuação destacada durante no processo de mobilização convocação de uma conferência de comunicação no país e é uma das vozes mais reconhecidas na luta nacional pela democratização da comunicação.

expressão” enquanto liberdade que não apenas requer a ausência de limitações sobre os indivíduos, mas também a eliminação das restrições que pesam sobre setores inteiros da sociedade e, em paralelo, a criação de instrumentos e recursos para construir o acesso dos grupos excluídos aos meios de comunicação. (INTERVOZES, 2010, pg. 25)

No âmbito institucional, o governo federal realizou em 2009, após grande pressão de movimentos sociais e resistência forte dos grandes veículos da mídia, a primeira Conferência Nacional de Comunicação. O evento colocou no centro do debate a democratização da comunicação no país, com propostas concretas de maior abertura à radiodifusão comunitária e aos veículos populares e alternativos de comunicação. Contudo, os efeitos práticos das deliberações da conferência ainda não se fizeram sentir.

Diversas comissões especiais e frentes parlamentares também foram criadas nos últimos anos, tanto na Câmara Federal como em assembleias legislativas estaduais, para o debate sobre a democratização da comunicação, mas o tema é posto de lado por governos por conta de uma pressão enorme exercida pela grande mídia, que vê na discussão uma ameaça à sua hegemonia. O próprio governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva chegou a apresentar um projeto de Marco Regulatório dos Meios de Comunicação, elaborado pelo jornalista e então ministro-chefe da Secretaria de Comunicação Social, Franklin Martins, mas a proposta foi abandonada pelo governo seguinte e praticamente descartada pelo atual ministro das Comunicações, Paulo Bernardo.

Após traçar um panorama do quadro comunicacional no Brasil e na América Latina, com especial acento aos monopólios e oligopólios que atuam na região, Dênis de Moraes conclui que a criação de uma legislação antimonopólica na comunicação é fundamental para que se efetive uma democratização da vida social, com pluralismo e livre circulação de informações.

São essenciais, também, políticas públicas que reorientem fomentos, financiamentos e patrocínios, de modo a valorizar meios alternativos de comunicação (como rádios e televisões comunitárias, agências de notícias independentes, mídias digitais), bem como apoiar a produção audiovisual nacional e preservar o patrimônio e as tradições culturais. Políticas debatidas entre segmentos representativos da sociedade e o poder público, e formuladas com realismo, considerando as mutações da era digital e seus efeitos nas atividades comunicacionais [...] Iniciativas, enfim, que possam intensificar a diversidade cultural e fazer prevalecer o direito humano à comunicação como bem comum dos povos (MORAES, 2013).

Entre as organizações da sociedade civil, nasceu em 2010 (justamente após o processo de construção da Conferência Nacional) o coletivo FALE (Frente Ampla pela Liberdade de Expressão e pelo Direito à Comunicação), que atua justamente com este intuito e é organizado em vários estados brasileiros. Entre as principais bandeiras destacadas no texto de apresentação do coletivo, inclui-se o apoio às TVs e rádios comunitárias e a desconcentração das verbas oficiais de publicidade, outra luta fortemente ligada aos movimentos de comunicação popular e comunitária.

Para além dos campos políticos e conceituais, no entanto, a comunicação comunitária também passa por outra grande transformação neste início de século. Com o advento das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação e a popularização do uso das redes sociais digitais, pulverizam-se iniciativas de comunicação popular em todo o país, interconectadas em rede e fornecendo um cenário ainda mais plural da comunicação popular, alternativa e comunitária brasileira.

Como bem aponta Peruzzo, a internet, “ao inverter a lógica de produção centrada num emissor e dirigida a muitos”, amplia sobremaneira as possibilidades comunicativas. Assim, este início de século vê o surgimento de

formas mais plurais, avançadas e ágeis de comunicação. De uma comunicação dirigida a pequenos grupos e centrada nos aspectos combativos dos movimentos populares, passou-se – aos poucos – a ampliar seu alcance por meio da incorporação de meios massivos, principalmente de radiodifusão, e, portanto, de novos conteúdos e linguagens. Tais alterações provocaram a necessidade de desenvolver as atividades de comunicação de forma mais profissional, além de incorporar as novas tecnologias de informação e comunicação (PERUZZO, 2004, pg 5).

Da mesma forma, Dênis de Moraes destaca a fluidez e instabilidade das fronteiras entre quem emite e quem recebe neste novo cenário. “Os usuários têm a chance de atuar, simultaneamente, como produtores, emissores e receptores de ideias e conhecimentos, dependendo dos acessos, habilidades técnicas e lastros culturais de cada um” (MORAES, 2013, p. 104).

O que se vê neste início de século é um *boom* de veículos comunitários amplamente apoiados na plataforma digital para sua propagação e consolidação. São blogs, sites, portais e perfis em redes sociais construídos por atores locais que hoje, mais do que em qualquer outro momento, produzem e reproduzem histórias locais para uma infinidade de leitores, de

diversas partes do globo. Mais que uma questão técnica, apenas, há reelaborações culturais neste novo cenário¹⁵.

O Rio de Janeiro, especialmente, passa por um momento singular. Ao mesmo tempo em que se verifica o aumento de veículos comerciais falando da periferia¹⁶, nas favelas da cidade vê-se o nascimento de jornais e blogs em que os moradores colocam na pauta do dia questões que eles mesmos consideram importantes e notícias sobre um viés diferente do encontrado comumente na imprensa. Se não é um movimento absolutamente novo, o uso criativo e intenso das novas tecnologias confere particularidades a este momento.

Um levantamento, realizado pelo Observatório de Favelas¹⁷ em 2012, conseguiu mapear 104 veículos de “mídia alternativa”¹⁸ nas favelas e periferias da Região Metropolitana do Rio de Janeiro. Além de mapear as iniciativas, a pesquisa se dispôs a produzir um rápido diagnóstico sobre esses veículos.

Na justificativa do projeto, os pesquisadores apontam para a importância dos veículos comunitários no atual contexto das grandes metrópoles brasileiras e especificamente no Rio de Janeiro.

a favela é quase sempre eleita pelos grandes veículos de comunicação como uma espécie de desenho em contraluz ou espelho invertido da cidade. A favela é definida na grande maioria das narrativas midiáticas pelo não. É o exterior constitutivo da cidade, sendo, contudo, central para a definição da identidade desta

¹⁵ Como sugere Wolton (2003, p. 188), e assim também acreditamos “as novas tecnologias de comunicação constituem, na realidade, uma inovação técnica; todavia, como o estatuto da comunicação em uma sociedade não depende só da técnica, mas também das dimensões culturais e sociais, é em relação a este conjunto de três características que é preciso avaliar”.

¹⁶ Na última década, viu-se uma explosão em todo o país de novos veículos comerciais destinados às classes populares, como no caso dos jornais *Meia Hora* e *Expresso* no Rio de Janeiro. Os novos jornais rapidamente se popularizam nas principais metrópoles do país e tornam-se fenômenos de venda: o *Meia Hora*, por exemplo, se situou entre os 15 principais jornais brasileiros (em vendas) logo no ano de sua fundação, em 2005, e desde 2007 ocupa a sexta posição. Mais impressionante ainda é a trajetória do mineiro Super Notícia, que em 2009 foi o segundo jornal com maior tiragem do país, atrás apenas da *Folha de São Paulo* – e à frente, portanto, de *O Globo*, *O Estado de São Paulo*, *Zero Hora* e outros veículos de maior porte.

Uma característica comum à maioria dos produtos jornalísticos populares surgidos nesta década é que, majoritariamente, eles são vinculados a outros veículos mais robustos, que muitas vezes lhes fornecem o conteúdo. De uma forma geral, são os grandes grupos de comunicação, detentores de redes de jornais, que têm apostado no segmento popular e criado veículos específicos para chegar a esse público.

¹⁷ O Observatório de Favelas, conforme texto de apresentação encontrado em seu próprio site, é uma organização social de pesquisa, consultoria e ação pública dedicada à produção do conhecimento e de proposições políticas sobre as favelas e fenômenos urbanos. Criado em 2001, tem sede na favela da Maré, no Rio de Janeiro. Atua em cinco áreas distintas: Educação, Políticas Urbanas, Comunicação, Cultura e Direitos Humanos.

¹⁸ Nomenclatura utilizada na pesquisa, mas entendida da mesma forma que estamos entendendo a comunicação comunitária neste estudo.

última: é sua “sobra” e seu suplemento (...) Desta forma, a favela surge no discurso hegemônico como contraponto que permite à cidade formal reforçar sua identidade, seus códigos, posto que a cidade é o polo mais poderoso deste binário.

Contudo, mesmo com o grande poder de fixar identidades estigmatizadas desfrutado pelos grandes conglomerados de mídia, a representação da favela, assim como qualquer representação imersa na dialética cultural, passa por uma disputa da qual participam setores da sociedade e atores sociais que sentem-se inadequadamente representados (...) Muito embora as grandes corporações ainda controlem em larga medida a produção de representações e discursos sobre a favela, as significações atribuídas a estes espaços estão longe de serem unívocas. Pelo contrário, há uma verdadeira luta (ainda que travada em desigualdade de condições) pelos significados da favela, na qual diferentes atores sociais passam a participar ainda mais ativamente quando apropriam-se de novas, nem tão novas e antigas ferramentas da comunicação. (OBSERVATÓRIO DE FAVELAS, 2012, 15-16)

Na pesquisa realizada pelo Observatório, chegou-se à conclusão de que cerca de 65% dos veículos de comunicação comunitária hoje atuantes nas periferias da região metropolitana do Rio de Janeiro foram fundados a partir da década de 2000. Muitos dos atores envolvidos com estes veículos afirmaram que foram impulsionados pelas representações de suas comunidades vistas na imprensa tradicional. “É complicado quando pesquisamos na Internet e temos como resultado apenas crimes e violência. Isso me incomoda, e muito”, afirmou Ocimar Santos, do site Rocinha.org.

Entre os principais dados da pesquisa, destacam-se ainda o fato de que a maior fatia de veículos de comunicação popular identificados pelo levantamento são blogs (32%), seguidos de jornais impressos (25%) e rádios (16%). Ao todo, dos 73 veículos que responderam ao questionário apresentado pela pesquisa, 39 (ou 54%) são veículos de internet – além dos blogs, também aparecem nesta fatia, sites, webTVs, webrádios, entre outros. Mesmo entre os veículos radiofônicos ou impresso, quase 60% possuíam também páginas na web.

A relevância das novas tecnologias, neste contexto, não pode ser desconsiderada ou minimizada. Ao contrário, a internet é uma força propulsora para o surgimento diário de novos veículos de comunicação comunitária.

O uso das novas tecnologias de comunicação e informação, predominantemente digitais, e em especial a Internet, é expressiva. Na lista das vantagens que justificam a multiplicação da prática de criação de sites, fóruns, blogs e portais, está o baixo custo para a manutenção de tais mídias, a possibilidade de trabalhar-se em redes, a ampliação do círculo de recepção e oportunidade de gerar maior interatividade entre produtores e receptores das informações veiculadas (...) Há uma rede de agentes e agências produzindo informações, lutando pelo direito à significação, ignorando ou enfrentando proibições diversas (...), se colocando como sujeitos concretos de seu processo histórico (ENNE, 2007, pg. 10, 17-18)

Grande parte das favelas cariocas, senão todas elas, possuem hoje perfis públicos no Facebook com relato cotidiano de suas comunidades. São páginas como Morro do Borel, Morro do Turano, Morro da Mangueira, Complexo do Alemão e muitas outras, que possuem milhares de seguidores cada e constroem suas próprias narrativas sobre o seu lugar.

O cenário é rico, diverso e também complexo. As iniciativas neste novo século, ao contrário de até então, são protagonizadas por jovens moradores de comunidades, não necessariamente ligados aos movimentos sociais tradicionais, embora – em geral – com algum grau de implicação com a realidade social local. Em nossa percepção, a partir de algumas etnografias realizadas e também da presença em uma série de debates sobre o tema, estas características implicam em certo nível de resistência inclusive entre atores tradicionais da luta política contra esses veículos. Este, no entanto, é apenas um dos desafios.

Casos específicos e exemplos ilustrativos deste novo contexto serão explicitados mais à frente nesta pesquisa, como a atuação do jornal comunitário *Voz da Comunidade* durante a operação de ocupação pelo exército das comunidades do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro; e as estratégias para um veículo surgido antes dessa revolução tecnológica, como é o caso do jornal *O Cidadão*, do Complexo da Maré, se manter em conexão com o cenário da comunicação comunitária contemporânea.

É esta cena, orientada pelo histórico de comunicação popular que aqui procuramos mapear, que pretendemos destrinchar nos próximos capítulos, com a consciência de que esta é uma história que ainda está sendo escrita e sobre a qual talvez tenhamos algo a contribuir.

CAPÍTULO 2 - A GLOBALIZAÇÃO POSSÍVEL

Neste segundo capítulo, discutiremos os principais marcos teóricos que guiam este estudo. Depois de uma breve passagem pelas discussões acerca do conceito de comunidade, queremos pensar sobre as conexões entre o local e o global em um ambiente comunicacional de uso cada vez mais intenso nas novas tecnologias de comunicação e informação. A ideia de sociedade em rede, presente em Castells, é parte importante para pensarmos este cenário. No fim, apresentamos um pequeno mosaico com alguns veículos comunitários surgidos neste contexto no Rio de Janeiro, na tentativa de identificarmos nestas experiências as questões discutidas ao longo do texto.

2.1. Pensando a comunidade

Para tratarmos de uma comunicação comunitária, desenvolvida no seio das comunidades populares brasileiras, pensamos em revisitar, ainda que brevemente, o conceito de comunidade e a forma que este tem sido compreendido nas ciências sociais ao longo das últimas décadas. É esse o esforço que faremos nas próximas linhas.

Muitos pesquisadores se dedicaram ao estudo de comunidade. Pode-se pensar desde aqueles que elaboraram os conceitos entendidos como marcos fundadores dessa discussão, como Ferdinand Tönnies, com sua obra “Comunidade e Sociedade”, em 1887; até pensadores mais contemporâneos, como Zygmunt Bauman, que também elabora estudos sobre o conceito de comunidade e sua atualidade no mundo de hoje.

Tönnies, em sua clássica obra, faz uma distinção entre a comunidade e a sociedade, empregando na primeira um tom nostálgico, muito ligado às recordações da vida rural, em meio à explosão do caos urbano que o mundo experimentava naqueles anos finais do século XIX. Se por um lado ele encarava a comunidade como portadora de relações orgânicas, resultantes de uma forma de vida “comum, verdadeira e duradoura”, por outro considerava a sociedade como passageira e aparente, mecânica e imaginária. “Tudo aquilo que é partilhado, íntimo, vivido exclusivamente em conjunto [...] será entendido como vida em comunidade. A sociedade é a vida pública – o próprio mundo” (TÖNNIES, 1975, p.231).

É importante situar o momento histórico vivido no momento em que o sociólogo alemão elabora sua teoria. Com um processo de unificação tardio em relação a outros países europeus, a Alemanha viu tomar força a industrialização, e a superação do sistema feudal, somente a partir da década de 1870. Esse processo de industrialização se deu muito rapidamente e, ao lado de outros pensadores alemães como Max Weber e Georg Simmel, Tönnies buscava entender, dentre outras coisas, como os indivíduos se agrupavam socialmente¹⁹.

Para o sociólogo, a *Gemeinschaft* (comunidade) se relaciona, sobretudo, ao que é comum para todos, algo mais ligado ao afeto e emocional, ao passo a *Gesellschaft* (sociedade) relaciona-se a sujeitos isolados que compartilham interesses racionais. Assim, estabelece uma dicotomia entre comunidade e sociedade: enquanto a primeira é pensada segundo o mundo rural enraizado em antigas tradições medievais, a segunda é vista a partir do mundo do comércio e dos centros urbanos. Tais conceitos influenciam pensadores ainda hoje. “Na *Gemeinschaft*, eles [os indivíduos] permanecem essencialmente unidos apesar de todos os fatores que os separam, enquanto na *Gesellschaft* eles são essencialmente separados apesar de todos os fatores que os unem” (TÖNNIES, 1974, p. 74).

Ainda que importante como marco pensador, o pensamento de Tönnies foi complexificado nas décadas posteriores e a dicotomia que ali se revelava tão forte foi sendo aos poucos abandonada nas análises sobre o conceito de comunidade.

Edward Thompson, historiador inglês, apresenta uma visão de comunidade que a entende como espaço heterogêneo, também marcado por disputas, o que a afastaria de um plano idílico tal qual apresentado por Tönnies e outros intelectuais de sua época. Analisando a classe operária inglesa, já em um contexto urbano, ele conclui que há permanência de um *ethos* de comunidade, um misto de ruptura e continuidade com o rural. Assim, acredita que não há dicotomia tão tácita entre a sociedade e a comunidade, em que a primeira teria substituído abruptamente a segunda no processo de industrialização do país.

não houve nada suficientemente violento para provocar a ruptura das tradições mais antigas (...) Os costumes locais, as superstições e os dialetos não foram abandonados, nem substituídos: o artífice da vila ou da pequena cidade converteu-se, gradualmente, no trabalhador industrial (THOMPSON, 1987, p. 297).

Ele também defende que nem todos os costumes da vida em comunidade, tão celebrados por estudiosos que o precederam, eram “inofensivos ou originais”. Para defender

¹⁹ Conforme visto em Polivanov (2008).

sua leitura, exemplifica com a dubiedade da cultura da plebe, percebida em costumes como a punição dada ao cônjuge em casos de traição.

O pesquisador trabalha com a ideia de que a multiplicidade marcava a base da formação da classe operária inglesa. Assim, os operários formavam distintas comunidades que coexistiam entre si, com bastante heterogeneidade. Isso indicaria que não há uma forma, *a priori*, de constituição das comunidades; antes, elas evidenciam a multiplicidade dos agrupamentos sociais.

Outros autores procuraram definir a comunidade segundo alguns aspectos bastante específicos. Para R. M. Maciver e C. Page, o critério básico da comunidade é que todas as relações sociais de seus membros podem ser encontradas dentro dela.

onde quer que os membros de qualquer grupo, pequeno ou grande, vivam juntos de tal modo que partilham, não deste ou daquele interesse, mas das condições básicas de uma vida em comum.[...] O que caracteriza comunidade é que a vida de alguém pode ser totalmente vivida dentro dela. Não se pode viver inteiramente dentro de uma empresa comercial ou de uma igreja; pode-se viver inteiramente dentro de uma tribo ou de uma cidade (MACIVER e PAGE, 1973, p.122-124)

Nesta linha, apontam dois elementos que são base para se pensar em uma comunidade: a localidade (“uma comunidade ocupa sempre uma área territorial”); e a coesão social, o sentimento de comunidade. “Tem que haver vida em comum com a noção de que se compartilha tanto de um modo de vida quanto de terra comum” (1973, p. 122).

Esses aspectos foram reelaborados por outros autores, sobretudo a noção de auto-suficiência explicitada por Maciver e Page. Mas não apenas: o paradigma da localidade, considerado central em determinados momentos históricos, também é colocado em questão, sobretudo no mundo de hoje em que, como lembra Marcos Palácio, “é possível pertencer à distância” (PALÁCIO, [s.d], 7).

Entre os autores que tratam do conceito de comunidade na contemporaneidade, a comunidade é muitas vezes enxergada como lugar de resistência em meio ao processo de globalização. De fato, a discussão sobre comunidade ganhou novo fôlego nas últimas duas décadas devido à globalização e também à acentuação da percepção de um caráter fragmentário da identidade.

O sociólogo Zygmunt Bauman afirma em sua obra “Comunidade” que nos “tempos implacáveis” em que vivemos, a palavra comunidade “sugere coisa boa” e “soa como música

aos nossos ouvidos”. “O que essa palavra evoca é tudo aquilo de que sentimos falta e de que precisamos para viver seguros e confiantes”, disserta (BAUMANN, 2003, p. 9).

De certa forma, Bauman retoma a concepção clássica de comunidade, mas ressalva que não é algo concreto, que exista no mundo de hoje, mas sim uma projeção do passado (“paraíso perdido”) ou para o futuro (“paraíso ainda esperado”). Como lembra Polivanov, o sociólogo acredita que

a partir do momento em que a comunicação entre os “de dentro” e os “de fora” tornou-se mais intensa e passou a ser mais significativa do que a interna, teria ficado ainda mais claro que o modelo de comunidade proposto por Tönnies não teria de fato existência para além do discurso. Seu “golpe mortal” só viria a ser desferido, no entanto, com a informática, que permitiu um fluxo informacional nunca antes imaginado (POLIVANOV, 2007, p. 43)

Bauman destaca a relevância que tem adquirido a palavra “identidade”, que em muitos contextos surge como “substituta da comunidade”, com o mesmo sentido de dar segurança aos indivíduos, um sentimento inerente da vida comunitária e fruto de desejo no mundo contemporâneo²⁰. Contudo, mais uma vez afirma que nenhuma das duas palavras está à disposição no mundo de hoje, “privatizado e individualizado”.

O paradoxo, contudo, é que para oferecer um mínimo de segurança e assim desempenhar uma espécie de papel tranquilizante e consolador, a identidade deve trair sua origem; deve negar ser “apenas um substituto” — ela precisa invocar o fantasma da mesmíssima comunidade a que deve substituir. A identidade brota entre os túmulos das comunidades, mas floresce graças à promessa da ressurreição dos mortos (BAUMAN, 2003, p. 20).

Mais à frente em sua obra, Bauman faz uma distinção entre dois tipos distintos de comunitarismo, um produzido pelos fracos e excluídos da sociedade, e outro que se conforma nos círculos das elites — que, de certo modo, acreditam comprar parte de sua própria segurança e, portanto, pesa sobre eles com menos intensidade a relação pendular entre a segurança e a liberdade.

Assim, para os mais pobres, a vida em comunidade, a busca pelas sensações “boas” a que a concepção comunitária remete, é uma saída para sobrevivência na alta modernidade. A comunidade, neste contexto, seria um local de horizontalidade, organicidade, cooperação.

²⁰ Bauman faz uma longa discussão sobre o “pêndulo” que opõe segurança e liberdade como duas aspirações do homem ao longo da história. Em nome de uma vida confiável e segura, abre-se mão da liberdade; em busca da liberdade, a segurança é negligenciada. A comunidade seria um espaço em que a segurança é privilegiada. “A segurança e a liberdade”, diz em seu texto, “são dois valores igualmente preciosos e desejados que podem ser bem ou mal equilibrados, mas nunca inteiramente ajustados e sem atrito. De qualquer modo, nenhuma receita foi inventada até hoje para esse ajuste” (BAUMANN, 2003, p. 10).

Raquel Paiva, em diálogo com Bauman, reforça o caráter político de se pensar em comunidade hoje, uma vez que a ideia do comunitário se opõe à filosofia reinante na contemporaneidade, em que se vive um processo de globalização hegemônico e excludente. Para ambos, analisa Polivanov, a comunidade representa uma possibilidade de transformação sociocultural para os excluídos pelo processo de globalização, através da solidariedade e da ajuda mútua compartilhadas numa experiência local.

As favelas cariocas, uma das principais destinatárias do uso do termo comunidade na contemporaneidade, vivem neste emaranhado conceitual que o termo possui. Acreditamos que a comunicação comunitária, sempre que realizada em diálogo com outros movimentos da cultura popular, possui papel-chave para o desenvolvimento de uma identidade local que escape das armadilhas dicotômicas, mas ao mesmo tempo avance na construção de um sentido de comunidade enquanto espaço de horizontalidades.

De forma distinta dos novos meios de comunicação comunitária, que veremos com mais profundidade adiante, os veículos comunitários históricos, em especial os apoiados na radiodifusão, com um limite geográfico de atuação e alcance definidos, possuem um papel muito importante de formação da cultura local e diálogo interno entre os diversos atores e grupos no interior das comunidades. São eles que convocam para mutirões, anunciam notícias de interesse estritamente local (como a morte e local de enterro de um morador, o pedido de ajuda de uma creche comunitária, as vagas para costureiras em uma cooperativa local), assim como apresentam os artistas locais e debatem temas referentes àquela realidade em que se vive. Ajudam, assim, a conformar um sentido de comunidade bastante particular nestes locais.

Um exemplo clássico é o termo “mareense”, cunhado nas páginas do jornal *O Cidadão*, do Complexo da Maré²¹, que passou a ser adotado pela população local como autoafirmação de pertencimento àquele lugar. “Criou-se uma identidade mareense, as pessoas falavam com orgulho que eram mareenses”, nos contou a editora do jornal, Gizele Martins, em entrevista para este estudo.

Os novos veículos comunitários, emergentes já em um processo de irreversível interconexão global, nascem com o intuito não apenas de falar internamente, mas também de anunciar ao mundo as questões locais, como também veremos mais à frente, em diálogo com os atores que vivenciam este momento. Assim, ao passo que possuam forte identidade local e

²¹ Conjunto de favelas da Zona Norte do Rio de Janeiro

expressem isso com clareza até mesmo na escolha dos nomes dos veículos (*FaveladaRocinha.com*, *Maré de Notícias*, *Portal da Cidade de Deus*, *Notícias do Borel*, *A Vez do Morro*, *O Canto do Galo*), esses canais estão cada vez mais integrados a outras regiões e realidades para além das fronteiras de suas comunidades tradicionais, e desejam transmitir suas notícias não mais apenas aos moradores locais, mas também aos agentes diversos deste mundo conectado.

2.2. Considerações sobre o local e o global

Em diálogo com as questões trazidas acima, acreditamos que, neste momento particular da história, o debate sobre o papel do *lugar* em meio a um mundo globalizado também nos parece essencial, especialmente quando nos propomos a discutir a cultura popular e a comunicação comunitária, que parte desse sentido de local para se colocar em diálogo com mundo que pretende atingir.

O sociólogo latinoamericano Nestor Garcia Canclini apresenta dois modos de imaginar a globalização: como um conjunto de estratégias para realizar a hegemonia de conglomerados industriais, corporações financeiras etc., para apropriar-se dos recursos naturais e culturais dos países pobres, subordinando-os à exploração; e também como um horizonte imaginado por sujeitos coletivos ou individuais que desejam inserir seus produtos em mercados mais amplos. Com a expansão global dos imaginários, sustenta o sociólogo, culturas que até então sentíamos estranhas à nossa existência incorporam-se ao nosso horizonte.

Canclini ainda aponta outras características que tornam a globalização, tal como hoje se desenvolve, um modelo injusto para a sociedade. Em seus escritos, alerta para a redução da capacidade de governo dos Estados Nacionais, um esvaziamento dos projetos nacionais e transferência das decisões da política nacional para a economia transnacional, com consequente distanciamento das pessoas das esferas de decisão.

Em um plano cultural, o modelo pode ser ainda mais dramático.

A globalização, que acirra a concorrência internacional e desestrutura a produção cultural endógena, favorece a expansão de indústrias culturais com capacidade de homogeneizar e ao mesmo tempo contemplar de forma articulada as diversidades setoriais e regionais. Destrói ou enfraquece os produtores pouco eficientes e concede às culturas periféricas a possibilidade de se encapsularem em suas tradições locais. Em uns poucos casos, dá a essas culturas a possibilidade de

estilizar-se e difundir sua música, suas festas e sua gastronomia por meio de empresas transnacionais (CANCLINI, 2003, p. 22).

Neste cenário, muitos autores tem celebrado o ressurgimento do local como forte contraponto e modo de resistência ao projeto globalizante. O geógrafo brasileiro Milton Santos defende que “temos um novo papel do ‘lugar’ no mundo de hoje” (SANTOS, 1996, p. 88).

Ao salientar que a globalização atual não é irreversível, Santos reconhece a manifestação da vida local, sobretudo fora dos grandes centros econômicos mundiais, como uma “resposta” e uma “reação” a esse processo de tentativa de homogeneização. “Não podendo essas populações majoritárias consumir o Ocidente globalizado em suas formas puras (financeira, econômica e cultural), as respectivas áreas acabam por ser os lugares onde a globalização é relativizada ou recusada” (SANTOS, 2001, p.84).

Para ele, a cultura local, por ser baseada no território, ganha a força necessária para “deformar” a cultura de massas, com sua tendência homogeneizante. “Gente junta cria cultura e, paralelamente, cria uma economia territorializada, um discurso territorializado, uma política territorializada” (SANTOS, 2001, p. 79).

O território, como bem lembram Haesbaert e Limonand (2007), é uma construção histórica que resulta de duas dimensões principais: uma ligada à esfera político-econômica, portanto mais material; e outra mais imaterial ou simbólica, ligada, sobretudo, à esfera da cultura e do conjunto de símbolos e valores partilhados por um grupo social.

Os homens, ao tomarem consciência do espaço em que se inserem (visão mais subjetiva) e ao se apropriarem ou, em outras palavras, cercarem este espaço (visão mais objetiva), constroem e, de alguma forma, passam a ser construídos pelo território (...) De fato o território não deve ser confundido com a simples materialidade do espaço socialmente construído, nem com um conjunto de forças mediadas por esta materialidade. O território é sempre, e concomitantemente, apropriação (num sentido mais simbólico) e domínio (num enfoque mais concreto, políticoeconômico) de um espaço socialmente partilhado (e não simplesmente construído). (HAESBAERT E LIMONAD, 2007, p. 42).

De acordo com os geógrafos, em tempos de globalização, as territorialidades também passam por mudanças. Se antes, pareciam mais nítidas e mais fáceis de serem identificadas, “hoje há uma complexificação e uma sobreposição muito maior de territórios” (HAESBAERT E LIMONAD, 2007, p. 48).

Também Canclini lembra que a globalização tornou mais complexo o cenário. Ele acredita que existem novas recomposições produzidas ante a relação do local com o global.

Para o sociólogo, apesar de reconhecer as ameaças que a globalização pode representar para as culturais locais e sociedade tradicionais, a opção central hoje não deve ser entre defender a identidade ou nos globalizar. Ele alerta para tendências a se fetichizar o global e, com isso, criar-se polarizações excessivas com o local.

Os estudos mais esclarecedores do processo globalizador não são os que apontam para uma revisão de questões identitárias isoladas, mas os que propiciam a compreensão do que podemos fazer e ser com os outros, de como encarar a heterogeneidade, a diferença e a desigualdade (...) Em meio às tendências globalizadoras, os atores sociais podem estabelecer novas interconexões entre culturas e circuitos que potencializem as iniciativas sociais (CANCLINI, 2003, p. 28)

O sociólogo observa que as tensões entre a globalização e a interculturalidade são interpretadas nas ciências a partir de dois vieses, em que parte dos cientistas procura montar relatos épicos das conquistas da globalização (na economia, na comunicação e em certos aspectos da sociologia) e outra parte constrói narrações melodramáticas com as “fissuras, as violências e as dores” da interculturalidade.

Quando os primeiros admitem, nas margens do relato, os dramas interculturais, como se fossem resistências à globalização, logo tratam de garantir que estas serão eliminadas pela marcha da história e pela sucessão de gerações. Para os segundos, as profundas e persistentes diferenças e incompatibilidades entre culturas mostrariam o caráter parcial dos processos globalizadores, ou seu fracasso, ou os novos deslocamentos gerados pela precipitada unificação do mundo, pouco atenta a tudo o que discrimina e separa. Nos últimos anos, alguns narradores da globalização e alguns defensores das diferenças locais e subjetivas começaram a se escutar uns aos outros: para além da preocupação por contar uma épica ou um drama, interessa aqui entender o que acontece quando ambos os movimentos coexistem (CANCLINI, 2003, p. 32).

Neste sentido, Santos (1997) recorda que “cada lugar é, ao mesmo tempo, objeto de uma razão global e de uma razão local, convivendo dialeticamente”. Segundo o geógrafo, no *lugar* a cooperação e o conflito são a base da vida comum. O lugar, diz ele, ocupa uma posição central neste tempo histórico em que vivemos. Ao passo que é uma referência pragmática do mundo, o lugar também é enxergado como espaço espontâneo e criativo, um “teatro insubstituível das paixões humanas”.

Appadurai (1997) também identifica nas localidades modos de vida constituídos por relações mais estáveis e histórias relativamente conhecidas e compartilhadas. Por isso, o trabalho de produzir localidades entra frequentemente em conflito com os projetos do Estado-nação, em parte porque os compromissos que caracterizam a subjetividade local fazem mais pressão, são mais contínuos e promovem maior dispersão do que a ordem constituída suporta, dificultando sua obsessão por regular a vida pública.

Mais ainda, é da natureza da vida local desenvolver – em parte, pelo menos, por contraste com outras localidades – seus próprios contextos de alteridade (espacial, social e técnica), os quais podem não se adequar às necessidades de padronização social e espacial, pré-requisito para o cidadão-sujeito moderno (APADDURAI, 1997, p. 34).

Renato Ortiz, em sua obra “O senso comum planetário”, alerta para a formação de um senso comum sobre a globalização que ignora as muitas complexidades deste processo. Ele recorda algumas das expressões utilizadas correntemente para se referir a esse processo, no que ele chama de “profusão de metáforas”, muitas delas disseminadas com pouco espírito crítico: “mundo sem fronteiras”, “quarta onda”, “primeira revolução mundial”, “sociedade do acesso” e, sobretudo, “sociedade em rede” (“não seria mais correto dizer: existem redes na sociedade?”, questiona).

Sobre o fim das fronteiras territoriais, com a conseqüente diluição do local e fortalecimento de uma ordem universal desterritorializada, Ortiz afirma ser um preceito equivocado e enganador. A globalização não significaria o fim das fronteiras, dos Estados-nação ou mesmo das localidades. Ao contrário, ela sugere a redefinição de antigos limites geográficos, assim como a criação de novas fronteiras.

Canclini, a esse respeito, lembra que não é mais possível distinguir com nitidez o local do universal. Na interação dinâmica entre o global e o local, é preciso analisar com cuidado as maneiras como o global “estaciona” em cada cultura e como o local se reestrutura para sobreviver.

2.2.1. Um breve mergulho na favela

No Rio de Janeiro, os territórios de favela possuem histórico de luta pela construção de uma identidade cultural própria e pelo reforço das especificidades locais. Nestas regiões ainda persiste um sentido de território bastante particular, distinto talvez do majoritário nas sociedades modernas, com uma apropriação simbólica e muito forte do lugar como marco identitário.

Talvez em função de décadas de presença precária do Poder Público, as favelas da cidade foram forçadas a desenvolver seu próprio *modus operandi* para driblar essas ausências e construíram – constroem ainda hoje – seu próprio ordenamento naquele espaço geográfico. Se em um plano dominante, a cidade cresceu sobre regras e lei homogêneas, nesses

espaços não hegemônicos, outras construções foram realizadas, com sistemas de ações e objetos diferenciados.

A Lei do Lugar e a Lei do Mundo (hegemônico), ou em outras palavras a cultura global e a cultura local, se encontram e confrontam em maior ou menor amplitude em diferentes culturas e sociedades. Neste espaço específico que analisamos - as favelas cariocas - e também neste momento histórico específico - de favelas integradas à “Política de Pacificação” - este encontro é diário, intenso e conflitivo. A ordem do global e a ordem local, no sentido estrito que propomos nessa discussão, estão em choque.

Pensar nos territórios de favela neste momento requer um esforço especial de análise sobre os cenários que se seguiram à implantação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) nos morros cariocas e os impactos decorrentes dos choques entre a cultura local e a imposição de uma normatização externa; ou seja, queremos ainda que brevemente pensar sobre os limites entre a Ordem Universal e a Ordem Local, confrontadas a todo o tempo e especialmente na experiência das UPPs na capital fluminense.

As Unidades de Polícia Pacificadora são um programa da Secretaria de Estado de Segurança Pública do Rio de Janeiro, implantado inicialmente na favela de Santa Marta, em Botafogo, Zona Sul carioca, e que hoje se estende em 40 unidades que atendem cerca de 250 favelas em todas as regiões da cidade - embora com predominância nas Zonas Sul e Norte. As UPPs, enquanto programa, *se propõem* a trabalhar com os princípios da polícia de proximidade, instalando bases fixas nas comunidades atendidas e com policiamento ostensivo durante 24 horas.

O programa foi inspirado, sobretudo, em uma ação realizada na cidade de Medellín pelo governo colombiano. No vizinho sulamericano, em cinco anos, entre 2002 e 2007, a taxa de homicídios recuou de 138 para 33,8 por cem mil habitantes. Nos anos imediatos que se seguiram à implantação das UPPs no Rio de Janeiro, a curva dos índices de criminalidade letal também indicou algum êxito do programa neste fim específico.

Segundo estudo realizado pelo Laboratório de Análise de Violência da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (LAV-UERJ) em 2012, a presença das UPPs está diretamente ligada à redução de crimes violentos nas regiões onde se instalam. A pesquisa intitulada “‘Os Donos do Morro’: uma avaliação exploratória do impacto das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) no Rio de Janeiro” afirma que as áreas pacificadas experimentaram uma

redução de quase 75% no número de mortes violentas, o que significa que cada unidade é responsável por “salvar” ao menos seis vidas por ano.

a presença das UPP consegue efetivamente reduzir drasticamente a violência letal nas comunidades ocupadas. Em particular, as mortes de civis por intervenção policial tornam-se muito raras, em função do fim dos confrontos armados pela disputa do território e, talvez, de uma estratégia policial mais contida. Da mesma forma, os roubos também caem numa proporção maior à do resto da cidade, indicando que a redução da criminalidade armada é um dos principais resultados locais das UPPs. (CANO, 2012, 45).

Esta foi o principal trabalho realizado até então de sistematização de dados oficiais da segurança pública para mensuração dos efeitos das UPPs neste campo específico. Antes disso, outros levantamentos foram realizados com base nos dados do Instituto de Segurança Pública do Rio de Janeiro (ISP), que também indicam queda acentuada no número de homicídios nas regiões com UPPs, além de pesquisas realizadas em fontes secundárias, como a publicada no dia 21 de maio de 2011, no jornal carioca Extra: um levantamento realizado em 2011 nos setores de emergência dos quatro principais hospitais públicos da cidade²², revelou uma queda de 46,6% no número de pessoas baleadas no primeiro trimestre daquele ano em comparação com o mesmo período de 2009.

Os resultados alcançados pelo programa em seus primeiros anos de implementação, somados a uma eficiente estratégia de comunicação oficial reforçada pelos principais veículos de comunicação da cidade, geraram índices bastante elevados de aprovação ao programa, sobretudo em regiões que se localizam nos arredores das favelas em que as unidades foram instaladas. Nas próprias favelas, a aprovação de modo geral também foi alta, ainda que a atuação das polícias no interior das comunidades tenha sido alvo de críticas desde os primeiros momentos de instalação das UPPs²³.

²² Souza Aguiar, Miguel Couto, Lourenço Jorge e Salgado Filho. Disponível em <http://migre.me/dICLo>

²³ Por si, as experiências que vivi nas favelas com UPPs, durante o período de dois anos em que transitei por grande parte delas e estive em contato com a realidade de todas, em maior ou menor grau, já me levariam a traçar esse quadro: há, sim, aprovação elevada à política de segurança, de significativa parcela das comunidades, embora este apoio não signifique adesão automática ou acrítica. Ao contrário, o que observo é que as vozes críticas se tornam crescentes à medida que se passa o tempo da ocupação.

Contudo, gostaria de indicar também algumas pesquisas e estudos que referendam essa percepção e trazem dados com relação à opinião da população carioca em relação a essa política de segurança: pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Pesquisa Social (IBPS) em fevereiro de 2010, realizada com moradores das sete favelas que tinham recebido o programa até o momento, mostrou que 86% da população local avaliavam que a segurança havia melhorado na comunidade; em novembro deste mesmo ano, o IBPS voltou às ruas e, agora em uma pesquisa ampliada, constatou que 92% dos moradores aprovavam o programa; no ano seguinte, um estudo da Fundação Getúlio Vargas com moradores do Complexo do Alemão verificou que 72% aprovavam a política das UPPs – embora esta mesma pesquisa tenha mostrado uma avaliação muito negativa sobre o tratamento que os moradores recebiam da polícia. Na mesma linha, a pesquisa "O Efeito UPP na Percepção dos Moradores das

Os dados mais recentes do ISP apontam para uma reversão, em 2013, da curva de queda dos homicídios verificada desde o início da implantação das UPPs, cinco anos antes. Em todo o estado, aumentou 16% o número de homicídios dolosos em relação ao ano anterior, ainda que os números estejam abaixo do verificado no período anterior à instalação das UPPs. Nos últimos meses, uma sucessão de acontecimentos tem levado o programa à maior crise desde o seu surgimento, com casos revelados de desaparecimentos, torturas realizadas dentro de unidades de policiamento, confrontos armados nas “áreas pacificadas”, protestos de moradores contra ações realizadas pela polícia, além dos aumentos nos índices oficiais de crimes letais, conforme já explicitado acima.

Assim, em diálogo com as recentes manifestações críticas à respeito da política de Segurança, e ao mesmo tempo sem deixar de considerar os dados positivos sobre a instalação das UPPs no que diz respeito à diminuição da violência letal, queremos oferecer um contraponto argumentando que os efeitos da Política de Pacificação não podem ser medidos apenas pela régua das estatísticas criminalísticas oficiais, quando seu impacto nas comunidades em que se instala não se dá apenas no campo *stricto sensu* da Segurança Pública, mas também – e sobretudo – em um plano cultural, do dia a dia da comunidade, dos costumes, valores e sentidos existentes e historicamente construídos nesses locais.

Em sua página principal a Secretaria de Segurança define que um dos objetivos centrais da atuação de sua polícia pacificadora é ser pautada “pelo diálogo e pelo respeito à cultura e às características de cada comunidade”. A afirmação da secretaria é confrontada em certo nível pela experiência diária e concretamente por um relatório de avaliação das políticas implantadas a partir da instalação das UPPs, em que a grande queixa nas comunidades é que os programas raramente se conectam com as realidades locais: vêm uniformizados, conformados de acordo com um ordenamento externo, e não dialogam com as experiências do lugar – ou mesmo as ignoram completamente. No relatório da pesquisa, é descrito que “de maneira geral, a comunidade aponta para uma necessidade de que as ações desenvolvidas pelo

Favelas” (BURGOS, 2012), realizada a partir de estudos de casos em quatro favelas, avaliou que embora haja ceticismo com relação aos efeitos das UPPs no longo prazo, os moradores entrevistados tinham avaliação positiva e esperançosa com relação a essa política.

É claro que é preciso complexificar todos esses dados e pesquisas, uma vez que, dentre outros aspectos, muitos moradores sentem-se intimidados a manifestarem opinião negativa com relação à UPP, pois isso muitas vezes é interpretado, inclusive pela academia, como uma “aprovação” ao tráfico. Mas nos parece expressar uma verdade o fato de que grande parte da população, inclusive grupos e movimentos comunitários, enxerga o processo de pacificação de forma positiva, pelas possibilidades que traz, embora – e é importante repetir – sejam crescentes as críticas e contestações às práticas cotidianas da polícia nestas comunidades.

Poder Público se façam mais presentes no território, em interlocução com a cultura, a demanda e a realidade local” (VELLOSO, 2013, p. 129).

Minha experiência empírica me permite narrar inúmeros exemplos do que os moradores relatam acima. Um curioso é o uso intenso da expressão “no asfalto é assim” como justificativa para a adoção de medidas unilaterais que pressionem a comunidade para se submeter a regras impostas, seja por concessionárias de serviços públicos, seja secretarias governamentais: se querem [a favela] se integrar à *cidadania*, têm que cumprir seus deveres e aceitar os ônus de serem *cidadãos*. Devem, como é dito, se integrarem à “cidade formal”. Isso diz respeito à realização de festas até determinado horário; à coleta de lixo e recolhimento de entulho apenas nos dias previamente agendados; à formalização do comércio e regularização do pequeno empreendedor; à utilização *racional* da água, entre outros aspectos.

Os mais intensos conflitos entre a polícia e a comunidade se dão na relação dos agentes com as juventudes locais – e neste ponto se torna explícita a distância entre a normatização militar e o estilo de vida do jovem de favela. O exemplo mais forte se concentra sobre a tentativa de marginalização da música funk e mitigação dos eventos ligados a essa cultura. Após diversos debates travados na sociedade e no próprio governo, o cenário começa a se abrir, mas o que se verifica é que a realização de bailes funk e mesmo a simples execução do ritmo em espaços públicos ainda é uma das maiores controvérsias nas comunidades com UPPs.

Os motivos para essa criminalização do funk são históricos e não daríamos conta de refazer esse percurso neste trabalho²⁴. Mas as razões legais para o impedimento da realização de bailes funk se concentraram na Resolução 013, editada pela Secretaria de Segurança para regulamentar a realização de eventos no estado do Rio. As regras ali contidas, teoricamente válidas para todo o estado, se tomadas com rigidez inviabilizam a realização de qualquer evento nos espaços populares do Rio de Janeiro. A resolução exige dos produtores, mesmo nos menores eventos, um plano de incremento de transportes de massa, delimitação de grandes áreas de estacionamento, criação de postos médicos com ambulâncias, a instalação de circuito interno de TV, entre outras exigências. Estabeleciam ainda a possibilidade de a autoridade policial interditar um evento por “outros requisitos”, conforme avaliação pessoal

²⁴ Refazem esse percurso e discutem as questões relativas ao funk carioca autores como Hermano Vianna (1997), Adriana Facina (2012) e Silvio Essinger (2005).

do profissional. A norma foi suspensa agosto de 2013, após enorme pressão exercida por movimentos populares e ativistas culturais junto ao Governo do Estado.

Qual a constituição?

Permitimo-nos relatar outro caso em que estivemos presentes e demonstram outras lacunas e limites desta política. Em um momento de diálogo entre policiais e moradores, mediado pela Secretaria de Estado de Direitos Humanos, após quase dois anos de instalação da unidade no Morro do Borel, na Tijuca, surgiu a questão, vinda de uma mulher “nascida e criada” na favela: “Qual a constituição que vai valer para nós hoje?”. Outra pergunta havia sido feita minutos antes, de um morador a um policial, extensiva à tropa que se fazia presente. “Quem são vocês que estão chegando agora?”. Um terceiro morador insistiu. “A ficha vai demorar a cair”. Por fim, uma senhora lembrou: “Crescemos sabendo que a polícia era inimiga. E às vezes era mesmo”. Depois, com ironia. “De repente, ficou ‘tudo azul’”. E arrematou: “São trinta anos, não vai acabar de uma hora para outra, em um ou dois anos. Essa conta não vai fechar”.

A “conta que não fecha” parece-nos uma boa metáfora para entender os muitos desafios e conflitos surgidos neste momento em pelo menos 250 favelas do Rio de Janeiro: não fecha pela diferença entre um histórico de opressão policial e a promessa de um policiamento comunitário; pelas regras que ora querem ser impostas à comunidade em confronto com as regras do território, já estabelecidas pelos atores locais; pelo hiato das promessas de diálogo e a realidade de imposição; ou ainda, em um plano mais conceitual, o confronto entre as verticalidades do Mundo e as horizontalidades do Lugar.

Ainda assim, dialogando com a tradição de rearranjo de suas questões locais frente às intempéries e oportunidades dos momentos históricos, as próprias comunidades apontam caminhos a ser trilhados para a superação de alguns desafios impostos por essa política. A Rede Social do Borel é, desde sua constituição, um dos principais esforços no sentido da construção de pontes entre a cultura e as demandas locais e os agentes externos, advindos com a pacificação. Criada por iniciativa comunitária, absolutamente autônoma, a partir dos atores e instituições que já atuavam no local, a Rede se consolidou como principal mediador entre o Poder Público, Iniciativa Privada e a comunidade. Em um paralelo, podemos citar Canclini, que anteviu a “proliferação de redes dedicadas à ‘negociação da diversidade’” (2003, p. 29).

A Rede surge pouco antes da implantação da UPP na comunidade, em junho de 2010, quando os atores locais percebem que, a exemplo do que aconteceu em outras comunidades, a pacificação, a despeito dos avanços que trazia, poderia significar um risco a tudo o que foi construído pelas instituições comunitárias nas últimas décadas. “A gente estava enfraquecido? Não, mas frente à chegada dessas instituições de fora com suas próprias propostas, claro que poderia haver um enfraquecimento da própria identidade dessas instituições”, explica Mônica Francisco, integrante da Rede, em entrevista ao livro *Favela como Oportunidade* (VELLOSO, 2012, p. 364-365).

Assim, o coletivo tem promovido diálogo com entidades e órgãos do poder público para que ações e projetos que venham a ser desenvolvidos na comunidade respeitem a identidade comunitária. O grande objetivo é que a comunidade participe das decisões que vão impactar seu dia a dia, e as reuniões mensais da Rede têm encontrado adesão tanto de moradores, quanto de instituições externas interessadas em conhecer e/ou realizar qualquer ação no morro.

Outras iniciativas, em outras comunidades, também apontam para possibilidades de interlocução entre a ordem local e as ordens externas. Muitas vezes, ou na maioria delas, os sinais de esperança são forjados por meio de pressão popular, por atores que, como aponta Canclini, “em meio às tendências globalizadoras, (...) podem estabelecer novas interconexões entre culturas e circuitos que potencializem as iniciativas locais” (2003, p. 28).

É o caso dos bailes funk, como já citamos, que começam a ser retomados em algumas comunidades do Rio, a partir da compreensão do ritmo como Patrimônio Cultural do Rio de Janeiro e de um chamado persistente da sociedade civil para que o Governo dialogasse sobre a proibição então vigente. Da mesma forma, grupos de preservação da memória local se proliferam em diversas comunidades do Rio para a criação de um marco simbólico de respeito à identidade e cultura locais, e ganham força movimentos como o Ocupa Alemão, organizados pelos moradores em resposta à abusos do Poder Público com o intuito de, conforme documento de convocação dos eventos, “ocupar simbolicamente o nosso próprio território, que ora foi ocupado pelo poder paralelo, ora pelo Estado”.

E é neste sentido também que Milton Santos defende que o mundo precisa dos lugares, na medida em que, sem as especificidades, ele seria apenas um conjunto de possibilidades, cuja efetivação depende das oportunidades oferecidas pelos lugares.

É o lugar que oferece ao mundo a possibilidade de sua realização mais eficaz. Para se tornar *espaço*, o Mundo depende da virtualidade do Lugar (...) A ordem global busca impor, a todos os lugares, uma única racionalidade. E os lugares respondem ao Mundo segundo os diversos modos de sua própria racionalidade (SANTOS, 1996, p. 230)

O processo de globalização, dessa forma, não conseguiria destruir as identidades nacionais, regionais e comunitárias. A análise é compartilhada por outros autores. Para Stuart Hall, uma das principais referências teóricas ao se pensar a teoria cultural hoje, a globalização pode levar a um fortalecimento das identidades locais ou mesmo à produção de novas identidades. “Ao lado da tendência em direção à homogeneização global, há também a fascinação com a diferença e com a mercantilização da etnia e da alteridade. Há, juntamente com o impacto do global, um novo interesse pelo local”. Este local, continua ele, “não deve ser confundido com velhas identidades, funcionalmente enraizadas em localidades bem delimitadas. Em vez disso, ela atua no interior da lógica da globalização” (HALL, 2005, p. 77-78).

No caso específico das favelas, a pesquisadora Lícia Valladares alerta para a existência de identidades locais que são apagadas nas narrativas (acadêmicas, inclusive) que enquadram o conjunto diverso de comunidades como uma única realidade. Para a autora, que se dedicou a estudar a origem da favela e as implicações das ciências sociais com estes territórios, existem dogmas que, colocados como pressupostos por pesquisadores dedicados ao tema, sequer são discutidos e acabam por se tornar constituindo-se a “base implícita” desse campo de pesquisa.

O primeiro dogma diz respeito à especificidade da favela, que tem sido considerada um espaço absolutamente específico e singular, tanto para a geografia, o urbanismo, juridicamente e também nas ciências sociais. Outro dogma diz respeito à ideia de favela enquanto *locus* da pobreza, “o território urbano dos pobres”.

É importante lembrar que o termo favelado, originalmente o habitante de favela, ou seja, de um lugar determinado, passou a designar de maneira pejorativa quem quer que ocupe um lugar social marcado pela pobreza ou pela ilegalidade. Nesta representação, o morador de uma favela não só pertence ao mundo popular como também ao mundo dos problemas sociais. Com a crescente difusão da imagem da favela como enclave, reafirma-se a pobreza engendrando a pobreza, e a pobreza engendrando problemas. Será que não estamos diante do círculo vicioso da estigmatização? (VALLADARES, 2005, p. 149)

Por fim, a pesquisadora elege como terceiro dogma uma crença na “unidade” da favela. “Ainda que todos reconheçam tratar-se de uma realidade múltipla, todos se deixam

levar pelo hábito de reduzir um universo plural a uma categoria única” (VALLADARES, 2005, P. 151).

Esse tratamento singular concedido ao conjunto de favelas diversas tem implicações importantes, segundo Valladares, quer seja na análise científica, com a adoção da homogeneidade como pressuposto e o desinteresse pela diversidade, ou no mesmo plano político, com governos que – apesar de possuírem todos os dados estatísticos à mão – ignoram tais diversidades e agem no conjunto de favelas como se todas fossem apenas uma.

Um dos exemplos mais latentes se dá logo na lógica de implantação das Unidades de Polícia Pacificadora, das quais falamos alguns parágrafos acima. Comunidades distintas são agrupadas sob um mesmo teto, que as classifica como um “complexo” e, de repente, como que em um passe de mágica, dois territórios com identidades diversas passam a ser apenas um para o Poder Público, à revelia da história e cultura locais.

São muitas as comunidades que passam por isso. (Complexo do) Andaraí, (Complexo do) São Carlos e (Complexo do) Borel só para citar alguns. São conceitos totalizadores que englobam comunidades com perfis distintos e experiências sociais também diversas. No caso do Borel, dentro do que o Poder Público definiu como um único território, a partir de um recorte puramente geográfico que englobou sete comunidades em um único bloco, existe uma favela com mais de sete mil habitantes e outra com apenas 196. Comunidades com 99% dos domicílios com esgotamento sanitário considerado adequado, enquanto outras que não chegam a 10%. Regiões em que metade das famílias vivem com renda per capita de até meio salário mínimo, enquanto em outras esse percentual não chega a 20%²⁵.

No auge dos conflitos, duas comunidades historicamente rivais no bairro da Tijuca, Zona Norte do Rio de Janeiro: o morro do Borel e o morro da Casa Branca, vizinhos, sempre pertenceram a mundos distintos e paralelos. O primeiro surge na década de vinte do século passado e é marcado com grande mobilização social, abrigando a primeira associação de moradores da história do Rio (e uma das primeiras do país). O segundo aparece já na segunda metade do século e ainda hoje não possui perfil associativo e abriga pouquíssimas instituições comunitárias locais. Mas as diferenças mais significativas são sedimentadas em outras bases, mais recentes: as comunidades estavam sob o comando, nos últimos 30 anos, de facções rivais

²⁵ Dados consolidados do Censo 2010 do IBGE. Disponível no portal <http://censo2010.ibge.gov.br>

no controle do tráfico de drogas, que acabou por criar um muro virtual que segregava os morros vizinhos e delimitava os limites territoriais para a própria população.

Com o processo de transformação destes morros em “complexo”, o que vemos são condições históricas, sociais e culturais muito distintas sendo enquadradas em um mesmo pacote, e sobre elas aplicado (ou ao menos planejado) o mesmo grupo de ações, verticalmente, sem que se leve em conta essas diferenças. É uma tentativa de apagamento das identidades e territorialidades locais para criar um espaço uniforme, ordenado e único, teoricamente mais simples para a ação – uniforme – do Poder Público.

Valladares argumenta que os responsáveis pelas políticas públicas sempre sustentaram esses dogmas, em especial com relação à especificidade do universo das favelas, para executar programas distintos sob um mesmo pressuposto: esses territórios são zonas ilegais, fora das normas e subequipadas, que devem ser objeto de medidas especiais. Também aponta um conjunto de associações e ONGS, além de muitos pesquisadores, como interessados em manter esses pressupostos.

A partir de uma análise da realidade social da favela da Rocinha, na Zona Sul carioca, em conjunto com dados censitários e outros instrumentos de pesquisa, a pesquisadora questiona a pretensa “homogeneidade” das favelas, tanto na relação de umas com as outras, como – e talvez sobretudo – no interior de cada comunidade.

Os resultados são evidentes: nem homogeneidade, nem especificidade das favelas, nem unidade entre elas e, no caso das grandes, nem mesmo dentro delas. Estudos que realizamos a partir do recenseamento de 1991 permitiram demonstrar que, ao contrário da visão dominante, as favelas apresentam sinais evidentes de heterogeneidade – em sua realidade física, especial e social – a tal ponto que se torna impossível alinhá-las em uma categoria única e distinta. (VALLADARES, 2005, p. 157).

A análise concreta e minuciosa dos cenários da favela, somada às discussões que apresentamos anteriormente, sobre globalização e localidades, nos permite pensar sobre a função da comunicação em um contexto como este. Os novos comunicadores comunitários de fato pensam na comunicação como ferramenta para comunicar ao mundo as especificidades do seu lugar, a cultura local em sua diversidade.

Neste sentido, podem tanto contribuir para o reforço desses dogmas, uma vez que apresentam a favela como especificidade, mas têm potencial ainda maior para, afirmando suas identidades, desconstruir certa crença na homogeneidade e conformidade de todos os espaços populares. Stuart Hall, como já citamos acima, lembra que “há, juntamente com o impacto do

global, um novo interesse pelo local”. E é sobre esse interesse que uma cena de inúmeras possibilidades parece se abrir para a comunicação comunitária, para que funcione, em um mundo altamente globalizado, como canal para comunicar ao mundo, em diálogo com outras experiências em todo o globo, as especificidades locais.

2.3. O uso massivo das novas tecnologias e o afrouxamento das barreiras

Neste cenário de afrouxamento de barreiras, de diálogo e interação entre o global e o local, cabe também pensar no papel central que as novas tecnologias assumem na cultura contemporânea como grande mediadora dessas relações instituídas entre as particularidades do lugar e a diversidade do mundo.

Manuel Castells é considerado o principal formulador das teorias sobre as redes sociais digitais. O sociólogo defende que o mundo passa por um processo de transformação estrutural desde as últimas duas décadas, associado à emergência de um novo paradigma tecnológico que se difundiu por todo o mundo, embora de maneira desigual. Para elaborar sua teoria, Castells desenvolve, com expressivo grau de adesão, um conceito de *sociedade em rede*, que corresponde, em suas próprias palavras, a

uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microeletrônica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir do conhecimento acumulado nos nós dessas redes (CASTELLS, 1999, p. 20)

Nesta sociedade, o poder se organiza em torno de redes programadas em cada área da atividade humana, que se interligam e constituem redes entre elas próprias – são as redes financeiras, as multimídias globais, a militar e de segurança, as redes criminosas e a rede de produção e aplicação da ciência, tecnologia e administração do conhecimento. Castells entende que as redes de poder o exercem, sobretudo, influenciando a mente humana por meio das redes de comunicação de massa. “Assim”, explica, “as redes de comunicação são fontes decisivas de construção de poder” (CASTELLS, 2013, p. 12)²⁶.

²⁶ Ahamos importante sinalizar que a ideia de sociedade em rede não é consensual, ainda que estejamos alinhadas a ela. Renato Ortiz, já citado, lembra que as redes não são novidades e certamente já eram sociais desde o amanhecer das sociedades. Sem deixar de reconhecer que a tecnologia de comunicação é capaz de “aumentar a latitude” da informação, incrementando a comunicação entre os homens, ele alerta para o fato de que as tecnologias não são capazes de criar, por si, os fenômenos sociais. (ORTIZ, 2006, 52 e 59)

O sociólogo defende que há uma transformação da sociabilidade que é suportada pela lógica das redes de comunicação. Não que desapareça a interação face a face; ao contrário, argumenta Castells, na maior parte das vezes os usuários de internet são mais socializáveis, têm mais amigos e maior nível de engajamento social e político que os não usuários. Contudo, a sociedade em rede favorece a emergência do individualismo em rede, na medida em que se constroem as sociabilidades em redes de comunicação auto-seletivas, ligadas ou desligadas dependendo das necessidades ou disposições de cada indivíduo. “Então, a sociedade em rede é a sociedade dos indivíduos em rede” (CASTELLS, 1999, p. 23).

O principal aspecto de transformação ocasionada pela sociedade em rede se dá de fato no próprio campo da comunicação – que é, por excelência, o espaço público, local cognitivo em que as pessoas recebem informação e formam seus pontos de vista sobre os diversos aspectos da vida social. Para o sociólogo, com a contínua transformação da tecnologia da comunicação na era digital, o alcance dos meios de comunicação é ampliado para todos os domínios da vida social. A mudança do ambiente comunicacional, assegura, “afeta diretamente as normas de construção de significado e, portanto, a produção de relações de poder” (CASTELLS, 2013, p. 11).

O novo sistema de comunicação seria definido por três grandes tendências: primeiro, a simultaneidade de atuação local e global assumida pelos aglomerados de mídia; depois, a gradual transposição do sistema de comunicação para um modelo mais digitalizado e interativo, menos organizado centralmente e cada vez mais especializado e fragmentado; e por fim, o que nos interessa pensar fundamentalmente neste estudo, vê-se uma explosão de “redes horizontais de comunicação”, construída por atores e grupos distintos do que até então comandavam os sistemas de comunicação de massa.

A comunicação entre computadores criou um novo sistema de redes de comunicação global e horizontal que, pela primeira vez na história, permite que as pessoas comuniquem umas com as outras sem utilizar os canais criados pelas instituições da sociedade para a comunicação socializante (CASTELLS, 2013, p. 24).

De acordo com ele, como os meios de comunicação tradicionais são amplamente controlados pelos governos e pelas grandes corporações midiáticas, a autonomia da comunicação é basicamente construída por meio do uso intensivo das novas tecnologias de comunicação. Os movimentos sociais, ao longo da história, são produtores de novos valores e objetivos para a vida social. Nestes tempos contemporâneos, os atores da mudança social são

capazes de exercer o contrapoder no desenvolvimento de redes autônomas de comunicação horizontal, subvertendo a prática de comunicação tal qual ela se dá usualmente.

Nesta mesma linha, Pollyana Ferrari acentua que o desenvolvimento da multimídia, as conferências e redes via computação, e as novas formas interativas de acesso à informação representam um novo território de luta e disputa na sociedade contemporânea. “As redes de movimentos sociais utilizam-se da possibilidade que oferecem as redes tecnológicas, de troca horizontal de informação, para fortalecer suas estratégias de conquista de espaço na sociedade” (FERRARI, 2007, p. 87).

A essa horizontalidade advinda do uso da internet e redes sem fio como plataformas da comunicação digital, Castells chama de *autocomunicação*. Ao mesmo tempo em que se constitui comunicação de massa²⁷, pelo potencial de alcançar uma multiplicidade de receptores, em um número infindável de redes que podem ser conectadas em todo o mundo; a produção da mensagem pode ser decidida de modo autônomo pelo emissor e a designação do receptor é direcionada. “A autocomunicação de massa fornece a plataforma tecnológica para a construção de autonomia do ator social, seja ele individual ou coletivo, em relação às instituições da sociedade” (CASTELLS, 2013, p. 12).

As redes horizontais ameaçam ainda a hegemonia no controle da informação historicamente obtida por atores legitimados socialmente e autorizados para serem os intérpretes oficiais do cotidiano – o jornalista. Como lembra André Borges, ao analisar a ascensão dos blogs no cenário da comunicação brasileira, a arma mais comumente utilizada pela imprensa tradicional para se defender da novidade representada pelos veículos que se apoiam nas plataformas tecnológicas procura se valer dos “tradicionais processos e métodos da produção jornalística” para desqualificar tais iniciativas. “Falta de organização das notícias, limitação de diversidade de fontes, pouca periodicidade, baixa credibilidade e ausência de compromisso com o leitor estão entre as principais queixas” (BORGES, 2007, p. 42)²⁸.

²⁷ Sabemos que o conceito de comunicação de massa é polissêmico e está em disputa, com diferentes autores que defendem que o termo diz respeito a um tipo de produção em série para consumo em série, por um grande número de pessoas; neste caso específico, estamos nos referindo ao uso do conceito no sentido do que diz Castells, em que este é sinônimo de quantidade de público a ser alcançado.

²⁸ E se no texto o autor se refere especificamente aos blogs noticiosos, podemos fazer um recorte mais recente e pensar nos argumentos utilizados por muitos dos arautos da grande imprensa na crítica à Mídia Ninja e outros veículos alternativos que se destacaram na cobertura das grandes manifestações de junho e julho de 2013 que se realizaram em centenas de cidades do país. Não raro era possível ouvir o argumento de que tais práticas não

A possibilidade da construção de uma comunicação horizontal, já praticada desde antes por movimentos de comunicação popular mas potencializada com a explosão do uso das redes sociais digitais, determina o declínio da exclusividade (não da influência, claro) do jornalista quanto à divulgação de informações. Agora não apenas o ator legitimado institucionalmente, mas também atores locais, coletivos e diversos podem apresentar suas narrativas ao mundo sobre os acontecimentos de cada lugar.

Assim, o jornalismo comunitário pode apresentar sinais de contradição com relação ao jornalismo tradicional. Sobretudo porque faz de seu território geográfico uma marca identitária e admite que está inserido no mundo que pretende retratar – ao contrário do jornalismo hegemônico, dito objetivo, que em sua filosofia vende a ilusão de um escritor (o jornalista) que narra o mundo de fora, a partir de uma leitura privilegiada e autorizada do objeto narrado.

Há um deslocamento de emissão, do jornalista formalmente constituído para o simples morador da comunidade, muitas vezes sem formação profissional, que utiliza de mecanismos quase caseiros para narrar a realidade local. São vozes diferentes, oriundas dos setores marginais da sociedade, aqueles historicamente destinados a serem receptores passivos do discurso midiático, que estão produzindo seu próprio discurso, sua própria narrativa.

Há uma rede de agentes e agências produzindo informações, lutando pelo direito à significação, ignorando ou enfrentando proibições diversas (como a obrigatoriedade do diploma para o exercício de algo que deveria ser democraticamente público, que é o de gerar informações; ou as dificuldades de acesso aos meios e às tecnologias que permitem a produção e circulação das informações, por obstáculos legais ou econômicos; ou as barreiras econômicas, políticas e culturais para o uso pleno dessas novas tecnologias pelo usuário comum), se colocando como sujeitos concretos de seu processo histórico. (ENNE, 2007, p. 17-18)

E é neste contexto de grande transformação que surgem novas práticas e veículos de comunicação comunitária, que – para além de noticiarem questões locais para suas próprias comunidades – comunicam a um público cada vez maior, através das redes sociais, os fatos vividos nas periferias brasileiras. As Novas Tecnologias de Comunicação e Informação (NTCIs), com seus limites e potências, possibilitaram aos atores locais o encontro com meios mais democráticos e mais acessíveis para se expressar.

seriam jornalismo, por não terem como ideal a objetividade e não se utilizarem dos métodos jornalísticos, que prezariam pela isenção, imparcialidade e outras características nobres.

Em comum, os veículos utilizam da internet como principal meio de difusão de suas narrativas, embora muitos possuam também versões impressas. De maneira geral, os novos veículos comunitários atingem um público cada vez maior, extrapolando as fronteiras locais, e utilizam-se fartamente das redes sociais para divulgação das notícias ou mesmo para a construção delas.

A instantaneidade, a transmissão descentralizada, a abrangência global, a rapidez e o barateamento de custos tornaram-se vantagens ponderáveis para o desenvolvimento de um modo de produção que assenta as rotinas de criação virtual sem correspondência nas engrenagens de industrialização da notícia e sem subordinação aos crivos editoriais da mídia corporativa. (MORAES, 2013, p. 121)

Emergentes em um contexto *ultra-tecnológico*, os novos veículos se conectam com seus leitores e mesmo com outros canais de comunicação comunitária, de outras regiões do mundo e principalmente da própria cidade. Há, então, uma possibilidade de interação mais efetiva entre os vários canais de comunicação popular. Não raro, muitos desses veículos constroem redes de comunicação comunitária compartilhada, como em alguns exemplos que serão indicados nos próximos capítulos.

2.4. As vozes da comunidade

Para ilustrar as questões discutidas ao longo deste capítulo, e também com o objetivo de oferecer aqui um mosaico de experiências de comunicação comunitária emergentes nos últimos anos no Rio de Janeiro, trazemos alguns exemplos que podem nos indicar questões pertinentes sobre o sentido de comunidade; o local e o global; os usos e apropriações das novas tecnologias de comunicação e informação.

O jornal *Voz da Comunidade* talvez seja um dos casos mais emblemáticos para se pensar a comunicação comunitária hoje produzida no país. O veículo nasceu em 2005, como jornal impresso, com edições mensais distribuídas em alguns pontos do Complexo do Alemão, um conjunto de favelas na Zona Norte do Rio de Janeiro. Criado pelo estudante Renê Silva, então com apenas 11 anos, durante atividade escolar, buscava noticiar os fatos que aconteciam em sua comunidade, de maneira bem simples e quase caseira.

Para dar suporte ao jornal, Renê contava com auxílio da escola, que providenciava a impressão das edições – a tiragem era de cerca de cinco mil cópias. Com o tempo, o jornal cresceu e se estruturou, mas nunca em um nível profissional. Até que a ocupação do Complexo do Alemão pelas tropas militares do Estado, em novembro de 2010, transformou o

pequeno jornal artesanal, que já havia migrado para a internet por meio de uma conta no microblog twitter, em um fenômeno midiático.

Esses momentos em que a chamada grande imprensa joga seu foco sobre determinada região são frequentemente o ponto de virada para muitos desses novos veículos comunitários. Foi assim com o site *FaveladaRocinha.com*, que será nosso objeto de pesquisa no próximo capítulo, e também é a partir dessa nova ênfase na cobertura da periferia que nasceu o portal de comunicação comunitária compartilhada *Correspondentes da Paz*. O veículo é uma iniciativa de fundamento comunitário, embora tenha sido gerida inicialmente por uma instituição social “externa” – o Instituto de Estudos da Religião (ISER), por meio de parceria com o Governo do Estado. A ideia básica consiste em “correspondentes” de várias comunidades que narram o dia-a-dia de suas localidades na página do portal. Hoje, o sítio passa por um momento de reformulação, mas no auge de sua atuação contava com agentes em oito comunidades – Babilônia-Chapéu Mangueira, Batan, Borel, Cidade de Deus, Complexo Pavão-Pavãozinho-Galo, Ladeira dos Tabajaras, Providência e Santa Marta. A atualização era diária, com postagens alternadas dos moradores das favelas acima listadas.

Um dos grandes fascínios que a comunicação comunitária hoje exerce sobre o público externo se dá pelo fato de os atores que a constroem serem internos àquele lugar que tem sido alvo de narrativas cada vez mais constantes da mídia. Por estar dentro do Alemão, em um local inacessível para os jornalistas dos grandes veículos no momento da ocupação militar, Renê e o *Voz da Comunidade* tornaram-se narradores privilegiados do que acontecia durante o evento. O que começou de forma simples – ele conta que começou a falar do caso no twitter em função da preocupação de seus professores e amigos da escola, que lhe mandavam mensagens no microblog para saber como ele estava – logo se transformou numa das principais narrativas sobre a operação militar construídas na época.

Não foi porque eu quis... foi por causa das pessoas que me seguiam. Eu estava falando sobre o que estava acontecendo aqui no Complexo, a operação e várias pessoas começaram a enviar mensagens para pessoas famosas dizendo "Ah, segue esse menino aí, é da favela lá onde tá tendo tiroteio, ele tá falando como tá a situação" e em questão de minutos, a autora de novelas da TV globo, Glória Perez viu essa mensagem e começou a divulgar também para as pessoas seguirem. Foi quando eu vi que meus seguidores pipocaram muito rápido e de 700 pessoas, passou pra mais de 7 mil. Fiquei muito assustado na hora e até com medo de falar alguma coisa.

Várias pessoas disseram pra eu parar de falar o que estava acontecendo aqui do meu twitter pessoal e voltar a usar o do @vozdacomunidade que tinha apenas 180 seguidores. Pois bem, comecei a usar e várias pessoas começaram a seguir, várias pessoas falando daquilo que a gente publicava, foi uma coisa muito rápida e novamente eu fiquei chocada com o número de seguidores que foi chegando no

decorrer dos minutos... Mas continuei publicando o que acontecia, cada vez mais intensa porque o tiroteio começou a rolar, e eu falava toda a verdade do que estava rolando né. Daqui a pouco eu ligo a tv e vejo na globonews falando do twitter @vozdacomunidade e me assustei: “Gente, como assim? acabei de falar aqui no twitter e já está na tv? muito rápido essa parada”. (SILVA, 2011).

A partir daí, o veículo se transformou em uma das vozes mais prestigiadas externamente para a narrativa da periferia carioca. Com auxílio de outros atores de diferentes segmentos da sociedade (mídia comercial, universidade, comunicação alternativa e mesmo governos), o *Voz da Comunidade* ganhou grande visibilidade e celebrou parcerias que fizeram o veículo crescer exponencialmente nos meses seguintes e transformaram a iniciativa em algo maior que simplesmente um jornal comunitário – o *Voz da Comunidade* passou a organizar eventos e também representar a comunidade em diversos fóruns e espaços de deliberação, inclusive com o poder público.

A experiência do *Voz da Comunidade* certamente inspirou outros jovens de outras comunidades que também desejavam narrar o cotidiano de suas favelas para além do formato e ângulos já consagrados na imprensa. É o caso do jornal *O Morro*, uma iniciativa de quatro jovens do Morro do Borel, na Tijuca, todos na faixa entre 15 e 18 anos, que entrou em funcionamento no primeiro semestre de 2012. Através da participação no programa “Agência de Redes para a Juventude”, produzido com apoio da Petrobrás, os jovens elaboraram um projeto executivo que foi aprovado e receberam financiamento de R\$ 10 mil para conceber o produto. O jornal, impresso e também em plataforma web, anuncia em sua página a pretensão “diferencial” de fazer da comunidade não apenas “espectadora e consumidora dos conteúdos, e sim parte de uma rede que constrói esse conteúdo de forma colaborativa”.

Dois anos após o lançamento do projeto, o veículo sobrevive com muitas dificuldades e sua equipe foi praticamente reduzida à figura do idealizador, o estudante Igor Soares. Ele conta que pouco a pouco os planos do veículo tiveram que ser revistos. Problemas diversos fizeram com que a Agência retirasse seu financiamento e cobrasse os materiais já cedidos ao veículo (como câmeras fotográficas e computadores portáteis). Sem dinheiro e com a equipe parcialmente desfeita, o projeto foi perdendo força até sua quase desapareição, com um grande hiato entre as notícias postadas em seu site.

Com os pedidos da própria comunidade, que identifica a comunicação como um grande gargalo no Borel, Igor tenta manter vivo o veículo, que hoje conta com suas atualizações mais frequentes em sua página do facebook. A dificuldade de se construir um

projeto de comunicação comunitária que seja sustentável é, desde sempre, um dos grandes desafios que quem está na área enfrenta.

Em um seminário realizado no início de 2012²⁹, que organizei enquanto gestor social pela Secretaria de Estado de Direitos Humanos, a coordenadora do jornal comunitário *O Cidadão*, que possui mais de quinze anos de atuação no conjunto de favelas da Maré, no Rio de Janeiro, narrou algumas das alternativas que se buscou ao longo da trajetória do veículo para transformá-lo em sustentável financeiramente. Segundo Gizele Martins, desde a busca de apoio do comércio local até parceria com grandes gráficas, passando pela concorrência em editais públicos, a questão financeira sempre se situou como desafio maior, entre tantos inumeráveis.

O *Cidadão* certamente não é um caso de veículo emergente via novas tecnologias como os que estamos retratando neste trabalho. Mas é também um jornal que tem buscado se adaptar a esse novo cenário, compreendendo este momento novo em que a comunicação comunitária se encontra em um lugar não apenas de comunicação interna – o que o jornal tem feito com destaque e grande reconhecimento desde que surgiu –, mas também ocupa uma posição estratégica para comunicar ao público externo as questões referentes àquela comunidade. Para isso, o jornal reformulou atualmente suas páginas oficiais na internet e passou a ter presença mais forte nas redes sociais.

Com a realização de um curso de comunicação comunitária para jovens moradores e estudantes da região, o jornal conseguiu aumentar consideravelmente sua equipe no último ano – em janeiro de 2014, contava com ao menos cinco jornalistas responsáveis pelas reportagens, além de um fotógrafo, um ilustrador e outros colaboradores. Depois de um longo período sem conseguir sair em edição impressa, voltou a circular através de uma edição especial no mês em junho de 2013. Ainda assim, no dia 5 de janeiro de 2014, os seguidores de uma sempre ativa Gizele foram surpreendidos por um desabafo simples e sincero em sua página no facebook: “Tem uma hora que a gente cansa de tentar fazer comunicação comunitária”. A postagem foi seguida de outras frases, também proferidas pela coordenadora do *Cidadão*, como “Nada funciona!” e “O que existe é apenas a vontade de fazer. O sonho de tentar realizar. Nada mais”³⁰. Ou ainda,

²⁹ I Seminário de Comunicação Comunitária

³⁰ https://www.facebook.com/gizele.martins.14/posts/508455322603589?stream_ref=10

A metade da minha vida foi dedicada a isso. Um meio comunitário pra mim é mais que um simples papel, é minha expressão de sobrevivência no mundo. Mas é cansativo e difícil não ver as coisas funcionando ou a gente sempre guerreando para tentar salvar. Não é todos que querem assumir esse papel de estar na linha de frente do trabalho e da cobrança diária. É sofredor e acho que já está mais do que na hora de eu decidir se vale a pena mesmo (...) Todo mundo trabalha muito para ele sair. A gente dá o nosso máximo porque a gente também tem que estudar e trabalhar. E é ruim ter tanto trabalho e no final o jornal não sair.

O primeiro comentário ao desabafo foi de Renê, do Complexo do Alemão. Se dispôs a ajudar e juntos conseguiram vencer um dos entraves que impediam o jornal de circular, mesmo já estando com todos os textos prontos há três meses: a falta de um diagramador. Outras pessoas se dispuseram a ajudar, de dentro e fora da Maré, mas o diálogo entre o *Cidadão* e o *Voz da Comunidade* chamou a atenção, para além da cooperação entre os jovens comunicadores comunitários, por serem dois veículos muito distintos em sua forma política de atuação.

A história do *Voz da Comunidade* e as relações constituídas entre ele e os vários atores da esfera social o tornam excepcional em si. São muitas as pessoas, inclusive no próprio movimento social e na comunicação comunitária de forma geral, que apontam as controvérsias deste veículo, tanto de natureza técnica, quanto – e talvez sobretudo – de naturezas social e política. A rede de relacionamentos constituída por Renê Silva e seus parceiros, com governos, empresas e atores de destaque na mídia comercial, como o Diretor de Comunicação da Rede Globo, Luis Erlanger, com quem tem relacionamento estreito, torna o cenário mais complexo de se apreender e, se não nos restam dúvidas quanto à organicidade de sua iniciativa, pairam também muitos questionamentos sobre os significados políticos de sua existência tão celebrada hoje e também sobre o grau de legitimidade que possui junto à comunidade como “voz” desta.

O que vemos, mesmo em contato preliminar com o veículo, é que muitas de suas ações têm maior ressonância externa que interna. Nas redes sociais, há muita cobrança para que o *Voz da Comunidade* se posicione em relação a assuntos que dizem respeito à sua favela, mas que entram em choque, em alguns nível, com esses diversos relacionamentos que citamos. Esta não é uma exclusividade do veículo. Como veremos no próximo capítulo, ao analisarmos o cotidiano do site *FaveladaRocinha.com*, comunicar internamente e ganhar legitimidade frente ao público local muitas vezes é o grande desafio desta nova comunicação comunitária, especialmente se há desconfiança (como parece ser o caso) sobre as relações instituídas entre os atores comunitários e outros públicos – governo, mídia e políticos, sobretudo.

O que desperta atenção já em um primeiro contato com o veículo é o alcance que possui. No twitter, são mais de 130 mil seguidores. No facebook, o número é mais modesto, mas ainda assim impressionante: mais de 16 mil usuários curtiram a página do jornal na rede social. Em um seminário³¹ que participamos em outubro de 2012, Renê revelou que a maior parte de seus seguidores não era morador da comunidade. Ele afirmou não possuir os números exatos, mas disse acreditar que entre 70% e 80% dos seguidores do twitter do jornal não moram nas comunidades do Complexo do Alemão.

Esse dado, ainda que não traga exatidão, é bastante revelador do potencial e da novidade trazidos pelo uso das redes sociais digitais pelos atores comunitários. Se em um cenário anterior, *atores locais* narravam o *cotidiano local* para a *comunidade local* (basta pensar no modelo do jornal impresso ou mesmo da rádio comunitária, em que as notícias locais são produzidas e serão apreciadas pelos próprios atores da comunidades); neste novo cenário permanecem os *atores-produtores locais*, a narrativa do *cotidiano local*, mas o público receptor agora é expandido numa escala que não sabemos muito bem delimitar - é potencialmente um *público global*³².

A narrativa produzida pelos atores comunitários se transforma em um modo de contar sobre suas comunidades para o mundo (potencial), e não mais apenas para seus próprios moradores. Se as fronteiras ainda existem, neste modelo elas parecem estar mais diluídas e a produção cultural local se aproxima com maior intensidade do cenário global.

Em diálogo com alguns jovens que estão protagonizando este momento, através de veículos já citados aqui, observamos que se a internet é o principal meio escolhido por eles para se comunicarem, também é o canal principal quando buscam se informar. Eles indicaram uma multiplicidade de veículos que acessam, graças à facilidade proporcionada pela rede mundial de computadores. Ainda que essas fontes em geral estejam relacionados às mídias hegemônicas/tradicionais, é inegável a possibilidade de estar em contato com diferentes vozes e discursos jornalísticos, heterogêneos e diversos não só no conteúdo, mas muitas vezes na linguagem utilizada. “Alguns [veículos] eu escolhi pela capacidade de filtrar as coisas que me

³¹ O evento em questão trata-se do I Seminário Regional de Comunicação Comunitária, realizado em conjunto pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC Rio) e a Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), entre os dias 16 e 19 de outubro de 2012.

³² Há muito mais na fala do Renê que uma narrativa do local, acreditamos que seu discurso é fortemente atravessado pelo externo. Mas se aqui nos propomos a analisar os canais oficiais do veículo comunitário - ainda que sem deixar de considerar a alta relevância dos atores que o compõem e a centralidade da fala do personagem Renê no caso da Voz da Comunidade - podemos dizer que, sim, a narrativa do lugar é preponderante nas páginas das redes sociais e também do portal comunitário.

interessam, já outros é exatamente pelo contrário: abordam vários temas de modo geral, me informando de coisas que eu não buscaria naturalmente”, exemplificou Glaucon Barros, 23 anos, repórter do portal *Correspondente da Paz*.

O criador do site *FaveladaRocinha.com*, Leandro Lima, jovem estudante de jornalismo, também afirmou que a internet é seu principal meio de se informar. “Por meio de programas RSS, me atualizo sobre diversos assuntos, em diversos meios. Não me prendo a somente um veículo, pois sei que muitos são tendenciosos”, comentou.

Um ano depois dessa entrevista, Leandro foi contratado pela Rede Globo, principal canal de televisão do país, para apresentar um quadro chamado “Parceiros do RJ”, em que jovens moradores de favelas cariocas apresentam matérias diretamente de seus territórios com o olhar local sobre os problemas e também as potencialidades de cada lugar. Em um plano particular, Leandro, junto com a equipe de doze pessoas que atuam no veículo comunitário, trabalha para relançar o site, que saiu do ar em meados do ano passado para uma reformulação, deixando ativos apenas seus perfis nas redes sociais, e pretende voltar ao ar no início deste ano como um grande portal de notícias e serviços para a comunidade da Rocinha – e para todos aqueles, no mundo, que desejarem conhecer a favela por meio de seus próprios moradores.

Para entender esse processo e também esta novidade, nos dispusemos a acompanhar Leandro e a equipe neste caminho, em um pequeno exercício etnográfico que está exposto no próximo capítulo.

CAPÍTULO 3 - ROCINHA.COM

Virei a noite. Eu coloquei um tripé, uma câmera apontada lá para baixo, filmando; enquanto isso eu estava lá no computador, fiquei até com medo. Era madrugada, o helicóptero rodando, eles desligaram todas as luzes do helicóptero e a gente só escutava o barulho, não sabia onde ele estava. Eu virei a tela de LCD para baixo, vai que eles atiram naquilo que nem era minha? Então eu comecei a levar a sério o que estava rolando naquela madrugada. Era eu, o Marcos e o Flávio; a gente se dividiu, porque moramos em territórios diferentes na Rocinha. Então a gente tinha vários ângulos, e fomos o primeiro de tudo – o primeiro a informar em tempo real, as primeiras fotos que saíram na imprensa foram nossas, do tanque chegando, dos policiais se espalhando, porque a imprensa foi proibida de subir por conta do que rolou no Alemão. O governo proibiu e a imprensa teve que ficar no entorno da Rocinha. Só subiram as Forças Armadas.

E aí a gente aproveitou, cara. Da janela, da laje, a gente não saiu de casa, porque não sabíamos o que ia acontecer. A gente fez o que pode; enquanto a gente twitava lá, o pessoal retwittava. E aí eles twitaram: a Favela da Rocinha está no Trending Topics! Quando eu olhei, era o site que estava lá nos Trending Topics. Aí liguei para o pessoal e falei: “a gente está no Trending Topics, vamos embora cara, vamos continuar”. E aí continuamos.

Leandro Lima, idealizador do *FaveladaRocinha.com*, sobre a noite de ocupação do morro

Como primeiro passo em nosso debruçar sobre o site *FaveladaRocinha.com*, optamos por iniciar nossa reflexão com o relato do dia em que as forças armadas ocuparam a favela, dando início à implantação da política de pacificação no local, por entendermos que este é um marco importante para a história do veículo, como veremos mais à frente. E ademais, o relato traz uma série de questões que tentaremos esmiuçar no capítulo derradeiro deste estudo, como o uso das novas tecnologias de comunicação, a “autenticidade” do narrador interno, o relacionamento da imprensa popular com a imprensa tradicional, a relação destes jovens atores com a comunidade, e também a relação deles com eles mesmos, o protagonismo do idealizador e a possível personificação do projeto, entre outros pontos.

Para discutir essas questões, nos baseamos em entrevistas realizadas fundamentalmente com o coordenador e idealizador do jornal, a observação de sua inserção e

diálogo com atores locais e outros atores da comunicação popular no Rio de Janeiro, além de uma pequena análise dos conteúdos publicados pelo grupo e sobre o grupo, em diferentes veículos da imprensa.

Mais que problematizar questões ou atualizar conceitos, o que necessariamente faremos nas próximas linhas, o objetivo deste capítulo (e também de toda essa pesquisa, cabe mais uma vez ressaltar) é apresentar essa novidade que representa os novos veículos comunitários de informação, em interseção com as redes sociais e em diálogo com mundos, atores, personagens e públicos localizados muito além das fronteiras tradicionais da comunicação comunitária.

Para isso, temos como fonte principal dessa pesquisa o coordenador do site e idealizador da iniciativa, Leandro Lima, que nos recebeu na favela, apresentou-nos a outros membros da equipe e nos contou sobre o veículo em uma série de diálogos, iniciados há mais de um ano, logo no início incipiente deste estudo – com destaque para uma longa sessão de entrevista que realizamos no dia 09 de janeiro de 2014, que forneceu a base para esta narrativa e cuja transcrição está anexa, na íntegra, ao fim deste trabalho.

Além de Leandro, também realizamos entrevistas com dois outros integrantes da equipe, Michelle e Flávio, que chegaram ao site ainda em sua fase inicial e nos ofereceram outras visões acerca dos temas tratados inicialmente apenas com Leandro. A pesquisa contou também com acompanhamento das postagens do veículo nas redes sociais e análise das interações ali estabelecidas.

3.1. “Concorrente paralelo da imprensa”

O *FaveladaRocinha* nasceu em 2007, como uma iniciativa do jovem morador e estudante Leandro Lima, então com 23 anos, que cursava Jornalismo na Faculdade Pinheiro Guimarães, no Rio de Janeiro. Nascido e criado na favela, e motivado por tudo o que vivia na faculdade, iniciou os trabalhos no pequeno portal, ainda em um formato parecido com um blog, e permaneceu por alguns meses como único alimentador do site. Pouco depois, já com uma equipe de colaboradores, entre amigos moradores da favela e também moradores de outras regiões interessados em colaborar, começou a estruturar o veículo.

Seu principal impulso para a criação do site, nos contou em entrevista, não teve relação com o conteúdo apreendido em sala de aula; a motivação vinha de outro lugar: ao acompanhar as notícias sobre a comunidade em que morava nos principais canais noticiosos

da cidade, sobretudo os grandes portais noticiosos como o G1, percebia que “era sempre notícia ruim. Sempre. Bandido morreu, polícia matou, houve tiroteios, drogas”. E a “pior parte” estava reservada à seção de comentários dos leitores. “Ali eu me arrepiava. Eu me arrepiava e ficava desesperado”, comenta Leandro.

O desejo de criar uma mídia própria, para falar de seu lugar, nasce então dessa constatação de que a comunidade onde vivia não estava sendo bem retratada pelas mídias já existentes e normalmente tomadas como fontes de referência para a população, de modo geral. O espanto com o noticiário quase monoliticamente focado em tragédias, violência e criminalidade, somado aos comentários que tais matérias induziam, e por consequência, à imagem que a sociedade formava do seu lugar a partir de tais notícias, foi o impulso para o surgimento do site.

Neste ponto, há uma trajetória bem comum com os veículos comunitários atuantes em diferentes épocas de nossa história recente. No seio desses veículos, há uma insatisfação com a forma com que suas comunidades são retratadas pela sociedade externa e um desejo de contraposição ao discurso dominante que classifica tais territórios a partir de alguns lugares estigmatizados.

Em sua obra “Estigma - Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada”, Erving Goffman afirma que o termo é utilizado sempre em referência a “um atributo profundamente pejorativo” (1975, p. 13). Estigmas, para o autor, são identidades deterioradas, via ação social, que representam algo mau dentro de uma sociedade e devem, por isso, ser evitadas. “Assim deixamos de considerá-la criatura comum e total, reduzindo-a a uma pessoa estragada e diminuída” (1975, p. 12).

As cidades, nos lembram diversos autores, são em grande parte constituídas pelas histórias contadas sobre elas. A imprensa e os meios de comunicação de massa de forma geral, por sua enorme capilaridade e presença no cotidiano das pessoas, desempenham papel-chave na construção destes imaginários sociais na sociedade contemporânea.

Para Enne e Dinniz, “as identidades sociais são forjadas, em larga medida, a partir dos discursos sociais, e a mídia desempenha papel central neste processo” (2007, p. 9). No mesmo sentido, Edilson Márcio Almeida da Silva acredita que a “mídia opera, na atualidade, como um dos principais agentes de construção social da realidade” (SILVA, 2010, p.28). Leandro Lima, a esse respeito, nos conta:

Eu ficava desesperado: não é possível, que preconceito *escroto* é esse? Isso me motivou a mostrar uma coisa que a imprensa não mostrava. Então, ao mesmo tempo que eles noticiavam lá: “fulano morreu e o tráfico de drogas não sei o que”; eu botava: “Joeilson, o poeta da Rocinha, lançou o seu terceiro livro”. E quando eu ia lá no Google Alerta, em que antes eu só recebia as notícias da Globo, eu via as minhas notícias boas, então comecei a aumentar [o volume de publicações]. Eu era meio que concorrente paralelo da imprensa, e comecei a gostar mais ainda porque as pessoas começaram a ver com outros olhos e a comentar também, inclusive pessoas de fora, que foi o que mais me motivou a continuar. (Leandro Lima)

Recordando-se de dois dos mais notáveis cronistas dos jornais cariocas no século passado, João do Rio e Elysio de carvalho, Silva afirma que

Aliados à experiência da vida cotidiana e das suas rupturas, os números e as histórias divulgados na imprensa sempre se fizeram presentes, contribuindo, de modo decisivo, para a constituição e o alarde do perigo social que impregna as representações do Rio de ontem e de hoje. [...] Qualquer análise séria que se empreenda sobre a violência urbana deve ter em conta a importância da mídia como construtora de identidades e imagens estereotipadas do real (SILVA, 2010, p. 36).

Atualmente, complementa o pesquisador, “a mídia ocupa a posição de portadora de um discurso autorizado sobre o real”. Autorizado porque “a eficácia simbólica do discurso autorizado se exerce apenas na medida em que a pessoa-alvo (o público) reconhece quem a exerce [...] como alguém que pode exercê-lo de direito” (SILVA, 2010, p. 42).

O jornalismo hegemônico, em sua prática cotidiana, tem a pretensão de narrar o mundo, como um observador privilegiado do que acontece neste mundo, assumindo um papel de seu intérprete autorizado e narrador oficial. O paradigma cientificista que estabeleceu o ideal de uma visão do pesquisador a partir “de fora” do mundo, em binarismo entre nós e eles, foi incorporado pelo jornalismo com a adoção de um modelo que busca a objetividade como método e forma narrativa (por meio de estratégias como o uso do lead e a pirâmide invertida), verificado sobretudo a partir da segunda metade do século.

De acordo com Antônio Simões Menezes (2009), o valor da objetividade surgiu no jornalismo em um período de tanta desconfiança, no pós-guerra. Era forte a crença de que a utilização do método científico pelo jornalismo poderia tornar a imprensa mais profissional e, como aponta Tuchman (1993), por meio da objetividade, os jornalistas também tentavam se proteger das críticas surgidas, inerentes ao exercício da profissão. “Com a ideologia da objetividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa” (Traquina, 2003, p. 138).

Em um período de tanta desconfiança, o próprio jornalismo precisava de legitimidade. Em uma clara alusão ao positivismo, o discurso jornalístico vai incorporar a objetividade como tática para consolidar-se como campo apto para informar, interpretar e opinar sobre os fatos “mais importantes” ocorridos em determinado intervalo de tempo (algumas horas, um dia, uma semana) em todo o planeta (MENEZES, 2009, p. 3).

A busca pela objetividade como método de legitimação do discurso não é exclusiva do jornalismo, lembra Tuchman. “Para os jornalistas, como para os cientistas sociais, o termo “objetividade” funciona como um baluarte entre eles e os críticos” (1993, p. 75). Barthes reflete a respeito da mesma pretensão de objetividade no campo da História – um esforço do narrador de tornar-se sujeito oculto, a tal ponto que o seu público veja “a verdade como ela é”, sem a mínima interferência do sujeito que conta.

O enunciador entende ausentar-se do seu discurso e há, conseqüentemente, carência sistemática de qualquer signo que remeta ao emissor da mensagem histórica: a história parece contar-se sozinha (...) O enunciador anula a pessoa passional, mas a substitui por outra pessoa, a pessoa “objetiva”: o sujeito subsiste em sua plenitude, mas como sujeito objetivo; é o que Fustel de Coulanges chamada significativamente (e com bastante singeleza) de “castidade da História”. Essa ilusão não é exclusiva do discurso histórico. (BARTHES, 1988, 169).

Para alcançar tal efeito, o jornalismo hegemônico, que adota em geral essa escola objetiva norte-americana, recorre a uma série de estratégias narrativas que teriam a função de colocar o fato em evidência e esconder a presença de quem narra. É como se, paradoxalmente, a intenção do jornalista fosse fazer o leitor acreditar *no que* ele está falando e, ao mesmo tempo, fazer o leitor acreditar *que ele* não está falando.

Baseando-se em onipresença (está sempre onde a notícia acontece) e onisciência (conhecimento da “verdade” dos fatos), o jornalista fornece hoje ao seu público não mais a argumentação sobre a realidade, mas ousa oferecer a realidade, ela própria. Semantizando o real, busca que seu discurso não apenas construa realidades, mas que essa construção seja entendida como a realidade (...) Com a “objetividade nas mãos”, o jornalista criara o efeito de neutralidade do discurso jornalístico (RANGEL, 2006, p. 6)

A narrativa do jornalismo hegemônico – e aqui cabe ressaltar, mais uma vez, que estamos nos referindo especificamente a um modelo de jornalismo burguês, centrado neste ideal iluminista da verdade dos fatos, esse sonho de reordenar o caos, pois acreditamos firmemente que a vocação do jornalismo pode ser complexificar, expor as contradições, descristalizar o senso comum e servir à sociedade – se presta a reforçar o ideal da objetividade, que por consequência reforça a posição de poder daquele que narra, uma vez que se ele está apenas revelando o que de fato acontece, sem qualquer interferência sua, objetiva ou subjetiva. Neutra e imparcial, como se convencionou dizer, sua palavra torna-se inquestionável.

Para Rosen³³, o jornalismo “é o último refúgio da objetividade como epistemologia. Já mais ninguém leva a sério este conceito. Nem mesmo nas Ciências Naturais a procura da verdade é vista dessa maneira”. Apesar de reconhecermos um esforço recente das faculdades de jornalismo e mesmo de estudiosos da questão para desconstruir essa ideologia³⁴, e mesmo não sabendo ao certo se o jornalismo é de fato o último refúgio da objetividade, acreditamos que, na imprensa dita profissional e de referência, este ainda parece ser um quadro majoritário: uma pesquisa realizada por Hohlfeldt (2001), em uma análise de 21 livros sobre redação jornalística, chegou à conclusão de que objetividade foi a categoria jornalística mais citada, seguida de exatidão e precisão.

Ainda nos parece muito custoso para o jornalismo admitir a construção inclusiva, que substitui o falar *do* mundo por falar *no* mundo, pois ela acaba por desconstruir o ideal da objetividade, e sabemos que o lugar do autor como leitor objetivo do mundo é uma eficaz estratégia para legitimar a autoridade jornalística.

E este jornalismo convencional acaba sendo paradigma para os que hoje se dispõem a construir a comunicação comunitária, mesmo no sentido de se construir um veículo em oposição ao que aí está dominante. É modelo, mesmo que para se opor. Em um jogo complexo, o jornalismo tradicional é, ao mesmo tempo, fantasma, repulsa, espelho e atração.

Frequentemente, e este é o caso da história que nos foi contada até aqui, do FaveladaRocinha, os veículos populares e comunitários buscam construir seus canais em um sentido de contraposição, de luta pela construção de sentido e de (re-) significação do lugar em que se vive, frente aos significados dados pelas vozes dominantes da comunicação.

Há um esforço no sentido de complexificar e diversificar as narrativas sobre aquele território, com as vozes de quem de fato vive no lugar. Dar um novo significado àquela favela, retratada apenas como *locus* de pobreza e violência pela imprensa convencional³⁵.

³³ In Traquina, 2003

³⁴ Uma pesquisa realizada em quinze universidades de jornalismo, por Éverton Miguel, em seu trabalho “Crítica ao desconstrucionismo da objetividade jornalística”, atesta que nas bibliografias recomendadas da disciplina “Teoria do Jornalismo” há prevalência de autores que, com maior ou menor contundência, criticam ou desconstruem as definições, conceitos, postulados e métodos, ou seja, a epistemologia da Objetividade Jornalística - Perseu Abramo, Fernando Correia, Barros Filho, Cláudio Abramo, Nelson Traquina, Adelmo Genro Filho, Nilson Lage, Eduardo Meditsch, entre outros.

³⁵ Neste ponto, cabe lembrar do dado já trazido nesta pesquisa sobre o lugar que a favela e os territórios de periferia ocupam nas páginas dos jornais e nos noticiários televisivos brasileiros: majoritariamente na editoria policial, conforme visto em ENNE e DINNIZ (2007) e MORAES (2012)

Uma batalha então se trava pelo direito de significar³⁶, de dar um significado próprio e mais condizente com a realidade por eles compreendida sobre o território em que moram – seus códigos, culturas e valores. “Essa é a graça da comunicação comunitária, aquela informação de dentro para fora”, acredita Leandro.

É importante aqui lembrarmos o significado de cultura enquanto arena de disputas e conflitos, espaço onde a hegemonia busca se impor e também espaço de resistência por parte das culturas populares. Sobre isso, Stuart Hall observa que, ainda que a indústria cultural seja dominante em muitas realidades sociais, elas “não atuam em nós como se fossemos uma página em branco”. Pensar na cultura como um campo de disputas, nos ajuda a entender as formas como os diversos agentes destas culturas se apropriam dos elementos uns dos outros, reelaborando os seus usos cotidianos e criam seus próprios sentidos.

O essencial em uma definição de cultura popular são as relações que colocam a cultura popular em uma tensão contínua (de relacionamento, influência e antagonismo) com a cultura dominante. Trata-se de uma concepção de cultura que se polariza em torno dessa dialética cultural (HALL, 2006, p. 257)

No campo da comunicação, especificamente, esse conceito de arena de disputas foi sendo incorporado aos poucos ao longo do último século. Das concepções da Escola de Frankfurt às diversas linhas de estudos de mídia norte-americanas no pós-guerra, cristalizava-se uma ideia da existência, na comunicação de massa, de um emissor ativo e um receptor passivo, transformando os sujeitos em objetos sem autonomia frente à manipulação orquestrada pela indústria cultural. Ou, como anotou Castells, em crítica à teoria crítica frankfurtiana, “os indivíduos [são vistos apenas] como receptáculos passivos de manipulação ideológica inibindo, na verdade, as ideias de movimentos sociais e mudanças sociais”.

Umberto Eco e outros pensadores, já a partir da década de 1960, trouxeram novas interpretações sobre a comunicação de massa e a cultura popular. Junto deles, pesquisadores da tradição da linguística e da semiologia chamaram atenção para o caráter negocial e complexo da comunicação, afastando o debate dos esquemas convencionais (estímulo *versus* resposta, opressores *versus* oprimidos) e alertando para as diferentes recepções e re-

36 No sentido do que nos diz Hommi Bhaba, sobre a disputa por significado e pelo direito de significar. No entanto, observa, grande parte dos indivíduos não possuem legitimidade para que seus significados sejam aceitos socialmente, mas a atribuição de significado também não é determinada unilateralmente por aqueles que detêm o poder. Assim, os indivíduos lutam, conscientemente ou não, pela visibilidade de sua produção de sentidos, pelo direito de significar.

significações operadas neste processo, em que há troca entre o emissor e o receptor e a mensagem transmitida é um signo que deverá ser significado pelo receptor³⁷.

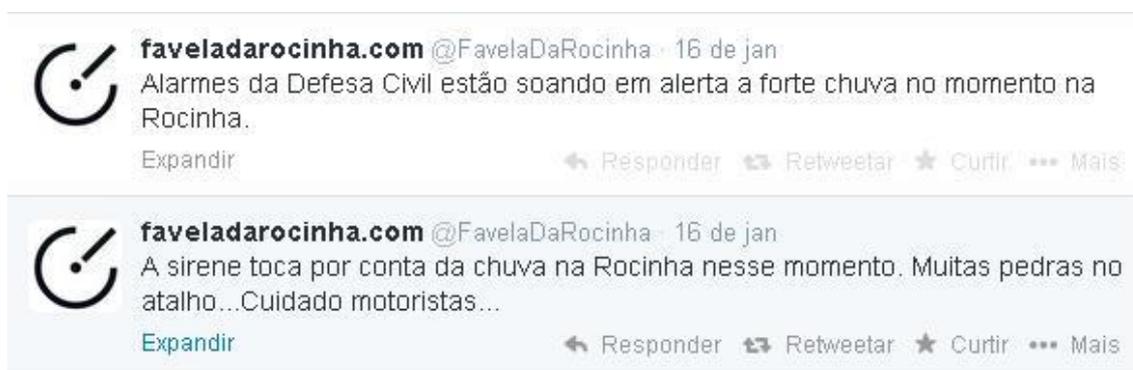
Assim, então, a partir do espanto e da percepção de que as mídias tradicionais não davam conta de retratar com maior fidedignidade a comunidade em que viviam, o site *FaveladaRocinha* começou a funcionar e a retratar, à sua maneira, o dia a dia da favela da Rocinha, considerada a maior favela da América Latina, com população de pouco mais de 69 mil habitantes, segundo o Censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – número contestado pelas associações comunitárias que, com base em dados locais, como as residências atendidas pelas unidades básicas de saúde, defendem que a favela possui ao menos 165 mil habitantes.

No início, com uma equipe pequena e ainda de forma pouco organizada, o site postava notícias diversas sobre diferentes aspectos da comunidade. Flávio, que passou a integrar a equipe em 2010, conta que sua entrada no grupo se deu de maneira bem casual, e este relato ajuda a remontar a forma inicial de organização e aglutinação do veículo: em um evento realizado na quadra da escola de samba Acadêmicos da Rocinha, em que ele, também estudante de jornalismo, registrava fotograficamente para um trabalho da faculdade, quando iniciou uma conversa com Leandro e outro colaborador do site e, horas depois, viu que uma foto sua ilustrava a matéria no portal. Naquele dia mesmo, foi convidado para integrar a equipe e no dia seguinte realizou sua primeira matéria: o dia das crianças naquela comunidade. Assim, entrou no veículo e até hoje permanece, dividindo as tarefas no site, basicamente ligadas à área de fotografia, com seu trabalho na Biblioteca Parque da Rocinha e em outro projeto ligado à fotografia.

Aos poucos, e passando por um momento de pico da equipe, com 25 pessoas voluntariamente atuando no veículo – muitos dos quais convidados em processos parecidos com o relatado por Flávio; outros, amigos universitários de Leandro; outros, ainda, moradores da comunidade que entraram em contato com a iniciativa em algum momento –, foram definidas, a partir dos trabalhos desenvolvidos com o tempo, áreas em que cada pessoa pudesse atuar, em ligação com seu talento e suas preferências: fotografia, revisão de texto, apuração, entre outras funções eminentemente jornalísticas.

³⁷ Ler mais em Ramos, 2013.

Mais que um método de trabalho, o site também teve que fazer algumas opções editoriais, ainda que isso tenha acontecido de forma um tanto quanto intuitiva. No noticiário do portal, o destaque eram as chamadas “notícias positivas”, com grande espaço para a cultura local, e o noticiário negativo era basicamente em relação à falta de oferta de algum serviço por parte do poder público, como esgoto, energia, pavimentação. Casos de violência, de uma maneira geral, não eram pauta para o site.



Como já dissemos, a partir dos relatos e também de nosso diálogo acerca desse assunto com outras experiências de comunicação comunitária da cidade, acreditamos que este

silenciar-se sobre os casos de violência, mais que uma opção deliberadamente editorial, era uma reação quase intuitiva a partir das premissas que guiaram o surgimento dos veículos. Leandro explica – da mesma forma que já ouvimos de Gizele, Igor, Glaucon, Renê, e de tantos outros que citamos neste trabalho – que as notícias de violência “as grandes mídias já estavam mostrando. Eles adoram isso”.

Quando o pessoal chegava e falava: “olha essa denúncia aqui, é *maneiríssima*”, ao mesmo tempo pensávamos: deixa, que daqui a pouco vai sair na Globo, daqui a pouco vai sair na Band, na Record. Eles adoram isso. E a gente não põe isso, a gente nunca precisou.

[Nunca precisou?]

Não.

Flávio utiliza de discurso muito semelhante ao tratar do assunto. Ele relata que sempre houve discussão interna sobre o fato da produção ou não de matérias sobre violência e diz que o veículo fez pouquíssimas reportagens abordando esta questão. Além do fato de que “tem muita gente fazendo matéria sobre violência nas favelas e não precisamos ser mais um”, ele aponta outro argumento para justificar a pouca menção deste tema no veículo: “Acredito que o maior problema da Rocinha não é violência. Existem problemas muito maiores que caso fossem sanados o problema de violência diminuiria muito”, diz, citando nominalmente a educação, a saúde, o emprego e a renda. “Resolvendo esses problemas haveria uma mudança real”, completa.

Um passeio pela página do veículo nas redes sociais, e mesmo pelo arquivo do site, permite visualizar que, se essa de fato é a regra, há exceções que vão se tornando mais frequentes com o tempo e o crescimento do site. Durante um período de conflito armado intenso na comunidade, ocorrido em fevereiro de 2014, os perfis do veículo nas redes sociais produziram (e reproduziram) com bastante ênfase as narrativas sobre o que se passava na comunidade naquele momento – e que foi amplamente noticiado por jornais de todo o mundo. Ao lado do anúncio de um curso de desenho e grafite na comunidade e reclamações sobre o serviço de mototáxi, além de uma denúncia sobre o mau estado de conservação das areias da praia de São Conrado, uma das áreas de lazer da favela, constava na página do veículo no Facebook informes sobre o “domingo tenso” que a comunidade estava vivendo, com o confronto que ocorria desde a madrugada e o relato de helicópteros sobrevoando o morro durante o dia.

O recorte a seguir (figura 3), do perfil do veículo no microblog twitter, também mostra a recorrência da temática da violência nos últimos meses. Essas notícias, como vemos na sequencia (figura 4), dividem espaço com outras de noticiário geral e mais próximas do tipo de noticiário (“positivo”) defendido pela equipe do jornal.



As notícias também aparecem a partir da narrativa dos próprios moradores, muitas vezes compartilhadas pelo FaveladaRocinha – ou retuitadas, como no caso a seguir. Em geral, e isso pudemos constatar apenas pela observação, os perfis do veículo replicam as denúncias, críticas e notícias enviadas pelos moradores. Na figura a seguir, uma imagem enviada via twitter sobre um desaparecido na favela ganhou destaque na página do veículo.



Os compartilhamentos são ainda mais frequentes na página do facebook, e dizem respeito a temáticas diversas, embora a maior parte do contato realizado pelos moradores com o veículo seja para denúncias relacionados a serviços públicos e também à polícia. No dia 16 de janeiro, um morador enviou um vídeo sobre o estado de sua rua após uma chuva que caiu na cidade naquele dia. O vídeo foi postado e gerou comentários de outros moradores sobre a situação na favela após as chuvas.



FavelaDaRocinha.com

16 de janeiro · 🌐

Mais um morador da Rocinha mostra o impacto da chuva desta noite. Neste vídeo, a Curva do S.

(Ainda chove e continua em alerta as sirenes da Defesa Civil).



Olha o que acontece quando chove, isso tudo por moradores continuam jogando seus lixos nas valas e nas ruas..

Curtir · Comentar · Compartilhar

👍 8 pessoas curtiram isso.

Atividade recente ▾



Escreva um comentário...



Bianca Miguel Quero saber pq o governo em vez de fazer teleferico ñ cuida do saneamento básico da rocinha moro aqui a 40 anos e é a mesma merda a cada chuva pode ser fraca pode ser forte e a mesma coisa uma vergonha, tenho nojo dessa raça de público deveriam mora aqui pra ver o q é bom #prontofalei...

Curtir · Responder · 👍 1 · 16 de janeiro às 23:42



Michel Silva A rua atrás do Brizolão está surreal. A água está batendo na cintura. Vi três motos enguiçadas por lá.

Curtir · Responder · 👍 1 · 16 de janeiro às 20:56

Com frequência, o site também reproduz notícias produzidas por outros veículos sobre a favela da Rocinha. Os exemplos a seguir mostram a replicação tanto de um vídeo produzido por um veículo popular, que questiona a implantação de um aparelho do PAC na Rocinha (o teleférico); e também a reprodução de uma matéria que saiu no jornal O Dia, sobre a proibição de bailes funk na favela, com repercussão diversa nos comentários dos moradores sobre a notícia.


FavelaDaRocinha.com
 24 de fevereiro · 🌐

Video feito pela TV Tagarela mostra como foi realizado o protesto a favor do saneamento básico na Rocinha.

Os conhecidos como "amarelinhos" tentaram chamar a atenção com apitos, faixas exaltando o trabalho do governo atual e ofensas para aqueles que são contra a construção do teleférico.

Se você é a favor a dar prioridade ao saneamento na Rocinha, siga as instruções no link abaixo para assinar uma petição que será encaminhada ao governo.



Queremos que os investimentos do PAC 2 na Rocinha sejam feitos em Saneamento!

Queremos que os investimentos do PAC 2 na Rocinha sejam feitos em Saneamento! No ar há 7 meses em Obras Públicas e Infraestrutura Rocinha...

PANELADEPRESSAO.MEURIO.ORG.BR

Curtir · Comentar · Compartilhar

👍 10 pessoas curtiram isso.

🔄 1 compartilhamento

 Escreva um comentário... 

FavelaDaRocinha.com
11 de fevereiro

Segundo moradores, Major Priscilla proíbe baile funk na Rocinha.

<http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2014-02-11/comandante-de-upp-proibe-funk-na-rocinha.html>

Curtir · Comentar · Compartilhar 👍 2 💬 5

👍 2 pessoas curtiram isso. Principais comentários ▾

 **Alex Torres** Quando finalmente este comando toma uma atitude visando o bem estar da grande maioria da Rocinha, a outra parte, resolve cair de pau em cima deste comando. Mas, tomara que ela mantenha o pulso firme e não libere, pois só quem passa pela Via Ápia na segunda-feira pela manhã, sabe os transtornos que a saída dos frequentadores deste baile causam.
Curtir · Responder · 👍 2 · 11 de fevereiro às 11:41

 **Francisco Pires** Ela deveria ser processada por abuso de autoridade e perdas e danos em prol das despesas do evento não acontecer E o povo está aí para testemunhar !!! Processa logo !!!!!
Curtir · Responder · 11 de fevereiro às 10:49

 **Denise Brito** Rocinha já foi Rocinha..
Curtir · Responder · 11 de fevereiro às 10:48

 **Dangue Florencio Ferreira** nunca vi essa major !
Curtir · Responder · 11 de fevereiro às 10:23

 **Eliana Meireles** pra min não faz falta!
Curtir · Responder · 11 de fevereiro às 21:29

Neste momento, após seis anos de atuação em seu principal canal, com mais ou menos audiência de acordo com cada época, o site está passando por uma reformulação e espera voltar ao ar como um portal que, além de notícias, congregue prestação de serviços, projetos sociais e loja virtual com venda de produtos comunitários. Tudo parece ainda incipiente quando Leandro nos conta sobre a novidade, ainda que ele afirme constantemente que apenas detalhes técnicos impedem que o portal seja lançado. Do que pudemos apreender, também em conversas com outros membros da equipe, a ideia predominante é aproveitar a área de atuação de cada um do grupo, que hoje conta com 12 pessoas, para construir mais que um blog de notícias, e sim um grande portal de entrada da Rocinha, com acesso a tudo o que a comunidade produz.

Michelle, por exemplo, é formada em Pedagogia Empresarial e possui especialização em Gerenciamento de Projetos. Entrou para a equipe do site ainda em 2010, depois de conhecer Leandro por meio da área social do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) na Rocinha, onde trabalharam juntos. Para o coordenador do site, seria um desperdício ter

uma pessoa na equipe especialista em gestão de projetos e aproveitá-la apenas para auxílio na construção dos textos, como habitualmente vinha acontecendo. “Nós temos pessoas que podem fazer mais do que apenas noticiar”, explicou.

Na parte jornalística propriamente dita, a equipe deseja incrementar as notícias com vídeos que estão sendo produzidos desde o fim de 2013 e vai convidar novos colunistas de dentro e também de fora da comunidade para articular suas opiniões no espaço. Aliados ao fato de morarem no interior da comunidade, grande foco de interesse da sociedade neste momento, querem também usar de ferramentas modernas de comunicação para de fato disputarem a representação da favela com aqueles atores que historicamente sempre lhe conferiram os signos já conhecidos, de lócus de pobreza e violência.

3.2. “Longe de mim querer decidir as coisas”

Como dado que acreditamos ser extensivo a outras experiências de comunicação comunitária hoje, é importante situar sobre a relação entre o veículo e seu idealizador e coordenador, fonte principal ouvida para este estudo e também a face mais associada ao projeto desde seu início. Assim como Renê no Alemão, Leandro ganhou destaque na imprensa a partir da cobertura da ocupação e o nome do site está diretamente associado a seu nome, e em alguns momentos a figura do jovem parece se sobrepor à imagem do veículo.

Também na equipe, Leandro exerce o papel inquestionável de líder, cabendo a ele algumas decisões importantes e também a negociação com atores externos e colaboradores do veículo – ainda que garanta que todas as decisões são tomadas em conjunto, e de fato há uma gestão bastante democrática no veículo, não dá para negar seu peso como articulador e mobilizador e sua liderança sobre os rumos do site.

A questão que aqui nos parece importante é: essas figuras de liderança, que são frequentemente confundidas com a própria iniciativa – e aqui, listando aleatoriamente, podemos pensar em outros diversos casos de líderes com essa relação simbiótica com os projetos, como Renê e o *Voz da Comunidade*, Gizele e *O Cidadão*, Dudu do Morro Agudo e o *Enraizados*, Igor e *O Morro*, Romário Régis e a *Agência Papagoiaba* – acabam por dar um caráter mais personalista aos canais de comunicação comunitária? Não simplesmente por vontade própria ou como algo deliberado, mas o que buscamos entender é o que pode significar aos projetos essa identificação tão forte com seus coordenadores, como que numa

relação de dependência em que o mais fraco – que seriam os projetos – não pode sobreviver sem o mais forte – os líderes.

Para responder a essas questões, existem apenas pistas e queremos aqui explicitá-las. É importante lembrar, primeiro, que essa confusão no público externo entre o líder e o projeto, com prevalência da imagem do primeiro sobre o segundo, não é nova e decorre de fatores diversos nem sempre ligados à estrutura interna da iniciativa. Não é possível, por exemplo, desassociar a ONG Ibase da figura de seu líder, Betinho, ou o grupo AfroReggae de seu coordenador, José Junior. Mas isto, por si, não se constitui um problema.

Nascido e criado na Rocinha, filho de pais nordestinos (como grande parte dos moradores que formou o a população inicial do morro), Leandro só começou a se envolver de fato com movimentos populares após o site já estar no ar, em 2009, quando foi selecionado como agente comunitário do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), do governo federal. Até aí, conta que não tinha interesse por participar de movimento social, por achar inalcançável para alguém como ele. “Eu achava que passava por diversos processos, não era qualquer um que entrava, e que eu ia ser tachado de revolucionário, um *Che Guevara* da vida, então também tinha receio”.

A forte identificação com a comunidade também veio recentemente. Durante a adolescência e parte da juventude, como é comum na história dos que residem em periferias, teve receio de se declarar morador da Rocinha. Hoje, o reconhecimento dessa identidade é primordial para sua construção profissional e também pessoal.

No *FaveladaRocinha*, Leandro exerce uma liderança baseada não apenas no fato de ter sido o idealizador do projeto, mas também, em suas próprias palavras, pela experiência de trabalho que possui em diferentes frentes – além de ter realizado alguns projetos de comunicação, devido à universidade, atuou em programas do Poder Público, como agente comunitário do PAC na Rocinha e também gestor do programa Escola Aberta, ligado ao Cieds. Assim, o seu trânsito com diferentes públicos, de lideranças comunitárias a agentes públicos e técnicos da área de comunicação, lhe confere um papel de mediador entre o veículo e os diversos públicos com os quais vai se relacionar.

Ao tratar da equipe, Leandro fala com carinho de cada um do grupo; sente-se, ainda que não admita com facilidade, um comandante da turma, e assume algumas responsabilidades de exposição pública no intuito de preservar a imagem de seus colegas. No

momento da ocupação militar, por exemplo, ele ordenou que ninguém assinasse matéria alguma no site, e todos os textos vieram com sua assinatura pessoal. Diz que foi uma estratégia adotada por medo de possíveis consequências para a equipe, pois foi a primeira vez que assuntos relacionados à violência foram pautados no veículo. “Eles ainda me diziam: ‘Leandro, para com isso, a gente está junto’, mas eu realmente fiquei com medo pela nossa própria segurança”, esclarece.

No entanto, apesar de sua liderança, os passos mais importantes para o veículos, garante, são totalmente discutidos em equipe – um grupo heterogêneo, mas formado basicamente por amigos com papéis diversificados na estrutura do projeto.

As melhores ideias nós tivemos em reuniões, mesmo as de bar. Somos todos amigos, não é uma coisa contratada, a gente não pegou currículo. Foi um e outro que eu conhecia e nos juntamos; então, estamos conversando no bar e surgem as ideias. Longe de mim querer decidir as coisas, eu não conseguiria, pois este é um projeto tão grandioso, que é difícil uma pessoa sozinha ter essa tenacidade. Quando nos reunimos, eu vejo, surge uma ideia, o outro complementa, o outro termina e a gente vê que é funcional. É tudo decidido conjuntamente, porque tem o Flavio, tem o Marcos, eles também têm outras visões, de uma maneira diferenciada. Se o site se fosse só eu, ele seria a minha cara e talvez não seria um produto bom.

A decisão de reformular o site e transformá-lo em um portal com escopo mais amplo de inserção comunitária, para além do conteúdo noticioso, vem justamente de uma necessidade sentida de diversificar a face do veículo. No novo portal, que até o momento de conclusão dessa pesquisa ainda dependia de pequenos ajustes técnicos para ir ao ar, cada um assume uma função de acordo com as áreas que possui mais afinidade e a ideia é que pouco a pouco outros rostos também se tornem conhecidos e se expressem pelo grupo, ampliando o diálogo com o público externo.

O seu papel daqui para frente, define Leandro, é atuar mais nos bastidores e deixar que os demais parceiros da equipe assumam funções mais públicas, como o vídeo, a loja online e os projetos sociais, as grandes novidades do novo site. “O site vai ter a cara de cada um, e a minha cara é estar tudo funcionando”, define.

3.3. “Agora eles vão me ouvir”

De volta ao veículo e às discussões que anteriormente iniciamos, observamos que ainda que os veículos comunitários se apresentem e de fato representem um contraponto à imprensa tradicional e o tratamento que esta dá às notícias da favela, parece que está em processo uma mudança importante na relação entre esses dois atores. Em um cenário anterior,

das mídias populares mais tradicionais, via-se um confronto explícito e a negativa de um relacionamento mais estreito com os veículos hegemônicos de imprensa, por conta de um histórico de opressão por parte desses canais em relação às comunidades e aos movimentos populares.

Hoje, o que se vê é um movimento em que vários dos atores comunitários transitam com maior facilidade nos espaços da imprensa tradicional, quer seja concedendo entrevistas, participando de eventos, programas, ou até mesmo construindo programas de forma colaborativa. Enfim, mesmo que não seja consensual pensar dessa forma, e essa relação seja de alguma forma passível de críticas, não é possível negar o fato de que há novas configurações em cena e o cenário não é mais de “guerra”, como observado nos veículos comunitários históricos.

Tais conclusões a que chegamos se dão no diálogo travado junto a diversos atores da mídia comunitária hoje, mas vamos, por uma questão metodológica e também por fidelidade ao que nos propusemos neste capítulo, nos atermos ao objeto que aqui tratamos, o portal *FaveladaRocinha*, mesmo acreditando que – especialmente neste ponto – as questões aqui trazidas são convergentes com muitas das experiências de comunicação comunitária contemporâneas.

Na noite em que o site cobriu, com exclusividade, a entrada das forças armadas na favela da Rocinha, um acordo costurado pelas redes sociais havia estabelecido que a gravação seria entregue na manhã seguinte a uma repórter da TV Record. Eles colocariam em seu site, mas evidentemente sabiam que as imagens sendo divulgadas por uma rede de televisão aberta daria muito mais visibilidade ao ocorrido. E este é um ponto importante.

A ideia de dialogar com a imprensa tradicional é naturalizada a partir da ideia de que são nesses canais que a mensagem, seja ela qual for, pode ser propagada com alcance maior do que normalmente teria. No momento em que os holofotes estavam voltados para a favela por conta da ocupação, os jovens sentiram que havia chegado o momento de, utilizando-se das lentes da imprensa tradicional, apresentar a “verdadeira” Rocinha àqueles que só a conheciam por seu retrato fosco. “Nós falamos: o momento é esse; não o momento de se autopromover, mas de promover o lugar onde a gente mora”, comentou Leandro, demonstrando que, mais que quaisquer implicações de natureza ética que poderia haver nesta parceria com a imprensa tradicional, consideravam aquele espaço uma grande vitrine para

expor a comunidade. “Começamos a expor não só o projeto, mas também as nossas opiniões, coisa que nunca nos procuraram para isso”.

Mas tem algo mais. E reproduzimos, mais uma vez, a fala do idealizador do site. Perguntado se houve algum tipo de conflito, mesmo que interno, antes de aceitar o convite para participar de programas em diversas emissoras de TV e de colaborar com veículos de imprensa, foi direto e revelou outra motivação que consideramos chave também para compreender o sentido dessa relação não-conflituosa entre a crítica aos veículos tradicionais e a colaboração com eles:

A primeira coisa que veio a mente quando eu iria pensar nessa coisa [no conflito entre participar ou não dos programas televisivos] foi a seguinte: sabe aqueles comentários que eu lia no site? Agora eles vão me ouvir. Então foi aquele momento que eu falei: agora é minha vez! Se o pessoal estava falando “tem que derrubar mesmo”, “tem que destruir”, “meter bala”, “explodir a favela toda”, eu falei: agora vocês vão me ouvir. Aquela galera que comentava nos sites são os leitores, telespectadores de Globo; então eu falei: o momento é esse.

Assim, da mesma forma que os comentários dominantes nas matérias sobre a favela foram um grande motivador para o surgimento do site; estar nos programas de televisão, colaborar com os jornais, estar presente nas mídias tradicionais, é entendida como uma forma de responder a esses comentários e se posicionar frente a esses comentaristas.

Flávio relata ao menos uma experiência de diálogo com a imprensa que trouxe resultados positivos para o veículo – e, assim acredita, para a favela, no sentido de mudanças na sua imagem projetada pela mídia. Mas também conta de ao menos uma experiência em que lidou com um repórter “estereotipado e totalmente alheio às questões da favela”. No dia da ocupação da Rocinha pelas forças militares, ele conta, foi um dia de intensa relação com a imprensa tradicional, por conta de uma série de entrevistas que concederam. Mas não só: Flávio qualifica como um serviço de “assessoria de imprensa” o que eles fizeram naquele dia, dando as informações para a entrada de profissionais e veículos que não estavam acostumados a entrar na favela. “Foi uma experiência enriquecedora, de certa forma”, afirma.

Não há aqui, ao menos assim enxergamos, uma simples relação de submissão ou cooptação, como alguns autores avaliam³⁸. Há, sim, um complexo jogo de concessões e

³⁸ Um exemplo é a crítica de Yamamoto, ao tratar dos movimentos de comunicação comunitária. O autor afirma que a “ingerência do poder dominante” é uma característica histórica desta forma de comunicação, em contraponto à comunicação popular, que procura formas de ruptura, “por meio da construção de hegemonia popular” (2007, pg. 2). Ou ainda, Rosane Rosa e Maurício Lavarda do Nascimento que defendem, analisando o caso do jornal Voz da Comunidade, que “ocorreu cooptação do sujeito coletivo pela mídia comercial”(ROSA e DO NASCIMENTO, 2013, p.1)

negociações, que sabemos que por vezes envolve também cooptação e submissão, mas que possibilita com que os novos jornalistas comunitários utilizem-se dos espaços tradicionais – afinal, públicos – para ali difundir suas mensagens ao público com o qual querem travar um diálogo.

Aqui não cabe qualquer inocência no sentido de ignorar que existe sim o desejo de cooptação e uma série de estratégias que frequentemente limitam o poder de fala dos atores populares, inclusive por meio de edição, e representam um ganho infinitamente maior, no fim das contas, aos veículos tradicionais. E não ignoramos que isto vale também para os sujeitos locais, uma vez que também ocasiona empoderamento e distinção a esses atores. Mas trata-se de complexificar o cenário e entender que há disputas e interesses de ambos os lados e, se de um lado a imprensa se aproveita da colaboração dos atores locais para legitimar sua posição de narradora autorizada do mundo; de outro, os jornalistas comunitários nos parecem bastante conscientes destas implicações e dispostos a ocupar esses espaços com interesses diversos e muitas vezes com cálculo estratégico dos resultados que podem ser obtidos, tanto no que se explicita, mas também no campo pessoal, de desejos implícitos destes sujeitos – que avaliam assim, pelos quais vale ou não a negociação.

“Quando as mídias buscavam notícia e ‘puxavam’ da gente, era uma alegria imensa”, conta Leandro, afirmando que o principal motivo da satisfação era pela solução para a questão apresentada. “Quando sai na TV os governos dão um jeito de resolver o problema”, afirma.

Com o tempo, e especialmente após a ocupação, o site passou a ser notícia em vários portais de notícias e outras mídias, por acompanhar em “tempo real” o que acontecia na favela³⁹. Muitos convites surgiram para a participação em programas, sobretudo na televisão. Leandro e Flávio afirmam que antes de qualquer hesitação, a motivação, repetida quase como um mantra, era a mesma: a oportunidade de falar o que sempre quiseram, apresentar a Rocinha tal qual eles conheciam, a um público por vezes arreado e preconceituoso.. “Aproveitamos essa situação para falar a verdade. Aquela coisa que há anos tentávamos falar e ninguém ouvia. Naquele momento sentimos que se não aproveitássemos essa onda, a gente perderia”, contou, emendando com outro relato.

Teve uma entrevista para a Mix TV, de São Paulo, por telefone, com o programa do Paulo Miklos. A mentalidade do carioca sobre a favela já é ruim, agora imagine a mentalidade do paulista. Ele fez umas perguntas que eu me contorcia, ficava

³⁹ Um exemplo é a matéria do portal G1, da Globo: “Moradores da Rocinha relatam ocupação em tempo real no Twitter”, disponível em <http://migre.me/iELXX>

desesperado e pensava: “ainda bem que eu não estava lá”. Essa foi a única vez que fiz entrevista por telefone e ainda bem, porque senão nossa eu ia levantar e... mas eu pude contornar, falar direitinho, e explicar que não era bem assim como eles pensavam. Então ele fazia as perguntas, eu ia lá e explicava. No final eles agradeceram e essa foi a parte mais legal, eles disseram “falar com você é entender o que está acontecendo”, porque até então eles não sabiam, não sabiam mesmo, não tinha a menor ideia. Foi importante.

Mesmo que os exemplos reportados nos pareçam de fato apropriações positivas dos espaços midiáticos por parte dos atores comunitários, aqui é preciso problematizar as inúmeras implicações da participação destes agentes em programas de TV e similares. Primeiro, porque toda fala nesses canais passa por um processo de edição, que sabemos estar a serviço das ideologias que sustentam o veículo. E também porque observamos, além dos objetivos comunitários, que nos parecem genuínos, certo fascínio pela função de porta-vozes e pela própria profissão de jornalistas, e toda a visibilidade – tanto pessoal quanto para o projeto – que essas aparições poderiam render, o que confere ainda mais autoridade aos atores para falarem pela comunidade que retratam.

Outros integrantes da equipe viajaram para diversas cidades para, além de dialogar com a imprensa, dar palestras e apresentar o trabalho do site. Flávio, por exemplo, conta que uma palestra dada para estudantes bolsistas em São José dos Campos, por meio do projeto Cidade Unida, foi uma das experiências mais enriquecedoras de sua vida.

A partir desses encontros, surgiram oportunidades de trabalho para grande parte da equipe, muitas em veículos comerciais de imprensa. Um estudante de jornalismo foi contratado pelo jornal carioca *O Dia*. Flávio, depois de uma participação da equipe em um programa dominical de TV, foi convidado para um estágio na área de fotografia da imprensa oficial do Governo do Estado, na Secretaria de Direitos Humanos. E outros também seguiram caminhos parecidos.

Para Leandro, a oportunidade, que já tinha sido ofertada por meio de alguns convites, se materializou apenas alguns anos depois, em 2013. Mas em uma escala maior, tanto de visibilidade quanto de questionamentos. Depois de passar por um extenso processo seletivo, foi selecionado para integrar a equipe do quadro Parceiros do RJ, do jornal RJTV, na Rede Globo⁴⁰. Mais que simplesmente colaborar com a imprensa, os integrantes do site começam a ultrapassar uma linha e se tornam, eles próprios, trabalhadores destes veículos.

⁴⁰ Projeto que recruta jovens moradores de áreas periféricas da cidade para produzirem reportagens sobre o local em que vivem. É veiculado dentro da programação do RJTV, principal noticiário local da Rede Globo.

Esta realidade nos parece absolutamente nova no que diz respeito às relações entre a imprensa popular e as mídias tradicionais. E, mais uma vez cabe frisar, acreditamos que reflete um quadro amplo e não reduzido a essa experiência específica do *FaveladaRocinha*. O cenário de conflito e combate parece ceder espaço a uma relação que, embora crítica, mantém pontos de contato e estabelece em muitos casos espaços de colaboração e negociação.

Neste próprio quadro, Parceiros do RJ, muitos dos jovens convocados eram atores de presença relevante nas comunidades originárias, alguns deles ligados às práticas de comunicação comunitária e à militância, ainda que não em suas esferas mais tradicionais. É o caso do Romário Régis, de São Gonçalo; do Ricardo Fernandes, da Cidade de Deus; e do próprio Renê Silva, do Complexo do Alemão, que embora não tenha composto o quadro de colaboradores do programa, foi contratado pela mesma emissora e virou consultor de algumas atrações da empresa, como o programa *Esquentando*, apresentado por Regina Casé, e a novela adolescente *Malhação*.

Acreditamos que essas relações nos trazem algumas complexidades no sentido de se pensar as lutas de hegemonia e contra-hegemonia na comunicação popular contemporânea. A arena de disputas, no sentido proposto por Gramsci, parece-nos ainda mais diversa, com lutas intensas sendo travadas em ambientes e condições distintas daquelas travadas até então. Há novas formas de se pensar o jornalismo contra-hegemônico, que envolvem também uma lógica “nova”, de negociação⁴¹.

Para Leandro, segundo suas próprias palavras, estar na Globo era ter uma “arma garantida”. No site, as informações eram postadas e nem sempre alcançavam êxito em sua intenção de causar alguma transformação na realidade vivida. Já com o espaço no principal veículo de comunicação do país, a resolução dos problemas parecia ter mais êxito. “Uma vez uma mulher até me disse: caramba, Leandro, você vai oficializar o que você já faz. Eu pensei, é mesmo, vou oficializar o que já faço; até então eu era autônomo, agora empregado”, reflete.

Isso nos faz pensar: se no jornal comunitário ele faz *exatamente* o que faz no jornal, agora com maior alcance e formalmente integrado ao mercado de trabalho, então onde foi parar o sentido de contra-hegemonia que sempre pareceu guiar a prática da comunicação popular e comunitária? Ela se perdeu em algum momento nesta nova era? Leandro explicitou

⁴¹ Esta “lógica” se em algum sentido nos parece nova, também nos remete à uma tradição da própria cultura popular, conforme já discutimos aqui, especialmente com Martin-Barbero na primeira parte deste trabalho e, mais recentemente, com Stuart Hall.

pouco sobre o processo de escolha dos temas que trata no programa televisivo, em um breve relato sobre as reuniões de pauta que acontecem com toda equipe semanalmente. Contudo, comentou em alguns momentos dos diálogos para este estudo que estava impossibilitado de gravar matérias em sua comunidade devido a ordens da direção, pois a favela estava em um momento de conflitos entre polícia militar e grupos armados.

Estes comentários nos fazem pensar sobre esse dito “fazer a mesma coisa” na TV em relação que se faz no site. Ainda que tenha relatado, como já trouxemos aqui, restrições à publicação do noticiário sobre violência no veículo comunitário, não há registro de proibições de cobertura, por parte de quem quer que seja, como acontece na TV. Então, a argumentação de que “fazem a mesma coisa” nos parece um argumento retórico, fruto tanto de um fascínio pela TV quanto de uma necessidade, talvez auto-imposta a partir de cobranças diversas, de justificar sua atuação na mídia comercial.

Pois ainda que exalte o site e este seja seu principal projeto de vida, há uma tênue linha que em alguns momentos parece ser transpassada quando Leandro relata sua experiência na emissora. Há certo deslumbramento, justificado não apenas pelo que diz sobre a qualidade técnica que encontrou desde o início ou pelos encontros profissionais que tem oportunidade de vivenciar, mas também pelo que a mídia tradicional representa, em termos de autoridade, para esses sujeitos.

Assim, Leandro sentencia: sua experiência de jornalismo na Globo renderá muito aprendizado para a condução do site, após reformulado. Uma conversa com o experiente repórter Caco Barcellos na hora do almoço ou alguns diálogos com o apresentador Flávio Fachel valem por um semestre da faculdade de jornalismo, que ainda cursa.

Meu interesse lá dentro é buscar aquilo o qual eu sempre idealizei, sempre busquei, mas nunca tive oportunidade. Para isso, eu estou fazendo todo dia, prestando atenção em tudo, em cada reunião de pauta, para eu usar esse ano e meio de projeto a vida inteira. Eu tenho aprendido mais na Globo do que na faculdade, muito mais; e eu estou utilizando na faculdade o que eu aprendo na Globo, e tenho tirado notas muito boas. Os professores falam tão mal da Globo, mas tudo que eu faço aqui, eu escrevo lá e eles me dão dez, tem alguma coisa errada”, ri. E complementa, também provocativo: “Uma vez tive a oportunidade de almoçar com o Caco Barcellos. Eu estudando na Facha [Faculdades Integradas Hélio Alonso, onde cursa jornalismo], só fazendo isso na minha vida, eu teria oportunidade de estar almoçando com um professor, por exemplo? Nunca! E é o Caco Barcellos, não vou aproveitar? É óbvio que eu vou aproveitar, é óbvio que eu vou perguntar coisas as quais ele já está cansado de ouvir; é interesse meu e é um momento único ali, que eu estou assistindo uma aula de teoria da comunicação três”.

3.4. “Quer conhecer mesmo? Lê aqui!”

Mas se a entrada para o programa representa um marco na trajetória profissional de Leandro, o grande momento para o site aconteceu dois anos antes, durante a ocupação da favela da Rocinha para implantação de uma Unidade de Polícia Pacificadora, como já citamos aqui. Neste ponto, gostaríamos de refletir sobre os efeitos para o veículo deste episódio, não tanto pela ótica das mudanças ocorridas no território, mas, sobretudo, porque a ocupação acaba se transformando em um momento de hiperexposição e aumento vertiginoso no número de seguidores em todas as redes sociais que o jornal atua, bem como um *boom* no acesso ao site. Mais que em qualquer outro momento, a partir dali o *FaveladaRocinha* consegue dialogar com um público muito diverso e majoritariamente externo à favela, conforme veremos a seguir.

Para ilustrar o que este momento representou para o site, Leandro recorre a uma metáfora que ele mesmo classifica como “esdrúxula”. Na noite anterior à ocupação, o perfil do twitter do grupo tinha cerca de 80 seguidores; na manhã seguinte, já eram cinco mil os que acompanhavam a narrativa do *FaveladaRocinha*. “Foi como se pegassem um aviãozinho e colocassem duas turbinas. Disparou!”, comenta.

As redes sociais, neste momento, passam a desempenhar um papel central no dia a dia do veículo. Através dessas conexões, o veículo estabeleceu relações com novos públicos, de diferentes locais, e também diálogo com outros atores da esfera comunitária, tanto do Rio, quanto de outras cidades e regiões.

Como aponta Castells (2012), “a atividade mais importante da internet hoje se dá por meio dos sites de redes sociais”. Estas redes ocupam lugar central nas conexões que são estabelecidas no ambiente digital e estendem as fronteiras antes visíveis até o limite das possibilidades, servindo de palco para o diálogo entre diferentes culturas e povos.

São espaços vivos que conectam todas as dimensões da vida das pessoas. Se tornam plataformas para todos os tipos de atividade, não apenas para amizades ou bate papos pessoais, mas para marketing, e-commerce, educação, criatividade cultural, distribuição de mídia e entretenimento, aplicações de saúde e, sim, ativismo político. (CASTELLS, 2013, pg.169)

Com o uso intensivo das redes sociais, o *FaveladaRocinha* amplia o alcance de seu noticiário e se comunica agora em larga escala com um público estranho à realidade da comunidade, curioso e atento ao que se passa na favela, que os tem como porta-vozes da cultura local e dos fatos que acontecem naquele universo. Os meninos se transformam, assim,

em narradores autorizados para falar em nome daquela comunidade para um amplo público externo. “Até então eu não tinha noção de que a Rocinha era tão visada”, assegura Leandro.

Por isso, causa surpresa algumas posições assumidas pelo coordenador do projeto acerca das redes sociais. À primeira vista, soam como posições conservadoras e de certo modo contraditórias suas declarações negativas à rede pela possibilidade de “qualquer um falar”. Questionamos: mas não é esta a beleza, não foi isto que permitiu ao portal chegar até onde chegou, justamente esta possibilidade de qualquer um falar, sem precisar ser um narrador autorizado do cotidiano? Não foi o “qualquer um” que lhes deu a possibilidade de fala?

Infelizmente, a comunidade abraça as redes sociais como uma fonte, eu acho extremamente errado. Porque é uma rede social, qualquer um posto alguma coisa ali, então é complicado, pois a sociedade ainda tem que amadurecer muito para distinguir o que é verdadeiro, o que é falso, por isso que você vê aí tantos vírus no facebook (...) Eu prefiro o twitter, porque ele respeita o que você quer ler, o que você escolheu seguir; já no facebook não depende de você, pois as coisas são compartilhadas, o interesse do outro é compartilhado para mim, e essa porta de entrada já virou um network muito bagunçado (...) É poderoso, mas só se você souber usar.

São muitas as questões que nos parecem relevantes, do ponto de vista da análise discursiva, neste breve espaço de fala. Em um diálogo, ainda que não pensado, com o discurso jornalístico hegemônico, Leandro evoca aqui um discurso de autoridade ao expressar pensamentos como o que a rede só se torna poderosa se o sujeito souber usar, fazendo a distinção entre o que é verdade e o que é mentira. Está aí expresso o discurso de autoridade, legitimidade e, por que não?, objetividade, conforme havíamos questionado em relação aos veículos tradicionais. E ele se coloca, ainda que indiretamente, como este sujeito, portador de autoridade, que sabe utilizar as novas tecnologias de informação e comunicação, de forma geral, e as redes sociais digitais, em particular.

O FaveladaRocinha usa. Com grande intensidade. E mesmo com todas as controvérsias, que aqui procuramos qualificar e problematizar, acreditamos que neste uso intenso das redes se expressa com bastante nitidez uma mudança importante no sentido da comunicação comunitária hoje, emergente via novas tecnologias, conforme já expusemos em momentos anteriores de nossa análise, mas que agora procuramos fazê-lo de maneira empírica: de um modelo anterior, em que atores locais produzem notícias locais para um público local⁴², passamos a uma realidade em que os atores locais produzem notícias locais,

⁴² A literatura sobre o tema e também nossa vivência e permanente diálogo com atores que militam nessa área nos permite fazer essa colocação, ressaltando que a experiência da comunicação comunitária não era homogênea

mas para um público potencialmente global, não mais restrito ao interior das comunidades de onde fala. E são as novas tecnologias de comunicação que possibilitam essa mudança.

Conforme mapeado por Dênis de Moraes, essa é uma realidade vivenciada com intensidade na região da América Latina desde o início dos anos 2000, com as agências independentes de notícias que utilizam a rede para a difusão de materiais noticiosos sobre eventos e atos ligados, naquele momento, aos movimentos antiglobalização. Para o pesquisador, constituem-se como vantagens competitivas da utilização da internet pelos movimentos populares frente a outros meios possíveis e mais tradicionais, “a instantaneidade, a transmissão descentralizada, a abrangência global, a rapidez, o barateamento dos custos e a autonomia da web frente às diretivas ideológicas e mercadológicas da mídia” (MORAES, 2008, p. 47)⁴³.

Na favela da Rocinha, um dos organismos sociais mais vivos da cidade do Rio de Janeiro, com grande diversidade de grupos, movimentos e organizações populares em atividade, inclusive coletivos organizados em torno da comunicação, já no fim da década de 1990 chamava a atenção a utilização da internet para propagação de notícias locais, através do site da *TV Roc*, canal comunitário que era transmitido através da operadora de TV por assinatura Net.

O veículo, segundo Valladares (2005), trazia informações sobre a localização exata e a história da favela, projetos em curso e empreendimentos. Em 1999, dois anos após ser criado, o site da *TV Roc* contava com 1.500 visitantes mensais e grande parte dos usuários era originário dos Estados Unidos. Em um texto editorial, o veículo anunciava sua missão: “A Rocinha é um verdadeiro caldeirão. Tudo o que vocês puderem imaginar acontece aqui (...) Tudo isto on line e editado para levar até você as informações completas sobre a Rocinha e outras comunidades carentes do Brasil hoje”. A intenção, deliberadamente, era falar para fora, para um público externo e curioso por conhecer aquele universo.

O site *FaveladaRocinha.com*, neste sentido, não é referencial único ou inaugural, mas sim está presente em um quadro maior e inserido em um fluxo contínuo e histórico da comunicação comunitária nas comunidades populares do Rio de Janeiro, especialmente em seu território. A grande novidade, mesmo na comparação com outros veículos que também

em suas formas e métodos, mas de certa maneira entendida hegemonicamente como um instrumento para comunicação e mobilização internos (conforme visto em PERUZZO, 1991).

⁴³ In COUTINHO, 2008.

apoiavam sua atuação no uso da internet como principal interface para relação com seu público, é o uso intensivo das redes sociais e o que elas representam na realidade histórica de hoje. O impacto e alcance do uso de um perfil no twitter ou no facebook hoje, por exemplo, são incomparáveis ao cenário de dez ou quinze anos atrás, quando a internet ainda era uma realidade pouco conhecida no país.

E ciente das possibilidades trazidas pelas redes, a equipe do site passa a se empenhar ainda mais para manter-se atualizada nos principais perfis do veículo na internet. Mas a mudança expressiva (e até assustadora, para utilizar as palavras do próprio Leandro) na quantidade de público acessando os canais do veículo altera as formas deste fazer jornalístico? A resposta, dada pelo coordenador do projeto com uma convincente sinceridade, é: não. “Desde o início, a essência é a mesma”.

Eis então mais uma chave para se pensar e compreender a comunicação comunitária praticada na contemporaneidade, emergente via novas tecnologias. O aumento vertiginoso de público não altera a forma com que o veículo se comunica, pois já desde o início está em pauta o diálogo com o público externo como objetivo do canal. A comunicação interna tem o seu lugar, mas o desejo de falar com as pessoas e culturas de fora daquele mundo é ato *fundante* destes veículos de comunicação.

Neste ponto, entendemos que, a despeito das óbvias mudanças no dia a dia do veículo, como o próprio Leandro já explicitou aqui, o “essencial” a que se refere é na filosofia e práxis do site. Sua “essência”, como também já colocou com muita clareza, é comunicar para fora o que acontece dentro; confrontar os noticiários negativos com noticiário positivo; e isso permanece inalterado. Não há um momento em que o foco vira o público externo, como se em um momento anterior fosse a comunicação interna; esse foco na comunicação externa nos parece ser o essencial de que fala Leandro e a busca primeira do veículo desde seu nascimento. É isso que não muda. Muda a rotina, muda a equipe, mudam os contatos e os atores com que agora se relacionam; muda muita coisa, certamente; mas o que ele próprio qualifica como “essência” não muda – e este também nos parece ser um dado interessante.

Ao recordarmos a história que há pouco nos foi apresentada, o site nasce já com a incumbência de contrapor-se aos relatos da imprensa tradicional para mostrar à sociedade geral como era de fato a comunidade em que viviam. Nasce como uma esperança de resposta aos comentaristas dos sites de notícias que, observando de fora e a partir do retrato das mídias

hegemônicas – e também de seus próprios preconceitos –, reduzem a favela a um reduto de marginais e carentes.

Leandro conta que um de seus incômodos propulsores para fundação do site era a ferramenta de alerta do Google, que lhe mostrava as atualizações de notícias sobre a favela da Rocinha, e invariavelmente as notícias eram negativas. Passou a concorrer com suas notícias para aumentar o volume de noticiário positivo sobre a comunidade na rede, para que outros usuários, ao digitar o nome da favela no mecanismo de busca, percebessem também o cenário positivo. Com o mesmo intuito, passou a percorrer os comentários das notícias negativas que saíam nos portais, e contrapunha os comentaristas que tanto o chocavam: “eu botava o link [do *FaveladaRocinha.com*] e falava assim: quer conhecer mesmo? Lê aqui”.

Aqui abrimos um parêntese para trazermos Michel de Certeau, que nos concede ferramentas para refletir sobre esse importante momento de disputa narrado acima – em que Leandro “invadia” as páginas dos portais de notícias e inseria os links para as matérias do veículo comunitário. Certeau utiliza-se dos conceitos de estratégica e tática como representação das disputas travadas no cotidiano de nossa sociedade, em que o segundo diz respeito a uma subversão “comum e silenciosa” frente à estratégia operada por um “sujeito de querer e poder” (como uma empresa, a igreja, uma cidade etc). A tática, em suma, seria uma ferramenta dos oprimidos, dos desfavorecidos, a “arte do fraco”.

O poder se acha amarrado à sua visibilidade. Ao contrário, a astúcia é possível ao fraco, muitas vezes apenas ela. Como último recurso: “Quanto mais fracas as forças submetidas à direção estratégica, tanto mais esta estará sujeita à astúcia”. Traduzindo: tanto mais se torna tática. (CERTEAU, 2007, p. 97).

Essas ferramentas, no entanto, antes de algo fixo, são categorias flexíveis, que dependem das relações instituídas, dos jogos e dos contextos específicos. Um mesmo ator pode muitas vezes valer-se de tática e estratégia nos diferentes papéis que assume. É um uso ambivalente – ao mesmo passo que utiliza táticas para interferir no discurso das mídias hegemônicas, o *FaveladaRocinha*, em seu lugar de poder, também faz uso de estratégias para fortalecer suas posições no jogo das representações.

No site, questão central, que define um de seus inúmeros papéis neste jogo; a grande “graça” da comunicação comunitária, como Leandro definiu, é levar a informação “de dentro para fora”.

As notícias são de interesse para o pessoal de dentro também, só que a preocupação era que o pessoal de fora visse. Porque aquele pessoal de fora não

vinha, como ia ficar sabendo? Até porque nem eu entraria se estivesse no lugar deles, pelas notícias que eles iam recebendo, amendontraria qualquer um. Então, a preocupação era que as pessoas de fora tivessem a curiosidade de entrar, e a partir do momento da participação, as pessoas realmente começaram a mandar email e a falar de suas curiosidades. Tanto que a gente colocou uma câmera no carro e fizemos um percurso na Rocinha, andando na comunidade, na época em que isso não existia no Google Mapas, e foi um grande sucesso (Leandro Lima).

Este ponto nos parece especialmente importante dentro da pesquisa. A explosão de seguidores, por si, não altera a rotina de produção; mas, em um momento anterior a isso, as novas tecnologias mudam a forma de se pensar a comunicação comunitária, seus objetivos, métodos e fins. É assim também com outros exemplos que temos citados ao longo deste trabalho: embora tenha começado como jornal impresso distribuído internamente, a partir da incorporação das redes sociais, o *Voz da Comunidade* se torna veículo que dialoga com amplo público externo e se porta como porta-voz da favela para (re) construção do imaginário coletivo sobre o território; o *Correspondentes da Paz* nasce já com o objetivo explícito da propagação do local para o mundo e intercâmbio informacional entre agentes de diferentes comunidades; da mesma forma *O Morro*, do Borel, ou o *Portal CDD*, da Cidade de Deus, apoiam sua produção na internet e apostam no diálogo com públicos externos desde o seu princípio; a *Agência Papagoiaba* também explicita em sua descrição que deseja dar visibilidade às potências locais através das ferramentas de comunicação; e até mesmo o jornal *O Cidadão*, que possui grande força como veículos de comunicação interna, através do impresso, mas também a partir do uso das novas tecnologias passa a adotar uma estratégia de busca de contato com o mundo para a exposição das questões locais.

No levantamento do Observatório das Favelas realizado em 2011, cabe mais uma vez lembrar, mais de 50% das iniciativas de comunicação identificadas nas periferias da Região Metropolitana do Rio de Janeiro são veículos de internet, alguns com mais de cem mil acessos mensais. Certamente não falam só para dentro – e possivelmente já nasceram com o intuito de dialogar com o mundo externo.

A nós, parece evidente que já em processos anteriores havia grupos e iniciativas que visavam dialogar para fora de suas comunidades originárias, e muitos alcançavam êxito nesta missão. O que nos parece novo é este ser um objetivo fundante, elemento central da ação; além, concretamente, das condições materiais de que estes jovens hoje dispõem, com a internet, para tornar reais, palpáveis e executáveis esses objetivos de dialogo externo.

3.5. “Odeio ser político”

Paradoxalmente, o desafio maior das experiências comunitárias contemporâneas parece ser o diálogo interno, a relação com a própria comunidade que pretendem representar e apresentar ao mundo. Esta é uma fala recorrente entre os atores que hoje protagonizam a comunicação comunitária e uma preocupação percebida mesmo naqueles que não expõem publicamente esta questão.

No *FaveladaRocinha*, o principal espaço de relacionamento com a comunidade se dá nas notícias relacionadas à prestação de serviços, como as cobranças ao poder público por problemas ligados ao esgoto, saneamento, pavimentação, energia elétrica, tráfego etc. Há, nestes casos, reconhecimento da comunidade, sobretudo com a resolução, mesmo que parcial, de alguns desses problemas.

Na internet, o perfil no *Facebook* é percebido como o principal espaço virtual de relação com os moradores da comunidade, mais que em qualquer outro meio – como o site e o próprio twitter. “Chegamos ao ponto de colocar nosso site como tela inicial em três lan houses, mas não adiantou. O pessoal da favela não tem costume de entrar em site, a fonte de notícias é a rede social, é o *Facebook*”, avaliou.

No mural do perfil, que possui 1,6 mil seguidores, são várias as interações de moradores da comunidade com o veículo, sobre os mais diversos assuntos. No dia 04 de dezembro de 2013, uma moradora postou fotos de cachorros abandonados na comunidade, pedindo ajuda na divulgação; alguns dias depois, outro morador reclamou do som alto em sua rua aos fins de semana, oriundo de bailes realizados no entorno, reclamando da ineficiência da associação de moradores e da UPP local (neste caso, o jornal sugeriu o caminho formal de denúncia à Defensoria Pública); no mês seguinte, moradores publicaram, também na página do veículo, imagens e vídeos de inundações ocorridas na comunidade em função das chuvas; e assim prossegue.

Como estratégia de visibilidade interna, a partir de 2011 a equipe passou a andar uniformizada quando ia apurar qualquer notícia. Com isso, as pessoas passaram a reconhecer e até mesmo cobrar a presença da equipe em suas regiões. Presenciamos, em visita à equipe na comunidade, cenas como esta – de pedido de reportagem e também de agradecimentos. Com a utilização de crachá e uniforme, os moradores passaram a se aproximar dos repórteres nas ruas e sugeriam pautas, mais tardes aproveitadas no site.

Os uniformes também tinham uma função de garantir a segurança da equipe, já que o uso de câmeras de foto e vídeo era visto com restrições e poderia trazer algum transtorno junto aos grupos que dominavam militarmente a favela. Nenhum incidente desta natureza ocorreu em todo o período de atuação do site, embora uma única vez tenham precisado informar a realização de uma atividade fotográfica com público externo.

De acordo com Leandro, o maior ponto de atrito observado nas relações internas se dá no diálogo com as lideranças tradicionais das comunidades. A maior parcela dos atores da comunicação comunitária contemporâneas é formada por jovens, estudantes, não necessariamente ligados aos movimentos sociais tradicionais ou grupos de militância política das comunidades. Este é um cenário que se repete em grande parte das comunidades que tivemos contato ao longo desses últimos dois anos: iniciativas são protagonizadas por jovens, muitos não oriundos da luta política tradicional ou de movimentos sociais, embora alinhados com as causas populares e desejosos de mudanças sociais.

E nesta relação entre lideranças já estabelecidas e novos atores acontecem conflitos e choques, que, se nos parecem naturais em contextos sociais tão intensos como se vê nessas comunidades, decerto contribuem para o acirramento de ânimo em muitos momentos da luta política que travam. É um momento de transformação neste jogo de xadrez político, em que lideranças antigas e novos atores duelam pelo espaço e poder de representar e dar voz às potências e angústias das favelas.

A emergência destes jovens atores como representantes, em alguma medida, da comunidade gerou reações contrárias explicitamente declaradas. Lidaram com desconfianças e até intimidações, e tiveram que aprender a controlar os impulsos, para tornar o ambiente mais pacífico e possível de se trabalhar. Aprenderam a apertar a mão e a entender que a política exige, naquele espaço e nas condições concretas que ali existiam, saber negociar. “Mas eu detesto ser político”, destacou Leandro.

Houve casos delicados, em que a publicação de uma matéria de denúncia acabava por explicitar a falta de ação de algum órgão ou associação local. Momentos tensos, de debates intensos, virtuais e também físicos. Quando os membros da equipe começaram a encontrar emprego na mídia comercial, especialmente no caso do *Parceiros do RJ*, vieram das lideranças tradicionais as maiores cobranças. “Vendidos”, eles chegaram a ouvir. Também insinuações sobre a relação do site com a Rede Globo e outros veículos de imprensa.

Apesar desses conflitos, Flávio acredita que a relação entre o site e as lideranças tradicionais sempre foi boa. Para ele, essas lideranças são desde o princípio os principais leitores do veículo dentro da Rocinha. E vai além: além de leitores, essas lideranças eram também, muitas vezes, as fontes para reportagens. “O diálogo com essas lideranças era tranquilo, eram receptíveis, nunca tivemos problema”, relata, no plural. Na sequência, singulariza a experiência: “Sempre fui recebido com muita receptividade”.

A diferença no relato desta relação por parte dos dois atores talvez tenha explicação politicamente sutil: Leandro é, desde o princípio, o “líder” da equipe, ainda que não goste desta alcunha; ou seja, está geralmente à frente das negociações envolvendo o site e numa posição política mais próxima das lideranças tradicionais – o que queremos dizer é que Leandro é, dentro da estrutura da equipe do site, a figura que mais se assemelha a uma liderança comunitária, o que certamente ocasiona confrontos particulares e uma relação de disputa de ambos os lados.

De qualquer forma, ele relata que a relação começou a se alterar após a grande explosão de visibilidade que o veículo obteve, no pós-ocupação. Ainda que hoje ainda existam situações pontuais de conflito, há uma convivência mais harmônica entre as partes. E se há uma fala queixosa com relação às lideranças tradicionais, também há reconhecimento da importância do bom relacionamento com esses atores. “A maioria deles está lá há muito mais tempo que nós, alguns têm quase o dobro da minha idade, e ver que estão levando a sério o que fazemos é ótimo. Se eu ganho a confiança deles, ganho a confiança de muita gente”, disse Leandro.

Dentre os movimentos presentes na comunidade, as Organizações Não Governamentais (ONGs) são os atores organizados com os quais eles possuem maior interlocução. Há menos disputa e um sentido colaborativo maior, que os leva a produzirem juntos eventos comunitários, compartilharem ações e divulgarem as atividades dos grupos nas páginas do veículo. Também possuem bom diálogo, e vimos de perto, com agentes público locais, como a gerência da Biblioteca Parque da Rocinha, que abre o espaço público para algumas reuniões do grupo.

Por buscar ocupar esse papel de mediação entre a comunidade e os poderes públicos, as associações representativas, as organizações sociais, a equipe do site decidiu estar mais atenta para identificar o que deve ou não ser postado nos canais oficiais do veículo, em uma

filtragem movida por motivos diversos que vão desde a segurança pessoal até uma decisão estratégica de não exposição de determinados temas ou personagens.

Uma vez, contam, um famoso modelo brasileiro estava na favela fazendo distribuição de brinquedos para crianças e convidou o site para fazer a cobertura da entrega. Depois de refletir, eles declinaram, avaliando que a exposição de tal figura poderia gerar repercussão negativa e descontentamento na comunidade, além de ganhos de imagem únicos e exclusivos à pessoa. “A gente não é uma empresa, que ganha por notícias publicadas. A gente tem responsabilidade, tem um propósito, temos que ter discernimento, pois não estamos brincando”, defende Leandro.

Eles sabem que, neste jogo de disputas de representação, entre o site e a mídia tradicional, as lideranças antigas, o tráfico, os demais veículos comunitários, toda decisão tem uma consequência e acarreta um fortalecimento (ou não) da posição de tradutor daquela realidade. Por isso, afirmam que têm responsabilidade com as notícias publicadas, pois são elas que, no conjunto com outras imagens construídas sobre aquele território, dão significação ao seu lugar.

Sonhos, planos, desafios...

E então, já no fim das conversas, depois de um diálogo construído ao longo dos últimos meses, planos e projetos expostos, Leandro e a equipe comentam de seus medos e também sonhos; falam sobre os desafios do veículo; e de como projetam seu futuro.

O receio principal do idealizador do projeto é que, com o crescimento do veículo o site perca aquilo que o tornou particular e importante canal de comunicação da Rocinha para “o mundo”: a identidade local, o vínculo com a comunidade (mesmo que ela não seja a principal destinatária de sua mensagem), o foco em informar e propagar as mensagens da favela para além das fronteiras – e também, importante, intra-fronteiras. Não quer ver o projeto transformado em uma ONG prestadora de serviços e realizadora de projetos sociais, mas sim que continue com sua missão de noticiar, reportar, comunicar as belezas e as potências – e também, quando for preciso, as deficiências – da favela, em profunda sintonia com ela.

“Fizemos questão de manter o jornalismo no projeto, senão a gente tira jornalismo e só faz projeto. Isso é fácil, muito fácil. A Petrobras está ali querendo fazer você virar um AfroReggae, eles tem dinheiro para isso. E não é isso que eu quero”.

E o que Leandro quer? As frases começam desconexas, vão se ligando, e revelam um sonho comum aos comunicadores comunitários que encontramos ao longo de nossa trajetória pessoal e especialmente os que ouvimos para esse estudo: tornar o veículo sustentável financeiramente e poder se dedicar exclusivamente a ele; “sobreviver desse projeto”, em outras palavras. “Mas eu acho que isso está mais na categoria do sonho, não sou muito otimista, é muito difícil conseguir”, comenta Leandro, citando algumas das dificuldades neste caminho, como a finitude dos financiamentos e patrocínios, dificilmente renováveis e incapazes de manter financeiramente uma equipe com dedicação integral ao site.

E este parece ser um enorme desafio conceitual para os veículos comunitários de forma geral, e também para este em particular: equilibrar-se entre buscar apoio financeiro e isso não significar qualquer concessão no que diz respeito ao conteúdo. Quem relata essa dúvida é Flávio, que sempre quis transformar o site em sua forma de renda principal e também de todos que dele fazem parte.

Às vezes eu fico muito animado, outras eu desanimo, porque parece que é uma montanha que a gente nunca consegue chegar ao topo dela, sempre com alguma dificuldade. Pensamos ideias ótimas, mas as vezes esbarramos no equipamento que não temos e outra na equipe que não aparece. Muitas vezes o Leandro carregou o site nas costas sozinho. Sempre que eu tive disponível, estive junto para ajudar. Mas não é que nem trabalho que você necessariamente está ali cumprindo um contrato (...) Claro que se estivéssemos sendo financiados por alguém ficaríamos preso a uma linha editorial que poderia influenciar nas nossas matérias. Afinal de contas nem tudo é perfeito. A gente fica nessa encruzilhada: ser livre ou ser censurado. Acho que temos que batalhar uma forma de sermos livres no que a gente põe em fazer em relação a conteúdo jornalístico.

Para Michelle, o caminho da formalização, com a inscrição em um CNPJ, poderia abrir caminhos para resolver em parte a essa questão, pois permitiria ao grupo concorrer em editais – uma modalidade de apoio financeiro que, em tese, não exige contrapartida editorial e minimiza o risco de censuras de qualquer espécie. Mas segundo ela, a maior dificuldade do site hoje não é necessariamente a questão financeira, ainda que seja derivada dela: é a impossibilidade de ter uma “mão de obra” exclusiva. “O site é alimentado por informações e teríamos que ter uma equipe atendida o tempo todo. Nos falta braço”, observa.

Flávio também considera o desafio de manter uma equipe fixa como maior dificuldade do veículo. “Já pensamos em formas de conseguir uma remuneração com o trabalho, indo atrás de patrocinadores locais, mas isso ainda está em discussão”, conta, remontando à discussão anterior. “Inúmeras vezes perdemos oportunidades de fazer matérias bacanas por conta de não ter ninguém disponível para cobrir”, lamenta.

Por isso, ainda tratam do *FaveladaRocinha* como um “projeto paralelo”. Mas não desistem de sonhar – e Leandro ri um riso de descrença e esperança ao comentar, com alguma timidez, do futuro que talvez o espere, que talvez ele espere.

Tem um líder comunitário que me chama de Silvio Santos. Eu não entendia porque, mas o Silvio Santos criou o próprio canal e hoje ele é o presidente, ele é o chefe, ele é tudo do canal. Que ótima referência! Li um pouco sobre Silvio Santos e adorei. Eu falei: se eu for um Silvio Santos da vida está bom. Só isso. Se eu conseguir sobreviver pelo site, acho que sim, serei um Silvio Santos. Seria perfeito...

CONCLUSÃO

O objeto de que tratamos neste estudo – os veículos de comunicação comunitária emergentes em um contexto tecnológico – nos impõem alguns desafios neste momento de conclusão. O principal deles certamente é a velocidade com que se transformam, criam, reinventam, nascem e morrem. É um objeto vivo e dinâmico, de modo que é arriscado chegar a qualquer conclusão que não possa parecer um tanto quanto fluida ao fim desta pesquisa.

Assim como é arriscado chegar a grandes conclusões a partir da experiência particular do veículo que aqui nos dispusemos a analisar com maior cuidado, o site *FaveladaRocinha.com*. Trata-se de uma experiência única ou retrata o quadro geral da comunicação comunitária hoje? Quais as similaridades e as diferenças deste veículo com tantos outros que hoje proliferam com a rede?

Por acreditarmos que, sim, o que vimos no *FaveladaRocinha* nos permite enxergar também o cenário contemporâneo da comunicação comunitária, por mais complexo e diverso que seja, é que propomos algumas considerações finais nesta análise, na expectativa de que esta possa contribuir com a compreensão deste cenário e de toda as possibilidades que ele emula.

Começemos pela pergunta inaugural deste trabalho: por quais transformações passa o jornalismo nesse contexto (tecnológico)?

Como muitos dos autores que recorremos neste estudo apontam, as novas tecnologias de comunicação e informação ampliam, talvez de forma inédita, as possibilidades de conexão do sujeito local com uma realidade ampliada – global – e com atores que se encontram além de suas fronteiras geográficas. Isso tem um impacto enorme sobre as formas de comunicação até então eminentemente locais.

Os jovens que hoje protagonizam a nova comunicação comunitária falam com o mundo – possível – e estão em diálogo permanente com esses atores globais. Isso é um dado já conhecido e pouco contestado, a despeito dos limites da inclusão digital, motivo de críticas a conceitos totalizadores como o da “aldeia global”. A grande novidade deste momento se dá na intenção dos veículos: eles já nascem com esse propósito de comunicar ao mundo. Nascem e tem condições materiais para concretizar essa intenção.

Como salientamos ao longo do estudo, sabemos que este não é um quadro novo, há uma série de veículos comunitários que também, em outras épocas, buscavam a interlocução com atores externos. O novo que aqui aparece é a comunicação externa ser um objetivo fundante, uma intenção – deliberada ou não – presente desde o surgimento dos veículos.

Assim, mais do que apenas ser um veículo de informação e mobilização internos, como os diz Peruzzo a respeito da característica central do jornalismo comunitário, este novo jornalismo comunitário deseja ser porta-voz, canal de exposição da cultura local para o mundo externo, a fim de desconstruir estereótipos e comunicar a realidade sobre a comunidade de onde falam.

No caso do *FaveladaRocinha*, o site nasceu a partir do incômodo com as notícias veiculadas pela imprensa sobre a comunidade. Leandro Lima, o criador da iniciativa, cita inclusive sua indignação com a ferramenta de notícias do buscador Google, que captava apenas as notícias negativas que a imprensa tradicional veiculava sobre a Rocinha. O site surge então para equilibrar esse noticiário e, sobretudo, para ser um contraponto à cobertura hegemônica sobre aquela região.

O sentido de arena de disputas e conflitos, entendida como uma definição para a realidade da cultura e da sociedade de modo geral, aqui se expressa com força. Os veículos nascem de fato para disputar os sentidos e brigar pelo direito de significação, ao menos sobre os lugares em que vivem, a realidade que vivenciam. Não se enxergam no retrato construído pela imprensa, se indignam com os comentários postados nas notícias e decidem lutar pela construção desses signos – “quer saber o que é a Rocinha de verdade? Clica aqui!”.

Ao passo que esta pode parecer uma história particular do site em questão, acreditamos firmemente que a cobertura da imprensa sobre as regiões de periferia é motivadora de uma série de iniciativas, projetos e ações que buscam confrontar os estereótipos e estigmas construídos por essa leitura hegemônica destes lugares. É assim que temos visto na bibliografia sobre o tema, é assim também que vivenciamos no diálogo com diferentes atores da comunicação comunitária e de outros movimentos culturais das periferias da cidade.

As novas tecnologias, e em especial as redes sociais digitais, fornecem o instrumento para que estes jovens construam e exibam seus próprios retratos sobre os lugares em que

vivem. São, dessa forma, sinal de contradição em relação à cobertura hegemônica da imprensa tradicional a respeito dessas áreas da cidade.

Mas também nesta seara o cenário é complexo. A relação instituída entre essa nova comunicação comunitária com os veículos tradicionais, motivadores de sua ação por conta da cobertura estigmatizante, é contraditória, marcada pela repulsa mas também pelo fascínio. Diferente de outros momentos, ou talvez com maior intensidade que estes outros momentos, há um diálogo entre a mídia tradicional e a comunitária e um jogo que envolve muitas negociações e concessões.

Diversos comunicadores de diferentes favelas do Rio de Janeiro, por exemplo, se engajaram no projeto Parceiros do RJ – quadro jornalístico do principal jornal local da Rede Globo. E este é apenas um exemplo. A questão que nos parece central é que a relação hoje é mais negociada e de troca maior do que em qualquer outro momento. Não parece, pois, contraditória essa aproximação entre os jornalistas da favela e a mídia comercial, que tanto estigmatiza a favela, nas palavras dos próprios comunicadores comunitários?

Os atores comunitários respondem com uma fala que, embora seja passível de críticas e problematização, como procuramos fazer ao longo deste trabalho, tem profunda relação com a motivação inicial destes veículos e possui coerência dentro desta lógica. Se os veículos nascem com o objetivo de comunicar sua realidade a muitos, os meios de massa são um canal poderoso para amplificar suas vozes; e se, principalmente, os veículos surgem para servir de contraponto ao retrato cotidiano construído sobre a periferia, eles acreditam que ocupar esse espaço é um meio poderoso de disputar o sentido e os significados hegemonicamente atribuídos à periferia.

Estar nos espaços consagrados da mídia tradicional, seja por meio de entrevistas, seja trabalhando nestes veículos, é poder responder aos comentaristas dos sites de notícias; transmitir “a verdade” sobre a realidade local; estender a comunicação da cultura local para um público ainda mais amplo, que até então só se informa por meio dos noticiários tradicionais. Não há, para os atores que conversamos ao longo dos últimos anos, durante todo o decorrer deste curso, grande contradição neste diálogo. “Agora, eles [o público, os comentaristas, a sociedade, a própria mídia] vão ter que nos ouvir”, assim definiu Leandro.

É claro que, amparados pelas leituras que nos guiaram até aqui e também pelos processos históricos de apreensão das táticas populares pela burguesia e pelo capital, vemos com certa apreensão e também buscamos problematizar esse quadro.

Parece-nos claro ainda que, para além dos objetivos comunitários, há também questões pessoais que dão base para essa aproximação. Percebe-se, nas falas dos atores comunitários, um discurso que também remete à autoridade jornalística, essa historicamente construída, sobretudo na crença de que, por estarem no local, são capazes de apreenderem a verdade e retransmiti-la à sociedade externa. O discurso de Leandro sobre as redes sociais, especialmente, evidencia essa pretensão de ser autoridade, narrador oficial e portador da verdade sobre a realidade vivida. As redes que lhe deram as condições para o trabalho podem ser, paradoxalmente, ameaçadoras a esse status de tradutor da realidade local que o FaveladaRocinha adquiriu para uma parcela da comunidade externa.

Dialogando com isto, percebe-se que o imenso desafio que a comunicação comunitária ainda possui é se legitimar frente ao público local, aos moradores da comunidade. O que, admitimos, é um tanto contraditório. Mas, novamente, coerente com o objetivo de projetar a cultura local para o mundo, que acaba por deslocar o foco da atuação. Celebrados por públicos externos, os veículos ainda anseiam serem mais lidos, curtidos, compartilhados, comentados, construídos pelos moradores locais. Possuem, de maneira geral, reconhecimento por parte da população local, mas não o grau de colaboração e interlocução que desejam.

Por serem, em sua maioria, jovens não oriundos dos movimentos sociais tradicionais, encontram muitas vezes resistência das lideranças comunitárias já constituídas, em uma relação que nem sempre é colaborativa. Em alguns casos, como vimos aqui especialmente com o Voz da Comunidade, a rede de relações constituídas externamente (com executivos da mídia tradicional, governos, empresas, etc) gera desconfiança sobre a iniciativa.

O cenário é complexo, como frisamos. E constantemente em mutação. Os novos veículos comunitários, somados àqueles novíssimos, como os perfis de identidade comunitária em páginas do facebook, representam um novo momento da comunicação popular e da arena de disputas por significação e pelo direito dos sujeitos de darem seu próprio sentido à cultura da qual fazem parte. Um momento novo no qual aqueles atores historicamente submetidos a um silenciamento por parte das elites – culturais, econômicas, midiáticas – encontram ferramentas que os possibilitam comunicar toda a sua produção.

Se as dores da gente não saem no jornal, se a revolução não será televisionada, se há aqueles que ainda brigam por um mundo em que não possam os subalternos falarem, parte de nossa esperança reside nos que ousam desafiar essas lógicas perversas e constroem as próprias narrativas sobre as lutas que travam no mundo – ainda que com seus limites, contradições e possibilidades.

BIBLIOGRAFIA

ANDRADE, Regina Gloria Nunes e SILVA, Tereza Cristina Eustáquio. **A Voz do Morro**: primeiro jornal popular das favelas brasileiras. Trabalho apresentado ao NP 17 Folkcomunicação. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: Intercom, 2005.

ANDRIOTTI, Cristiane. **O movimento das rádios livres e comunitárias e a democratização dos meios de comunicação no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2004.

APPADURAI, Arjun. **Soberania sem territorialidade**: Notas para uma geografia pós-nacional. São Paulo: Novos Estudos Cebrap, 1997.

ARAÚJO, Vladimir Caleffi. **O Jornalismo de Informação Sindical**: atores e práticas de uma forma de produção jornalística. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

BARTHES, Roland. **O rumor da língua**. Trad. Mario Laranjeira. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BERGER, Christa. **A comunicação emergente: popular e/ou alternativa no Brasil**. Porto Alegre: UFRGS, 1989.

BORGES, André. **Blog: uma ferramenta para o jornalismo**. In: FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia**. Rio de Janeiro: Contexto, 2007.

BOTÃO, Paulo Roberto. **Mídia Comunitária**: novas tecnologias e a emergência do local. Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação. Salvador, 2002.

CADERNOS DE COMUNICAÇÃO. **Breve história da imprensa sindical no Brasil**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2005.

CANCLINI, Néstor Garcia. **A globalização imaginada**. São Paulo: Ed. Iluminuras, 2003.

CANO, Ignacio (org). **Os Donos do Morro**: uma análise exploratória do impacto das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) no Rio de Janeiro. São Paulo: Fundo Brasileiro de Segurança Pública, 2012.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

ENNE, Ana Lúcia, “**O jornalismo está morto, viva o jornalismo!**”. Trabalho apresentado ao V Congresso Nacional de História da Mídia. São Paulo, 2007.

ENNE, Ana Lucia e DINIZ, Betina Peppe. **Reportagem policial na imprensa carioca dos anos 80**: o caso Mão Branca e a mitificação da violência na periferia. Texto apresentado no III Encontro da Rede Alfredo de Carvalho. Novo Hamburgo, abril de 2005.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia**: as novas formas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.

FESTA, Regina. Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa In: FESTA, R.; SILVA, Carlos E. Lins da (Org.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986.

Goffman, Erving. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: LTC, 1975.

HAESBAERT, Rogério; LIMONAD, Éster. **O território em tempos de globalização**. etc, espaço, tempo e crítica – Revista Eletrônica das Ciências Sociais Aplicadas. Niterói: UFF, 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

_____. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

INTERVOZES. **Contribuições para a construção de indicadores do direito à comunicação.** São Paulo: Intervezes - Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2010.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários.** São Paulo: Edusp, 2001.

LEÓN, Osvaldo. **Democratização das comunicações.** Disponível em <http://www.dhnet.org.br/w3/fsmrn/fsm2002/osvaldo1_midia.html>. 20 jan. 2002. Acesso em 30. ago. 2013

MACIVER, R.M. e PAGE, Charles. Comunidade e sociedade como níveis de organização social. In: FERNANDES, Florestan (Org.). **Comunidade e sociedade.** São Paulo: Nacional, 1973.

MARIE, Jeanne. Jornais de trabalhadores: campo de debate, campo de combate. Apud PERUZZO, 1991.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MENEZES, Antônio Simões. **Discurso ideológico da objetividade jornalística: manipulação dos enunciados das fontes.** Trabalho apresentado Trabalho apresentado às Divisões Temáticas, na sub-área Jornalismo, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Teresina: Intercom, 2009.

MORAES, Dênis de. Comunicação alternativa em rede e difusão contra-hegemônica. In: COUTINHO. Eduardo Granja. (Org.). **Comunicação e contra-hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2008.

_____. **Por que a concentração monopólica da mídia é a negação do pluralismo.** Disponível em <<http://blogdaboitempo.com.br/2013/07/17/por-que-a-concentracao-monopolica-da-midia-e-a-negacao-do-pluralismo/>> Acesso em: 25. ago. 2013

_____. **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação.** São Paulo: Boitempo, 2013.

MORAES, Jader. **Retrato fosco: as periferias cariocas nos jornais populares do Rio de Janeiro.** In: V Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação. Niterói: Coneco, 2012.

OBSERVATÓRIO DE FAVELAS. **Mídia e favela: comunicação e democracia nas favelas e espaços populares.** Rio de Janeiro: Observatório de Favelas do Rio de Janeiro, 2012.

ORTIZ, Renato. **Saberes e crenças**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum**: comunidade, mídia e globalismo. Petrópolis: Vozes, 1998.

PEREIRA, Lúcia Helena Mendes. **Comunicação popular**: para além do bem e do mal. Disponível em: < <http://bocc.ubi.pt/pag/pereira-lucia-comunicacao-popular.html>>. Acesso em 31.ago.2013.

PERUZZO, Cicília M. K. **A participação na comunicação popular**. São Paulo: ECA-USP, 1991. (Tese de doutoramento)

_____. **Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun.2009.

_____. **Comunicação e suas interfaces com a mídia comunitária**. Trabalho apresentado ao Núcleo de Comunicação para a Cidadania, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação. Belo Horizonte, 2003

_____. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 2004.

_____. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária**. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa “Comunicação para a Cidadania”, do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Brasília, 2003

POLIVANOV, Beatriz. **Rádios comunitárias**: conflitos e negociações na configuração de redes de poder e identidades sociais. Dissertação de Mestrado. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2008.

RANGEL, Monique Benati. A construção da autoridade jornalística: onisciência e onipresença fundamentando o poder simbólico do jornalista. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Brasília: Intercom, 2006.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço**: técnica e tempo/razão e emoção. São Paulo: Ed. Hucitec, 1997

_____. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 6ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2001

_____. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico-informacional. São Paulo: Hucitec, 1994.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da (coord). **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo: Cortez/Intercom, 1982.

SILVA, Edilson Márcio Almeida da. **Notícias da Violência Urbana**: um estudo antropológico. Niterói: EDUFF, 2010

SILVA, Rene. **Linha do tempo**: o crescimento do Voz da Comunidade na internet. Disponível em <<http://rensilvasantos.blogspot.com.br/2011/11/linha-do-tempo-o-crescimento-do-voz-da.html>> Acesso em: 25. jul. 2012.

_____. **PM é morta durante tiroteio no Complexo do Alemão**. Disponível em <<http://www.vozdascomunidades.com.br/complexo-do-alemao/pm-e-morta-durante-tiroteio-no-complexo-do-alemao/>> Acesso em: 23. jul. 2012

TRAQUINA, Nelson e MESQUITA, Mário. **Jornalismo Cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003.

THOMPSON, Edward. “Comunidade”. In: **A formação da classe operária inglesa**. A maldição de Adão. Volume II. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1987.

TÖNNIES, Ferdinand. Comunidade e Sociedade. In: FERNANDES, Florestan (Org.). **Comunidade e sociedade**. São Paulo: Nacional, 1973.

TUCHMAN, Gaye. **A objetividade como ritual estratégico**: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, N.(org.). **Jornalismo: questões, teorias e histórias**. Lisboa: Vega, 1993

VALLADARES, Lícia do Prado. **A invenção da favela**: do mito de origem à favela.com. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

VELLOSO, João Paulo dos Reis (coord). **Favela como oportunidade**: plano de desenvolvimento de favelas para sua inclusão social e econômica. Rio de Janeiro: INAE, 2013.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

YAMAMOTO, Eduardo Y. **A natureza da comunicação popular e comunitária**. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos. XXX Congresso Intercom. São Paulo: Intercom, 2007. “Protagonismo juvenil e a insurgência de um discurso de dissenso: o espaço, a voz e a vez da comunidade”.

ANEXO

Entrevista com Leandro Lima – 09 de janeiro de 2014

Querida, para começar, saber um pouco sobre você e sua relação com a Rocinha. Você nasceu na favela?

Eu moro lá há trinta e um anos.

É a sua idade. Nasceu ali?

Nasci ali. Os meus pais não, eles foram para lá bem antes de eu nascer, ele é de Natal, e a minha mãe é de Bahia.

E sempre teve essa identidade forte ligada à comunidade, como é hoje?

Eu sempre acompanhei a minha mãe em tudo que foi fazer. Ela trabalhava geralmente em casa de madame, tipo São Conrado, Barra e tal. Então até um certo período eu tinha receio de falar onde é que eu morava, isso quando eu era pré-adolescente e tal. Na adolescência, eu dizia que eu morava e tudo, mas era um lugar que eu morava, não tinha tanta significância para mim. Só depois de um período que eu entendi que eu poderia ter uma certa forma poder ajudar melhorar o lugar, o ambiente em que vivia. Então eu comecei a entender isso, pois eu achava que era algo muito além, tipo Brasília, tinha que ser o presidente ou o governador que poderia fazer alguma coisa e tal. E aí eu fui começando a entender o que era um líder comunitário, vem o lado da política, o que o vereador estava fazendo lá dentro, aí eu entrei no PAC, aí eu comecei a entender mais ainda...

Foi recente, então?

O PAC foi em 2009.

Mas 2009 já existia o portal?

O portal existiu em 2008, aí na verdade que eu entrei no PAC pelo portal, fui conhecido lá, eu vi a vaga para entrar no PAC no Twitter, me escrevi, mas nem deram bola. Mas eu fui lá atrás de uma pauta para falar sobre o PAC no portal, aí o cara está olhando assim: “você está perguntando demais, porquê?”. Eu falei: “não, eu tenho um portal, não sei o que”. “Você tem um site aqui, você curte jornalismo?”. Eu falei: “estou fazendo jornalismo, eu estou estudando”. E ele: “Ah, bom saber, tem uma vaga aqui”. Era inclusive aquela vaga que eu havia me inscrito, aí foi quando eu comecei a entender mais, aí eu curti essa coisa de poder participar, de estar presente, de estar participando de reuniões, de debates e tudo, eu acho que foi a partir daí, a partir do PAC que eu comecei a entender.

Você antes não tinha participado de algum movimento social, alguma ONG, nada disso?

Não. Eu tinha interesse, mas era sempre aquela mente: “é muito inalcançável para mim”. Eu achava que passava por diversos processos, não era qualquer um que entrava, e que eu ia ser taxado de revolucionário, sei lá um *Che Guevara* da vida, aí tinha um certo receio. Mas é porque também eu não entendia, eu sempre buscava saber, mas com as pessoas erradas.

E então você criou o jornal - e só para entender, você chama de portal, jornal, site, veículo?

Qualquer coisa. Blog, tudo.

Blog, ok. Por que você criou?

Foi por vários motivos, uns dos motivos foi – eu falei até isso com Ana Paula Araújo – eu lia muito em sites de notícias sobre a Rocinha. Tem uma ferramenta chamada *Google Alert*, Alerta Google, em que se você colocar a palavra chave ele vai te mandar por email toda essa palavra noticiando por aí, e eu fazia assim. E o que aconteceu? Sempre caía nos portais da Globo, G1, O Globo e tudo, e era sempre notícia ruim, sempre: bandido morreu, a polícia matou, houve tiroteio, drogas e tudo. E aí não é nem a pior parte; quer dizer, eu já ficava puto aí, só fala coisas ruim da Rocinha, tanta coisa aqui acontecendo, só quando tem tiroteio vem à imprensa aqui. Mas quando eu ia lá nos comentários, ali eu me arrepiava, eu me arrepiava, ficava desesperado, eu pensava: “cara, o que estão pensando da gente? olha o que eles acham!”. O cara não sabe; o cara mora, às vezes estava enfiado em São Conrado, aí eu ficava desesperado. “Não é possível, que preconceito escroto é esse?”. E aí eu acho que meio que me motivou assim, mostrar uma coisa que a imprensa não mostrava. Então ao mesmo tempo que eles noticiavam lá: “fulano morreu e o tráfico de drogas não sei o que”, aí eu botava:

“Joeilson Poeta da Rocinha lançou o seu terceiro livro”. Então era assim, eu batia de frente, quando eu ia lá no Google Alerta, eu recebia as notícias da Globo, eu via as minhas notícias boas, aí comecei a aumentar, então eu era meio que concorrente paralelo da imprensa. Então eu comecei a gostar mais ainda porque as pessoas começaram a ver com outros olhos e comentar e falar também, e eram pessoas de fora também, o que mais me motivou a continuar.

Então quando eu via matéria ruim na Globo, por exemplo, eu me cadastrei. Aí eu chegava lá no comentário, o pessoal falando mal, eu botava o link e falava assim: “quer conhecer mesmo, lê aqui”.

Que legal.

“Lê o caralho, não sei o que”, “maior coisa bandidos”, “isso é patrocinado pelo governo, pela prefeitura”. “Lê aí”, e aí...

Isso lá no início já?

Lá no início, 2008, e aí eu fui muito motivado... Para falar a verdade, a mídia tradicional me motivou a fazer. Nem que [não] seja a intenção dela.

Porque você mora na região, você vê que não é daquele jeito aqui, se eu não morasse eu iria acreditar também, só em tiroteio. Eu acho que essa que é a graça da comunicação comunitária, aquela informação de dentro para fora, então tem que ter a necessidade, por mais que seja um condomínio de luxo ou uma favela, tem que ter uma comunicação prévia.

Então o blog começa lá em 2008 e desde o início já tinha mais pessoas junto com você?

No início era eu e eu. E aí foi aumentando aos poucos, aí eu fui vendo que tinha colegas, amigos meus de infância que começaram a fazer faculdade de jornalismo também, pura coincidência, e eu falava: “você não está interessado?”. O pessoal: “claro, estou junto”. E aí isso foi aumentando, então além dos estudantes de jornalismo, começaram a vir outras pessoas, que faziam outras coisas também e isso foi aumentando.

Você já fazia faculdade nessa época?

Já. Então quando eu comecei a faculdade eu fui conhecendo pessoas que também tinha os mesmos interesses, inclusive até pessoas de fora também começaram a participar, pessoas de fora da comunidade. A gente começou a aumentar a equipe aos poucos, e conseqüentemente aumentamos as opções no site, ficou bem bacana. Chegou uma época em que a gente tinha vinte e cinco pessoas, só que a gente não tinha a noção de como distribuir isso, acabou todo

mundo fazendo a mesma coisa: vamos para a rua, vamos buscar notícia, vamos escrever. Só depois que a gente começou a filtrar as pessoas que não estavam interessadas, a filtrar trabalho. “ah, o que você gosta de fazer?”. “Ah, eu gosto de fotografar”. “O que você gosta? “De revisar texto”. E aí começamos a fazer o nosso organograma. Nós estamos nos organizando, e hoje somos doze; estamos no sufoco para o site volta no ar, eu estou desesperado, mas a tendência é aumentar, porque agora a gente está com os planos bem maiores.

Quando você diz de todas essas divisões, também está falando de um esquema tipo de editorias? O que o site noticiava? Era só noticiário positivo?

Não. Eram também notícias negativas, mas era aquela negativa da gente correr atrás para procurar soluções, que é basicamente o conteúdo do “Parceiros do RJ”. Tipo, um bueiro que estourou há mais de três semanas e ninguém foi lá resolver; o poste explodiu e o pessoal está sem luz há um tempão; então tinha essas coisas também, mas era para buscar, essa era uma parte para a gente não expor os problemas, era para expor os problemas para resolver. Então com muito custo a gente começou a ter contato com o subprefeito, com órgãos que cuidam dessas causas.

A gente tentava ser uma espécie de “Parceiros do RJ” antes, só que era muito custo para a gente conseguir alguma coisa. Eu acho que só agora – eu posso chutar, sei lá, dois anos para cá – que eles começaram a entender que as redes sociais são poderosas. Tanto que você for lá no Twitter da Light, por exemplo, tu joga lá que faltou luz, rapidinho ela responde. Eles começaram a entender isso; só que na minha época não, viam como adolescentes brincando de internet, eles não levavam muito a sério. Mas a gente fazia o possível, o possível mesmo para expor o problema. Quando as mídias buscavam notícias e puxavam da gente, era uma alegria imensa, porque não era nem reconhecimento pela matéria, mas sim a solução que viria. Isso aconteceu com alguma frequência, na Record, na Band, na Globo querendo alguma coisinha. E aí, tipo, amanhã vai estar resolvido.

Então existia uma vibração não só pelo reconhecimento, mas também pela visibilidade que gerava...

E muita. A gente ganha visibilidade para o site, a quantidade de visitantes ia aumentar, mas também pela solução. E aí o que a gente acabou fazendo, a consequência disso foi que a gente começou a ir uniformizado. Quando nós criamos o nosso uniforme, o nosso crachá – eu tinha que ter tirado uma foto do crachá, era uma coisa tão tosca, mas a gente fez –, e aí quando a

gente começou a fotografar, entrevistar, já vinha passando gente na rua: “não esquece de falar da lá da minha rua não”.

Vocês iam uniformizados para fazer as matérias para a comunidade reconhecer?

Na verdade era para identificar, porque quando não era pacificada, o pessoal, era complicado era complicado estar com uma câmera na mão. Hoje eu boto uma câmera no pescoço e ando tranquilo, mas naquela época andar com câmera assim de jeito nenhum. Então, na verdade, a gente andava uniformizado pela nossa própria segurança, para eles entenderem o que a gente está fazendo ali. Só que acabou que era divulgar o nosso trabalho e meio que solucionando o problema, a gente estava gravando lá e o pessoal puxando a gente para mostrar outra coisa, porque naquela época nem tinha Parceiros do RJ, não tinha nada sobre isso. Tinha na verdade o Canal Futura, tinha algo parecido, um projetinho piloto parecido, mas ninguém reconhecia. Então, quando a gente andava na rua com uniforme e com crachá, o pessoal puxava a gente, mostrava outras coisas, sugeria.

Eu tentava sempre buscar isso de forma online: “mande a sua sugestão para mim”; mas ninguém fazia isso, era sempre na rua. Aí eu falava assim: “gente, escreve lá”. Nunca deu certo isso.

Essa preocupação com a segurança pessoal também é motivo de existirem poucas matérias no site sobre o tema da violência?

Não. Existem poucas matérias porque era justamente isso que a gente combatia, porque as grandes mídias estavam mostrando. Então quando o pessoal chegava e falava assim: “tenho uma denúncia aqui maneiríssima”, eu dizia: “cara, isso aí daqui a pouco vai sair na Globo, daqui a pouco vai sair na Band, Record, eles adoram isso”.

Eles adoram isso, a gente não põe isso não, e a gente nunca precisou.

Nunca precisou?

Não.

Já vi você falando em alguns eventos e até em nbossas conversas anteriores: o momento da ocupação da Rocinha pelas forças militares foi um momento de virada para o blog. Como assim?

Foi sim. Eu faço uma comparação esdrúxula, adoro fazer essas analogias, e é como se colocasse fossemos um aviãozinho e colocassem duas turbinas nele. Assim, disparou. Porque

primeiro foi visibilidade – no momento que a gente estava no Twitter mostrando ao vivo o que estava rolando, de repente a gente via lá um retwitter do Serginho Groisman, um retwitter da Ivete Sangalo, da Ana Paula Araújo, do Marcelo Tas. E a galera começou a participar, era muito maneiro, porque eu achava assim: “sabe isso aqui, eles vão ler amanhã; no dia seguinte, e olhe lá”. Mas não, cara, o pessoal parece que está todo mundo acordado na expectativa, porque até então eu não tinha a noção de que a Rocinha era tão visada; eu tinha, mas não dessa forma. Então foi absurdo, eu lá digitando, botando as coisas, as pessoas me twittando, e tudo acontecendo ao mesmo tempo. Eu falei: “gente, eu vou ficar acordado”. E fiquei na laje da terraço, na época que eu morava com os meus pais.

Você virou a noite?

Virei, eu coloquei um tripé, uma câmera apontada lá para baixo filmando.

Virei, eu coloquei um tripé, uma câmera apontada lá para baixo, filmando; enquanto isso eu estava lá no computador, fiquei até com medo. Era madrugada, o helicóptero rodando, eles desligaram todas as luzes do helicóptero e a gente só escutava o barulho, não sabia onde ele estava. Eu virei a tela de LCD para baixo, vai que eles atiram naquilo que nem era minha? Então eu comecei a levar a sério o que estava rolando naquela madrugada. Era eu, o Marcos e o Flávio; a gente se dividiu, porque moramos em territórios diferentes na Rocinha. Então a gente tinha vários ângulos, e fomos o primeiro de tudo – o primeiro a informar em tempo real, as primeiras fotos que saíram na imprensa foram nossas, do tanque chegando, dos policiais se espalhando, porque a imprensa foi proibida de subir por conta do que rolou no Alemão. O governo proibiu e a imprensa teve que ficar no entorno da Rocinha. Só subiram as Forças Armadas.

E aí a gente aproveitou, cara. Da janela, da laje, a gente não saiu de casa, porque não sabíamos o que ia acontecer. A gente fez o que pode; enquanto a gente twitava lá, o pessoal retwittava. E aí eles twitaram: a Favela da Rocinha está no Trending Topics! Quando eu olhei, era o site que estava lá nos Trending Topics. Aí liguei para o pessoal e falei: “a gente está no Trending Topics, vamos embora cara, vamos continuar”. E aí continuamos.

O site estava nos Trending Topics ou a Favela da Rocinha?

O site. E também a Rocinha. A gente colocava sempre o hashtag “Rocinha” ou “UPP”, então Favela da Rocinha foi para os *Trending Topics* e foi genial isso. No início da noite a gente tinha, sei lá, 80 seguidores; de manhã, já eram cinco mil. E a gente começou a ver que as pessoas estavam levando a sério o que a gente estava distribuindo, não era coisa de

aventureiro, ou adolescente que sabe entrar na internet; o pessoal estava pegando mesmo as nossas informações.

Essa câmera que estava gravando, era uma fita que havia compromissado com o pessoal da Record de gravar e entregar essa fita para eles, fizemos esse acordo. E aí fui entregar isso, umas seis da manhã, cheio de sono, todo descabelado, fui entregar a fita. Nisso vem aquela avalanche de repórteres assim me cercando, pensei “se essa coisa der errado, com certeza eu vou estar lá no pneu lá em cima”.

E aí eu entreguei para a Record, pois no Twitter já sabia que a Record era ligada a mim. Quando eu desci para entregar a fita para a Record, todos os repórteres estavam lá no entorno que não poderia subir me cercaram parecia que eu estava dando uma coletiva. Cara, eu nunca me senti tão amedrontado na minha vida, sério mesmo.

Eu pensava: “e agora? se a minha mãe passa aqui ela me bate”. Ia gritar: “pega o chinelo, sai daí menino”. Agora eu estava meio que me sentindo representando a Rocinha numa nova era, e aí eu temi pela a minha própria segurança, pensando: “eu nunca coloquei nada policial no site, no momento em que eu coloco, o que será?”, e aí eu pensando só em coisa ruins, eu pensando: “cara, o que eu vou fazer?”. Aí eu mandei todo o mundo fazer nada com o site, deixa que só eu faço, e tudo que eu postava eu botava embaixo, meu nome, me responsabilizando de tudo; o pessoal às vezes postava, botava o nome dele, eu tirava e botava o meu, porque eu fiquei realmente com medo.

Mas como isso com relação à equipe,. Eles não pensaram, talvez, que você estivesse querendo se promover?

Não, eles falaram assim: “Leandro, para com isso. A gente faz, a gente está junto”. Eu falei: “não, pelo amor de Deus, deixa comigo”. Eu fiquei com medo pela a nossa própria segurança. E aí começaram a vir às notícias boas, e eu comecei a ficar mais tranquilo. “Então vamos lá, vamos voltar à nossa programação normal”.

O que seriam as notícias boas?

A gente começou a ser chamado para várias entrevistas, programas de TV e tudo, e aí fomos revezando. Foi o maior barato, porque a gente começou a expor não só o projeto, mas expor as nossas opiniões, coisa que nunca procuraram a gente para isso, nunca. Então falamos: “olha, o momento é esse”. Não o momento de se autopromover, tem que promover o lugar que a gente mora, então a gente meio que enfatizou isso, a gente vai espalhar a notícia, mas de uma maneira muito boa, de uma maneira profissional.

E aí o Marcos foi lá dar entrevista no Globo Comunidade, eu fui para TV em São Paulo, o Flávio foi para Campos do Jordão dar uma palestra, e aí a gente começou a se espalhar assim. Foi muito maneiro, e o mais legal é que as oportunidades começaram a surgir para todo o mundo. É uma coisa meio escrota de pensar, mas pensavam assim: “o garoto é da favela, tem problemas, vamos dar oportunidade”. É escroto, mas quem somos nós para negar? E aí no momento, por exemplo, eu estava vendo o Marcos sendo entrevistado lá no Globo Comunidade, lá no estúdio com ele, e estava alguma assessora de algum secretário, de assistência social, e ela: “nossa, adorei o projeto de vocês, eu acompanhei lá online”, e eu assim desconfiado: “mais uma!”, porque até esse momento a gente já estava farto, cansado de ouvir coisa de político –“toma o meu cartão para qualquer coisa”. Eu já estava saturado, era papo de toda semana. E aí veio a Paula, “nossa adorei o projeto de vocês”, e aí ela falou “me explica aí”. Isso nos bastidores do programa, eu comecei a falar, e de repente ela disse que tinha uma vaga lá, eu puxei o Flávio e ele entrou. E aí começaram a surgir outras para todo o mundo, e aí a gente foi aproveitando, menos eu. Eu fui ficando, não aproveitava, todo mundo foi conseguindo os seus empregos, seus trabalhos, e eu ficando, porque na época eu só queria saber de terminar a faculdade. Eu falei: “bom, vão trabalhar gente, vão arrumar as suas vidas, e eu fico”. E aí foi assim durante um bom tempo.

Houve algum tipo de hesitação antes de vocês aceitarem participar dos programas de TV? Porque você me diz que tinham uma postura crítica a respeito do que saía na imprensa e de repente vocês estavam lá...

A primeira coisa que veio a mente quando eu iria pensar nessa coisa foi: “sabe aqueles comentários que eu lia no site? Agora eles vão me ouvir”. Então foi aquele momento que eu falei: “não, agora eles vão me ouvir, agora é minha vez”. Se o pessoal estava falando “tem que derrubar mesmo, tem que destruir, meter bala, explodir tudo”, eu falei: “agora vocês vão me ouvir”. Eu sabia que aquela galera que comentava são os leitores, telespectadores de Globo, então eu pensei que o momento era esse. Por isso que eu falei com o pessoal da equipe para falarmos do território, não falarmos da gente, e sim do território. Se perguntassem, ok, mas o foco era o território. A única matéria que falou somente da gente foi o RJ TV, com Ana Paula, Araújo que a gente foi entrevistado ao vivo. Foi o único momento em que a gente só falou da gente, na verdade isso foi até exigência dela, partiu dela, quis que a gente falasse sobre o projeto e tal.

Então a gente aproveitou dessa situação [de ser convidado para a TV], e começamos a falar a verdade, aquela coisa que há anos a gente tentava falar e ninguém ouvia. Foi aquele momento que a gente sentiu que se não aproveitasse essa onda a gente perderia.

Aí vocês falaram muita coisa que estava engasgada, imagino...

Há anos. Teve uma entrevista para a Mix TV, de São Paulo, por telefone, com o programa do Paulo Miklos. A mentalidade do carioca sobre a favela já é ruim, agora imagine a mentalidade do paulista. Ele fez umas perguntas que eu me contorcia, ficava desesperado e pensava: “ainda bem que eu não estava lá”. Essa foi a única vez que fiz entrevista por telefone e ainda bem, porque senão nossa eu ia levantar e... mas eu pude contornar, falar direitinho, e explicar que não era bem assim como eles pensavam. Então ele fazia as perguntas, eu ia lá e explicava. No final eles agradeceram e essa foi a parte mais legal, eles disseram “falar com você é entender o que está acontecendo”, porque até então eles não sabiam, não sabiam mesmo, não tinha a menor ideia. Foi importante. E você imagina a mentalidade do apresentador ali, imagina como público deles... porque eu já me estresso com o público da Globo aqui, imagina lá.

Essa grande visibilidade faz o público de vocês aumentar muito, claro. Esse aumento, com um público majoritariamente de fora agora, mudou alguma coisa na forma de fazer o site?

Não, desde início a essência é a mesma. Fazendo com o olhar da gente, com a linguagem nossa. A gente até tinha uma certa preocupação porque a gente queria aproveitar a ferramenta também para criar um estágio, então o que a gente fazia a gente usava da maneira mais honesta possível, até para ganhar experiência. A maioria dos envolvidos eram estudantes de jornalismo, mas queríamos colocar a nossa cara, não copiar um exemplo de outro lugar – coisa que a gente tentou, confesso, mas era uma preocupação acadêmica.

Como assim?

Lá no início. Em um momento que a gente queria aproveitar para ter uma satisfação acadêmica. No primeiro período alguma coisa rolou, eu estava com uma câmera, eu consegui fazer uma foto, mas um protesto que teve lá em frente à Fundação Getúlio Vargas e foi para a capa do Jornal O Globo. Eu estava no primeiro período da faculdade de jornalismo, isso acontecer foi maravilhoso, e aí foi um momento do tipo: “vamos usar o site como ferramenta, vamos trabalhar nisso também, vamos aproveitar”, mas não soava verdadeiro. Parecia alguém

de fora, dentro da Rocinha, querendo fazer algo para o pessoal de fora, não estava legal. Decidimos vamos voltar a ser a gente mesmo, e se viesse algum reconhecimento acadêmico, que venha na consequência do que a gente estava fazendo aqui. E acabou vindo – a gente começou a dar palestra na faculdade também.

O quer dizer mostrar a nossa cara?

A forma de escrita, a forma de como a gente abordou os assuntos, as pautas. Porque se você colocando a linguagem você percebe que a pessoa é dentro, não precisa ser nada formal, não precisa fazer um livro jornalístico para explicar. Explica, bota aí do jeito que você imagina, não é uma coisa desleixada, mas é uma coisa que você falaria se você tivesse contato com a pessoa, então continua fazendo isso, deu certo.

Desde início, o site, pelo o que eu estou entendendo, já surgiu com a ideia de falar um pouco para fora também?

Sim.

(P) Não foi uma mudança, até aquele momento [da ocupação] só falava para dentro, e a partir daí começava para fora?

Não, não. Até porque a notícia ela é de interesse para o pessoal de dentro também, só que a preocupação era que o pessoal de fora visse. Porque aquele pessoal de fora não vinha, como ia ficar sabendo? Nem eu entraria se eu estivesse no lugar deles. Pelas notícias que eles iam recebendo, amendontraria qualquer um. Então a minha preocupação era que as pessoas de fora tivessem a curiosidade de entrar, e as pessoas realmente começaram a mandar email, a botar lá no comentário, ter a curiosidade de saber como é que é. Tanto que a gente colocou uma câmera no carro e fizemos um percurso de carro na Rocinha. Isso não existe no Google Mapas, no Google Street, dois anos depois acabou tendo, mas antes disso a gente fez esse trajeto filmando, e aí as pessoas: “caramba, olha como e lá dentro e tal”, porque não conheciam.

Então, a gente tinha essa preocupação das pessoas entrarem e se sentirem a vontade, daí quando a gente recebia, sei lá, mensagem no Twitter ou via DM ou email: “ah, fui lá na Rocinha e comprei em tal lugar, o cara foi muito maneiro”, a gente começou a perceber que as pessoas querer entrar; lógico que por conta da UPP se sentiram mais seguros, mas será que

elas não tinham curiosidade desde antes de entrar lá? Ou só porque a UPP entrou? Eu acredito que já tinham curiosidade, queriam entrar, só não tinham coragem.

E falar para dentro, para os próprios moradores da Rocinha, como tem sido?

Como a gente fechou o site para manutenção, a gente tem usado muito as redes sociais. Então quando a gente coloca faltou luz em vários sub-bairros, a gente vê a participação do público lá dentro, mas eles ainda eu acho que estão muito... como eu posso dizer... é muito cultural, a evolução não chegou no momento certo na Rocinha. Se essa pacificação fosse, sei lá, quinze anos atrás, se hoje eu colocasse a biblioteca parque abriu um curso legal e tal, ia encher, mas hoje não está num período fácil para isso. Então no momento em que eu coloco uma oficina interessantíssima de graça na biblioteca, poucas pessoas vão ver, e aí você coloca fulano morreu baleado não sei o que, nossa a visualização aumenta, então realmente é muito complicado para você fazer essa comunicação lá dentro, porque eu sei exatamente o que o público lá dentro quer ver, aquela fofquinha, aqueles coisinhas, agora se você quiser fazer algo com a utilidade pública, não há interesse, ainda não. Eu acredito que vai mudar, mas é um processo.

Uma vez, em um encontro com o Renê, do Alemão, ele falava que no Facebook ele percebia mais interação das pessoas da comunidade, do que no site, no próprio Twitter, onde havia mais visitas de pessoas de fora. É assim também aí?

Eu concordo plenamente. O pessoal da favela tem como fonte de notícias a rede social, não os sites, não têm costume de entrar em site para ler notícia, para isso usam mais a TV. Aquele momento que estão lá no Facebook, estão se divertindo, mas também lendo notícias. Aí você pega um barco, entra no barco deles, e aproveita isso. O cara lá está batendo papo com a garota ou lendo besteira, às vezes na tela dele surge aquela notícia, então ele vai identificar que aquele é o território dele; se ele está vendo qualquer notícia que couber a ele, interesse dele, no território dele, ou ele vai curtir, ou ele vai interagir, mas fazer com que ele entre no seu site para ler as notícias é muito difícil. Não é costume do pessoal, infelizmente. Eu cheguei ao ponto de ir em três lan houses e colocar o site como tela inicial para o pessoal, mas nem isso, a primeira coisa que o cara faz é fechar.

O facebook acaba sendo um mosaico, a pessoa está ali vendo a foto do colega dele indo não sei onde, aí de repente está uma brincadeira, e de repente está uma notícia.

Mas eu tenho muito medo disso. Às vezes a notícia não é tão notícia assim, às vezes a própria rede social se atrasa, tem um delay muito grande para chegar à notícia, apenas de fora do interesse em conjunto chega rápido. Às vezes eu vejo um site de paródia de jornalismo colocando notícias falsas e as pessoas levando a sério, então eu fico com medo disso, isso é preocupante demais. As pessoas não notam, porque elas não têm costume de ler, e aí às vezes ela leu uma matéria que é totalmente contraditória, mas que é engraçado, seria um absurdo, e a pessoa leva a sério. Olha o perigo disso, no Facebook rola de tudo, e eu fico com medo, mas infelizmente a comunidade abraça as redes sócias como uma fonte. Eu acho extremamente errado, mas elas não entendem ainda, não sabem as ferramentas, não sabem o RSS, não conhecem aquelas fontes confiáveis, não tem esse costume.

Achei engraçado você falar que acha as redes sociais serem a principal fonte de informação.

Porque é uma rede social, qualquer um posta alguma coisa ali, qualquer um. A partir do momento que você colocando uma postagem de alguma coisa, você está se responsabilizando por aquilo; só que o receptor dessa mensagem vai compartilhar aquela informação de que maneira? É muito complicado, tem que amadurecer muito a sociedade para poder confiar, para ele distinguir o que é falso, o que é verdadeiro, o que é brincadeira, o que é verdade; por isso que você vê aí tantos vírus no Facebook. A pessoa às vezes é tão inocente, às vezes acabou de chegar no Facebook, não tem aquela maldade na internet. E aí acaba-se. É um bololô de informações, um mosaico muito grande, exige um traquejo muito maior, eu acho, do que abrir um jornal e ler, do que ligar a TV.

Mas isso é o facebook. Eu gosto do twitter. O twitter foi perfeito, porque já separa para você, se você só quer entretenimento, você só vai ter entretenimento; se quiser notícias, se quiser bobagens, filtra direitinho. O twitter depende de você, o que você quer ler, Facebook não depende você, então se eu tenho um interesse, e você tem um outro interesse, você compartilha para mim. Você está compartilhando o seu interesse para mim, aí essa porta de entrada já virou uma rede de network de bagunça, um network muito bagunçado.

Desculpa insistir. Eu estava falando que acho engraçada, talvez confusa, a sua crítica relação à rede social. Porque o que deu essa grande visibilidade para o Favela da Rocinha foram justamente as redes sociais, justamente essa possibilidade de qualquer um postar, e é exatamente isso que você critica.

Mas minha crítica não é da ferramenta, e sim dos usuários. É poderoso se você souber usar. Vi uma notícia, que eu nem sei se é verdade, que o Mark Zuckerberg, criador do Facebook, diz que os brasileiros são os piores. E eu acredito cara, porque, pelo amor Deus, é muito mais fácil a pessoa estar lá compartilhando uma gatinha colorida, “tenha um ótimo fim de semana”, e às vezes um “assine aqui essa petição para impedir que a prefeitura desmonte a casa de uma senhora lá”, o pessoal passa direto. Às vezes ela tem o poder de ajudar ali, mas ela não entende, e compartilha a gatinha lá, “tenha uma ótima semana”.

Você está lá querendo ler coisas legais, de repente chega uma coisa inútil. Não é sua culpa e talvez não é culpa nem da pessoa que compartilhou, é culpa da rede mesmo, das pessoas que utilizam, então é complicado. A partir do momento em que eu estava postando as matérias do site no Facebook é uma responsabilidade minha, dependendo do direcionamento da matéria eu poderia fazer uma merda tão grande que poderia afetar à mim, ao site, às pessoas, é uma responsabilidade muito grande.

Aí vem aqueles repórteres lá com o microfone, que eu te contei sobre o dia da ocupação, e é exatamente isso que eu me sinto todo o dia quando eu posto no Facebook, a mesma coisa. Ainda mais agora: tem tanta gente aí seguindo, que a pessoa clica lá, eu imagino mesmo que a pessoa tem interesse em ler, tem coisa que a gente tem que pensar duas vezes antes de postar, não pela segurança, mas o que isso vai afetar, até onde isso pode chegar.

Então está o Jesus Luz lá distribuindo presentes lá, a gente pensa: “devemos falar sobre isso?”. Posta, vamos ver as críticas, como é que é a participação do pessoal, e aí que a gente vai aprendendo.

Qual a consequências dessa visibilidade? A gente não é uma empresa que ganha por notícias, a gente tem uma responsabilidade, tem um propósito. A gente tem que ter aquele discernimento de que, o que vem depois disso, o que vai acontecer, então a gente pensa, como uma fonte de notícias de dentro, não como uma empresa da qual a gente está ganhando dinheiro e vamos publicar, vamos fazer a nossa obrigação, na verdade a gente é... Eu até falo isso para o pessoal antigo, não é nem voluntário, porque se você fosse voluntário é um contrato de empresa, nem isso é. A gente não está fazendo favor, a gente não está trabalhando, o que a gente está fazendo, a gente não está brincando, eu não sei.

Querida saber da relação de vocês com as lideranças tradicionais da Rocinha, aquelas ligadas aos movimentos sociais, associações, etc.

No início foi complicado, porque eu detesto ser político, eu detesto. De uns tempos para cá, eu aprendi muito a ser político, apertar mão, e tudo, eu aprendi bastante, mas eu detesto fazer

isso. A gente ganhou um certo respeito depois da UPP, quando as lideranças comunitárias viram que eu fui levado a sério lá dentro e principalmente lá fora, foi quando eles baixaram o tom de voz.

Mas hoje eu me sinto lisonjeado por ganhar o respeito deles, porque eu sei que a maioria deles estão lá muito mais tempo do que eu, obviamente eles têm quase o dobro da minha idade, mas ver que eles estão levando a sério o que eu estou fazendo e eu provando a eles que eu estou querendo levar a sério mesmo é ótimo. Se eu ganho a confiança deles, ganho a confiança de muita gente. Mas a gente bate.

Tem algum movimento ou algum grupo que você tenha afinidade maior?

Não de lideranças comunitárias, mas sim algumas ONGS, porque eu vi de perto, tive referências de outros lugares, e reconheci o trabalho delas.

Você contou um pouco sobre o PAC, depois trabalhou no CIEDS, e então entrou no Parceiros do RJ, na Globo. Já entendi que para você foi muito tranquilo essa questão de se relacionar com a imprensa, mas trabalhar com a imprensa é um outro nível de relação. Houve algum tipo de cobrança?

De que pessoas?

Não sei, da comunidade...

Ah sim, muita. Foi no momento que eu botei no Facebook, da qual eu me arrependo até hoje, porque foi o segundo processo seletivo que eu tinha feito, a primeira vez eu tinha tentado entrar, botei lá para todo mundo ver e o pessoal ficava na torcida, uns a favor, outros não e tal, mas eu fiquei meio sem saber o que acontecia, acabei não entrando. Na segunda vez eu coloquei só para alguns, para os mais próximos, mas mesmo assim a notícia vaza, e aí foi o pessoal me ligar, dizer que estava torcendo, e já falando: “eu sei que vai estar em boas mãos”. Outras pessoas também falando que não, que não deveria. Aí eu vi que era complicado, não era só um projeto de jornalismo, era algo muito além disso. Pelo site eu tinha uma certa responsabilidade de estar lutando pelo meu espaço, pelo espaço e fazer alguma coisa pela Rocinha. Estar na Globo já era algo garantido, já era uma arma garantida. O site era aquilo, botava lá e torcia para que alguém visse; a Globo não, se alguém me mostrasse o problema e eu fosse lá e mostrasse, era resolvido.

No meio do processo seletivo já vinham muitas pessoas em cima de mim, positivamente e negativamente; positivamente era dando uma força e tal, e negativamente era que vinha

aquela turma que torcia contra dizendo que poderia dar oportunidade para as pessoas que realmente mereciam ou aquelas pessoas que torciam contra porque queriam entrar também, muitas delas lideranças comunitárias, então eu sentia um certo receio por entrar.

Algum tipo de cobrança no sentido de chamar de incoerente, essas coisas?

Teve. As próprias lideranças comunitárias, os moradores não, porque eles viam que eu já trabalhava com isso. Uma vez uma mulher até botou assim: “caramba, Leandro, você vai oficializar o que você faz”, eu pensei assim, é mesmo, vou oficializar, porque até então era autônomo, agora não, agora empregado. Mas os moradores em si eles entendiam o porquê da minha escolha, agora, as lideranças não. Eles achavam que era alguma jogada minha de me dar bem, teve ameaça: “porque eu que faço isso tão bem não sou reconhecido e você é”, “foi a partir do momento que você colou na Globo, com as entrevistas, você conseguiu contato”. Ouvi de tudo, mas a maioria aquelas que me deram força, eu falei assim: “eu vou ouvir esses, que se eu for ouvir outros não vou nem querer entrar”.

E você acha que a experiência do RJ vai servir em alguma coisa para o site, mais ou menos, assim, por alto, você acha que vai profissionalmente servir para você nesse novo estágio do site?

Eu estou num momento que deveria estar vivendo há dez anos, eu devia estar passando por isso quando tinha vinte anos. E quando entrou o Parceiros, o projeto da Globo, eu vi que deu uma turbinada, também botou as duas turbinas no avião, mas na minha vida, profissionalmente; então foi meio que um turbo para que eu voasse algumas etapas, até porque eu estou muito atrasado, por conta da minha idade eu estou muito atrasado, na minha vida acadêmica, na minha vida profissional.

O Parceiros é um estágio, é um salário de estágio, apesar de não ser tratado como estágio na empresa; é um estágio, até porque tem até um contrato já pré definido, mas eu sou um dos mais velhos do grupo, então tem essa cobrança pessoal, eu tenho que dar uma acelerada, dar uma forçada. Estou de férias da faculdade, estou perturbando o pessoal da emissora, estou aprendendo, que certos pontos no jornalismo do qual eu me interessei muito, e o melhor lugar para se aprender é na Globo, pois tem muitas referências. A partir do momento que eu estou sentado do lado ao Flávio Fachel me ensinando, ele está me dando livro para eu ler, eu estou aproveitando esses momentos, eu estou lá na edição. Onde eu errei? Qual foi a coisa mais legal que eu fiz no microfone? Qual foi a coisa mais legal que eu fiz na câmera? Então eu estou aproveitando esse momento, eu vi que é uma turbinada na minha vida. Não é nem

puxação de saco, longe de eu fazer isso para alguém, mas eles são muito receptivos, bastante, o pessoal da imprensa mesmo; eles veem que se aquele cara está fazendo o dele, ponto para ele, mas se ele está fazendo o dele e está com interesse lá fazendo, eles seguram na tua mão mesmo e falam assim: “vamos lá, eu te ensino”.

Eu sei muito bem me virar lá fora, tecnicamente estou aprendendo, mas a experiência que eu tenho lá fora, de tratar com as pessoas, de procurar o problema, de saber lidar, isso eu tiro de letra. Agora, meu interesse é lá dentro, é buscar aquilo o qual eu sempre idealizei, sempre busquei, mas eu nunca tive oportunidade. Para isso eu estou fazendo todo dia, todo dia reunião de pauta estar prestando atenção, nossa reunião de pauta, mas reunião de pauta deles, para ver como eles buscam isso também, para eu usar esse ano e meio de projeto a vida inteira.

Eu tenho aprendido mais na Globo do que na faculdade, muito mais; eu estou utilizando na faculdade o que eu aprendo na Globo, simplesmente isso. E tenho tirado notas tão boas que eu falo assim: olha Globo, bota aí um diploma de referência, porque por mais que os professores falem tão mal de vocês, mas tudo que eu faço aqui, eu escrevo lá e eles me dão dez; tem alguma coisa errada, então vocês são referência para eles, por mais que eles batam em vocês.

E você já tinha essa percepção antes de entrar lá?

Não. Mas deixa eu te explicar: eu não aprendo com a empresa, eu aprendo com os funcionários; eu não entendo muitas coisas, tem coisas que vão além deles, e não adianta. Aí eu vejo lá, o câmera, o repórter cinematográfico mais premiado, que já ganhou Emmy, já ganhou não sei o que, cruza no corredor comigo, a partir do momento que eu aperto a mão dele... cara, é esse meu professor, é esse.

Teve uma vez que eu tive a oportunidade de almoçar com o Caco Barcellos, aonde? Eu estudando na Facha, só fazendo isso na minha vida, eu teria oportunidade de estar almoçando com um professor, por exemplo? Nunca! É o Caco Barcellos, não vou aproveitar? É óbvio que eu vou aproveitar, é óbvio que eu vou perguntar coisas as quais ele já está cansado de ouvir, é interesse meu, é um momento único ali, que eu estou assistindo uma aula de teoria da comunicação três, e um almoço com um cara que, sei lá, é um dinossauro do jornalismo.

Eu tenho participado de muitos momentos da Globo, muitos momentos no qual eu faço questão de estar presente. Bem ou mal me sinto, assim, eu faço parte daquilo. E o mais legal ainda é que lá se respira jornalismo, é o tempo todo, se você não tem interesse em jornalismo você sai dali desesperado, você sai, não vai entrar ali. Eu fico perambulando por lá, porque eu vou aprender mais do que na Facha, fez um ano agora, no ano novo.

Voltando ao site, quando você acha que volta?

Eu estava vindo para cá e recebi a notícia que eu não consegui fazer a transferência de novo da Url; é só disso que eu dependo, eu estou com a Url em uma empresa, eu quero transferir para outra, e não estou conseguindo fazer isso, é só disso que eu dependo.

Então é meramente uma questão técnica nesse momento?

Porque a gente estruturou tudo, já separou tudo: o que vai ser jornalismo, o que vão ser projetos sociais, o que vai ser loja virtual...

Vai se transformar então em mais do que um blog de notícias?

A gente se reuniu, a gente decidiu que a gente quer que seja um portal da Rocinha, para saber sobre a Rocinha, sobre a gente, tudo que se possa imaginar. Não que a gente queira abraçar tudo, a gente quer colocar o que tem de cada um, características de cada um no projeto ali dentro. Então, se eu tenho a Michelle, que é gestora de projetos, vamos botar projetos lá, vamos botar o que a gente fez, e o que a gente pode fazer; a gente vai colocar o nosso portfólio e o que a gente gostaria de fazer para captar recursos para isso. A gente tem produtos e a gente quer vender blusa, a gente quer vender postagem, a gente quer abraçar algumas ONGs que já vendem coisas lá dentro, mas não tem uma loja virtual, a gente vai colocar lá dentro, vender a marca.

Vamos colocar notícias, mas de forma que a gente utilize uma contrapartida, no momento que a gente está transmitindo a mensagem a gente está aprendendo com ela. Por exemplo, a gente vai fazer agora o canal vídeo, um jornal audiovisual, trabalhando com audiovisual, mas a gente vai fazer também oficinas – temos três jornalistas formados no projeto, porque a gente não pode aproveitar eles? Não é tão difícil não.

Por que vocês decidiram abrir e fazer mais do que um site de notícias? Tem a loja, também projeto social...

Por dois motivos. Um porque a gente tem pessoas que podem fazer mais do que apenas noticiar; eu acho um desperdício a gente ter uma gestora de projetos e ajudar a gente no texto. E dois, é uma forma também de a gente ir além do jornalismo. A gente já noticiava, já produziu eventos, vamos colocar isso de maneira profissional; se você tem um jornalista abraçando a causa, usa ele, coloca uma palestra; vamos pegar o Leoni [o cantor é colaborador

do site desde 2010], vamos fazer um evento em palco aberto, para todo mundo, com o Leoni mesmo pode fazer uma oficina. A gente quer aproveitar as ferramentas que a gente tem.

Você tem vontade de um dia conseguir trabalhar totalmente só com o site?

Seria a realização do meu sonho, se eu pudesse sobreviver desse projeto, eu realizava.

Você acha que isso é possível no curto, médio prazo, longo prazo?

Eu acho que está mais na categoria do sonho, eu não sou muito otimista quanto a isso não, é muito difícil conseguir, eu vejo...

O que é mais difícil? Muita gente fala de financiamento, patrocínio...

É difícil manter, é difícil. Tudo acaba, quando você consegue um financiamento é sempre com prazo determinado, é difícil você conseguir renovar, eu vejo assim. Até o Renê mesmo não conseguiu, eu vejo que até a mentalidade do Renê mudou o foco, caminhava e virou. Então eu tenho medo que aconteça isso também, de a gente virar, então a partir do momento que isso acontecer com a gente eu posso até parar.

Virar em que sentido?

Acabar com a comunicação comunitária, acabar com aquela coisa de o propósito é estar ali para informar, eu tenho medo disso. Tanto que eu fiz questão de manter o jornalismo no projeto, senão a gente tira jornalismo e só faz projeto, vira um AfroReggae. É muito fácil virar AfroReggae, eu acho, muito fácil. A Petrobras está ali querendo fazer você virar um AfroReggae, está ali, eles têm dinheiro para isso, e minha ideia, longe disso, o que eu quero é aproveitar o projeto, fazer o que a gente gosta e ter oportunidade de ensinar as pessoas que gostariam também. Porque no final de tudo é bom!

Você tem algum cargo e função lá dentro? É o líder, coordenador, presidente...?

Uma coisa é importante: as coisas são decididas sempre em conjunto. Porque muitas das melhores ideias nós tivemos foi em uma reunião de bar. Nosso grupo, na verdade, é formado por amigos. A gente é tudo amigo, não é uma coisa contratada, a gente não pegou currículo, foi um e outro que eu conhecia, e aí juntou e a gente está conversando no bar e surgem as ideias. Então, longe de mim decidir as coisas. Sei lá, eu não conseguiria, eu imagino um projeto tão grandioso que é difícil uma pessoa sozinha ter essa tenacidade; mas quando a

gente esta reunido, eu vejo, surge uma ideia, o outro complementa, o outro termina e a gente vê que é funcional...

Mas você concorda que, ao menos para fora, você é uma figura de liderança dentro do grupo?

É um pouco, mais porque eu acho que eu sou mais experiente, mas não experiente diplomado, experiente de trabalho. Então quando eu modero o que vão postar, é que eu sei o que vai acontecer, eu conheço as pessoas, conheço os líderes comunitários, então é um momento para o qual eu meio que trabalho com a responsabilidade. E aí às vezes por conhecê-los eles me perguntam, e aí Leandro, será que eu posso? Virou uma referência, mas não chefe.

Mas de maneira geral é tudo decidido conjuntamente, porque tem o Flavio, tem o Marcos, eles também têm outras visões, de uma maneira diferenciada, então talvez o site se fosse só eu, o site seria a minha cara e talvez não seria um produto bom. Eu faço questão que tenha todo mundo ali, que eu acho que é isso que o site vai se tornar: vai virar um pouco jornalismo, um pouco projeto social, um pouco loja, um pouco...

Vai ficar mais a cara do grupo, talvez, mais diverso como é o grupo.

Exato, quando você vê os vídeos, você vai ver a cara do Eduardo – ele tem 15 anos e para mim ele é um gênio, só que ele não sabe disso ainda; e eu não quero que ele saiba, deixa ele do jeito que está. Por isso eu chamo ele de mascote, mas eu sei que ele tem um potencial enorme.

Então um projeto de vídeo, você está vendo lá um jornalista e tem reportagem de vídeo com ele, é a cara dele; está vendo a loja, é a cara da Bia, de empreendedorismo; você está vendo os projetos sociais, é a cara da Michele. Então é isso mesmo que eu quero.

E a cara do Leandro, qual é?

Eu acho que é estar funcionando, eu acho que eu vou ficar mais na parte dos bastidores, porque se eu focar muito o site, focar muito em jornalismo, eu acho que eu vou ficar muito bitolado, vou ficar muito concentrado ali, eu não quero isso. Eu quero tocar a minha vida, o site é consequência, o site é meu projeto paralelo. Se em algum momento eu puder virar e focar só nele e tenha condições de me manter, aí é diferente, é o sonho realizado.

Tem um líder comunitário que me chama de Silvio Santos. Ele é muito engraçado e eu não entendia porque ele me chamava de Silvio Santos. O Silvio Santos criou o próprio canal e hoje ele é o presidente, ele é o chefe, ele é tudo do canal. Eu pensei: “cara, que ótima

referência”. Eu li um pouco sobre Silvio Santos, eu adorei! Eu falei, se eu for um Silvio Santos da vida está bom. Só isso. Se eu conseguir sobreviver pelo site acho que sim, serei um Silvio Santos. Seria perfeito.