

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA  
CURSO DE JORNALISMO**

**CAROLINE CARDIAS DE SOUZA LEDESMA**

**JORNALISMO COMUNITÁRIO PERIFÉRICO: O MARÉ DE NOTÍCIAS E A  
COBERTURA DA COVID-19 NO INSTAGRAM**

**São Borja  
2024**

**CAROLINE CARDIAS DE SOUZA LEDESMA**

**JORNALISMO COMUNITÁRIO PERIFÉRICO: O MARÉ DE NOTÍCIAS E A  
COBERTURA DA COVID-19 NO INSTAGRAM**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Alciane Nolibos Baccin  
Coorientadora: Profa. Dra. Clarissa Schwartz

**São Borja  
2024**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos  
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do  
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

L473j Ledesma , Caroline Cardias de Souza  
Jornalismo comunitário periférico: o Maré de Notícias e a  
cobertura da Covid-19 no Instagram / Caroline Cardias de Souza  
Ledesma .

158 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade  
Federal do Pampa, JORNALISMO, 2024.

"Orientação: Alciane Nolibos Baccin".

1. Jornalismo comunitário. 2. Contra-hegemônico. 3.  
Periferia. 4. Covid-19. 5. Instagram. I. Título.

**CAROLINE CARDIAS DE SOUZA LEDESMA**

**JORNALISMO COMUNITÁRIO PERIFÉRICO:  
O MARÉ DE NOTÍCIAS E A COBERTURA DA COVID-19 NO INSTAGRAM**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Jornalismo.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em 09 de dezembro de 2024.

Banca examinadora:

---

Profa. Dra. Alciane Nolibos Baccin  
Orientadora  
(Unipampa)

---

Profa. Dra. Clarissa Schwartz  
Coorientadora  
(Unipampa)

---

Profa. Dra. Vivian de Carvalho Belochio  
(Unipampa)

---

Jornalista Hélio Euclides da Silva  
(Jornal Maré de Notícias)



Assinado eletronicamente por **CLARISSA SCHWARTZ, PROFESSOR MAGISTERIO SUPERIOR - SUBSTITUTO**, em 14/12/2024, às 10:21, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **VIVIAN DE CARVALHO BELOCHIO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 16/12/2024, às 10:33, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **Hélio Euclides da Silva, Usuário Externo**, em 17/12/2024, às 09:30, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **1628647** e o código CRC **57FD9A73**.

Dedico este trabalho às 714.210 vidas perdidas em decorrência da Covid-19 no Brasil<sup>1</sup>. Que suas memórias sejam um chamado permanente à justiça e à responsabilidade coletiva, para que jamais esqueçamos das consequências da negligência e da desinformação.

---

<sup>1</sup> De acordo com o [Painel Coronavírus Brasil](#) atualizado em 28/11/2024

## AGRADECIMENTOS

Nunca é tarde pra quem sabe esperar.  
(Nelson Cavaquinho, O bem e o Mal, 1973)

Este trabalho é resultado de cinco anos muito bem vividos — e longos — no curso de jornalismo da Unipampa. Uma trajetória intensa, transformadora, mas também marcada por um apagão de experiências entre 2020 e 2021, por causa da pandemia de Covid-19. O coronavírus impactou drasticamente a minha experiência na universidade, me afastou dos meus amigos e me fez encarar dois anos de muitas aulas online e PDFs (Costa, 2021, piada interna). Mas entendi que não estava sozinha nessa confusão e neste período pude catalisar toda a minha indignação em esforços para concluir esta pesquisa, que fortaleceu ainda mais a afinidade com a profissão que escolhi para a minha vida.

A pandemia não tirou de mim muito mais do que algumas noites por causa da insônia e a preocupação com tudo o que estava acontecendo, ou a paciência que perdi em muitos momentos com a ignorância e o negacionismo das pessoas. Poderia ter sido muito pior. Por isso, agradeço primeiramente pela vida e saúde minha e de todas as pessoas que eu amo e que, de uma forma ou de outra, estiveram comigo nesta jornada acadêmica e a quem dedico este espaço com toda a minha gratidão.

Aos meus amigos do grupo de WhatsApp criado para comemorar o aniversário da Pâmela na pizzaria, que nunca aconteceu, mas que uniu um bando de universitários em todos os grupos de trabalho dali em diante — Rafael, Andressa, Anthony, Pâmela, Ana Isabel, Eric e Rayssa — muito obrigada! Acho que nunca vou conseguir transmitir o quanto vocês me salvaram na universidade e o quanto eu amo e torço por todos vocês. Em especial à Ana e Rayssa (que por algum motivo gostam muito de São Borja) obrigada por não terem me deixado sozinha, por sempre me ouvirem, reclamarem comigo, me incentivarem a não desistir, e acima de tudo, servirem sempre as melhores fofocas e fazerem incríveis revisões críticas neste trabalho como grandes jornalistas que são. Vocês foram o suporte nos dias mais difíceis e a motivação que eu precisava para continuar — até quando vocês não estavam mais aqui.

Às minhas amigas de todas as fases, Bruna e Amanda, por crescerem comigo e por serem a melhor rede de apoio (e de surtos). Por sempre acreditarem que podemos ser muito mais do que imaginamos e por me lembrarem de ter coragem para enfrentar aqueles dias em que está tudo de cabeça pra baixo seja por causa do capitalismo, mercúrio retrógrado, energia (e gente) ruim ou só tpm mesmo. Amo vocês mais do que cervejinha gelada.

Ao Wallyson, a tatuagem acadêmica que eu nunca vou me arrepender de ter feito, por nunca me deixar acreditar que não sou capaz, por estar ao meu lado nos piores dias ajudando a juntar os cacos das minhas expectativas quebradas e me lembrando constantemente de quem eu sou e do que posso alcançar. Obrigada por ser o melhor amigo que eu poderia ter.

Ao meu irmão Hélio, minha maior referência em luta, que sempre me encorajou e me guiou com firmeza; à minha irmã Ângela, que sempre me acolheu com amor e compreensão; à minha irmã Patrícia, que me entende melhor do que eu mesma; e aos meus pais, a quem, com muito carinho e esforço, um dia espero deixar de ter como principal tópico na terapia.

Aos professores que me formaram ao longo dos anos e que me ajudaram a encontrar no jornalismo mais do que uma profissão, mas a coragem de enfrentar o mundo. Um agradecimento especial à teacher Betânia, por todo o carinho, conselhos, apoio e amizade que fizeram diferença em cada etapa da minha trajetória até aqui.

À minha orientadora, professora Alciane, que nestes três anos de TCC demonstrou uma paciência e dedicação ímpares ao meu processo (e a falta dele também), agradeço pela tua compreensão, carinho, puxões de orelha e por sempre me mostrar o que eu não conseguia enxergar em mim mesma, saiba que isso foi fundamental para que, além de não desistir, eu pudesse continuar, e finalmente finalizar esta graduação. E à professora Sara, por todas as oportunidades que me permitiram explorar o tempo perdido na pandemia e por me incentivar a aprender e praticar nos projetos de extensão em que a bolsa não cobria a quantidade de trabalho \*emoji de palhaço\*, mas a experiência vai sempre me marcar. A vocês duas, a minha enorme gratidão por terem me acolhido e me apresentado o amor na universidade.

À Universidade Federal do Pampa por oferecer um ensino público, gratuito e de qualidade, que resistiu à pandemia e me permitiu acesso à uma formação com muita luta estudantil e cheia de experiências que me renderam vivências muito importantes dentro e fora dos muros da universidade. Ao PET História da África, por ser um verdadeiro quilombo acadêmico que me acolheu e me mostrou que eu não estava sozinha (e que nunca estive). E à i4 Plataforma de Notícias e ao projeto de Extensão i4 Documenta que me proporcionaram oportunidades incríveis e possibilitaram o meu desenvolvimento em práticas jornalísticas que ajudaram a vencer o medo das câmeras e me tornar uma profissional versátil, dinâmica e preparada para encarar os desafios da profissão.

À equipe do Maré de Notícias que pude conhecer no caminho, Hélio, Jéssica, Daniele e Thaís, obrigada por me permitirem ajudar a proteger a memória do trabalho deste jornal que atuou tão bravamente durante a pandemia. O que vocês fizeram foi muito mais do que

jornalismo. Espero um dia ter metade da determinação, coragem e força que o Maré representa para exercer esta profissão.

À Tigresa, minha gatinha aguerrida, que me acompanhou silenciosamente durante a pandemia e nos momentos mais difíceis desta graduação. Obrigada por me ajudar a enfrentar minhas piores versões, escutar atenciosamente meus monólogos, choros e crises existenciais, e ser minha fiel companheira de andanças.

Por fim, a todos que ficaram, que torceram, que ajudaram, que ouviram, que entenderam e que acreditaram, saibam que este trabalho é apenas uma parte do que conseguimos construir juntos.

## RESUMO

Frente a um cenário de desigualdades estruturais aprofundadas pela pandemia de Covid-19, as comunidades periféricas e favelas brasileiras foram gravemente afetadas pela crise sanitária que assolou o Brasil. Assim, este trabalho tem por objetivo compreender como o jornal comunitário Maré de Notícias atuou de forma contra-hegemônica para informar sobre o coronavírus durante a pandemia de Covid-19, por meio do Instagram, para mais de 140 mil moradores do Complexo da Maré, no Rio de Janeiro. Para tanto, discutimos conceitos fundamentais para compreender o trabalho realizado pelo jornal, como comunicação hegemônica, comunicação comunitária, mídias sociais digitais em rede e necropolítica. Nos inspiramos na Análise de Conteúdo (Bardin, 1977; 2011), tendo como técnicas entrevistas feitas aos jornalistas e a análise de 15 meses de publicações no Instagram do jornal referentes à pandemia. O Maré de Notícias reafirmou a importância de narrativas não-hegemônicas através do jornalismo comunitário ao informar sobre a Covid-19 no Instagram priorizando a vivência e a voz das populações historicamente silenciadas e apontando reflexões urgentes sobre a necessidade de políticas públicas que fomentem a seguridade social nos espaços periféricos. O jornal não apenas informou como também resistiu e mobilizou, contribuindo para a proteção do território e fortalecendo o jornalismo comunitário brasileiro em uma iniciativa que deve ser reconhecida e incentivada como parte fundamental da democratização da informação.

Palavras-Chave: Jornalismo comunitário; Contra-hegemônico; Periferia; Covid-19; Instagram.

## RESUMEN

Frente a un escenario de desigualdades estructurales profundizadas por la pandemia del Covid-19, las comunidades periféricas y favelas de Brasil se han visto gravemente afectadas por la crisis sanitaria que ha asolado Brasil. Por lo tanto, este trabajo tiene como objetivo entender cómo el periódico comunitario Maré de Notícias actuó de forma contrahegemónica para informar a más de 140.000 residentes del Complexo da Maré en Río de Janeiro sobre el coronavirus durante la pandemia Covid-19 a través de Instagram. Para ello, discutimos conceptos fundamentales para entender el trabajo realizado por el periódico, como comunicación hegemónica, comunicación comunitaria, medios sociales digitales y necropolítica. Nos inspiramos en el Análisis de Contenido (Bardin, 1977; 2011), utilizando como técnicas entrevistas con periodistas y un análisis de 15 meses de posts en la cuenta de Instagram del periódico relacionados con la pandemia. Maré de Notícias reafirmó la importancia de las narrativas no hegemónicas a través del periodismo comunitario al informar sobre Covid-19 en Instagram, priorizando la experiencia y la voz de poblaciones históricamente silenciadas y apuntando a reflexiones urgentes sobre la necesidad de políticas públicas que fomenten la seguridad social en espacios periféricos. El periódico no solo informó, sino que resistió y se movilizó, contribuyendo a la protección del territorio y fortaleciendo el periodismo comunitario brasileño en una iniciativa que debe ser reconocida e incentivada como parte fundamental de la democratización de la información.

Palabras clave: Periodismo comunitario; Contrahegemónico; Periferia; Covid-19; Instagram.

## ABSTRACT

Faced with a scenario of structural inequalities deepened by the Covid-19 pandemic, Brazil's peripheral communities and favelas have been severely affected by the health crisis that has devastated Brazil. This paper aims to understand how the community newspaper Maré de Notícias acted in a non-hegemonic way to inform more than 140,000 residents of Complexo da Maré in Rio de Janeiro about the coronavirus during the Covid-19 pandemic via Instagram. To do this, we discussed fundamental concepts to understand the work carried out by the newspaper, such as hegemonic communication, community communication, digital social media and necropolitics. We were inspired by Content Analysis (Bardin, 1977; 2011), using interviews with journalists and an analysis of 15 months of the newspaper's Instagram posts on the pandemic as techniques. Maré de Notícias reaffirmed the importance of non-hegemonic narratives through community journalism by reporting on Covid-19 on Instagram, prioritizing the experience and voice of historically silenced populations and pointing out urgent reflections on the need for public policies that foster social security in peripheral spaces. The newspaper not only informed, but resisted and mobilized, contributing to the protection of the territory and empowering Brazilian community journalism in an initiative that should be recognized and encouraged as a fundamental part of the democratization of information.

Keywords: Community journalism; Counter-hegemonic; Periphery; Covid-19; Instagram.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Capa da 1ª edição de “O Homem de Côm” .....	28
Figura 2 — “Notícia de porta em porta” .....	95
Figura 3 — “Projeto Mulheres Ceramistas da Maré” .....	96
Figura 4 — “Imagens da Maré: pequeno inventário visual” .....	97
Figura 5 — “Cuidados para as festas de final de ano” .....	98
Figura 6 — “Falta de leitos na cidade do Rio de Janeiro” .....	99
Figura 7 — “Campanha Maré diz não ao coronavírus” .....	100
Figura 8 — “Vacinação para todos na Maré” .....	101
Figura 9 — “Pronunciamento de Bolsonaro sobre as vacinas” .....	103
Figura 10 — “O que pode e o que não pode durante uma abordagem policial” .....	104

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

BDTD — Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações

Capes — Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

FNB — Frente Negra Brasileira

IBGE — Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MNU — Movimento Negro Unificado

OMS — Organização Mundial da Saúde

Pnad — Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

RJ — Rio de Janeiro

SUS — Sistema Único de Saúde

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>16</b>
<b>2 RAÍZES DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA NO BRASIL.....</b>	<b>25</b>
2.1 Imprensa negra brasileira: jornalismo em diáspora.....	25
2.2 A comunicação como direito em defesa da cidadania.....	31
2.3 Arranjos alternativos e as mídias comunitárias periféricas.....	35
<b>3 A PANDEMIA DE COVID-19 E A NECROPOLÍTICA DA DESINFORMAÇÃO.....</b>	<b>43</b>
3.1 “A cada 46 moradores do Rio, 1 é da Maré”: Brasil, o país da periferia.....	43
3.2 Negacionismo, desinformação e a normalização da morte.....	49
3.3 O jornalismo comunitário de Maré de Notícias contra o Coronavírus.....	60
<b>4 METODOLOGIA.....</b>	<b>67</b>
4.1 Entrevistas.....	67
4.2 Publicações.....	69
4.3 O Maré de Notícias.....	71
<b>5 O MARÉ DE NOTÍCIAS POR QUEM FAZ.....</b>	<b>75</b>
5.1 Análise de entrevistas.....	75
5.1.1 História do Maré de Notícias.....	76
5.1.2 Linha editorial do jornal.....	80
5.1.3 Atuação do Maré de Notícias na pandemia de Covid-19.....	83
5.1.4 Parcerias.....	86
5.1.5 Ações.....	89
5.2 Análise de publicações.....	93
5.2.1 Jornalismo.....	94
5.2.2 Comunidade.....	95
5.2.3 Cultura.....	96
5.2.4 Saúde e bem-estar.....	97
5.2.5 Coronavírus.....	98
5.2.6 Campanhas.....	99
5.2.7 Vacinação.....	100
5.2.8 Política.....	101
5.2.9 Operações policiais.....	103
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>105</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>108</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>112</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação comunitários, desde as primeiras publicações de veículos jornalísticos negros<sup>2</sup>, organizados com o apoio do Movimento Negro, que se constituiu no Brasil no século XX (Araújo, 2021), atendem à necessidade de aumentar o alcance das reivindicações populares, contribuindo para a ampliação do acesso à cidadania e à informação para as populações periféricas excluídas socialmente, racialmente ou geograficamente, como forma de promover a sua participação ativa na esfera pública. Ao compreender que a temática social no Brasil está intrinsecamente relacionada com a temática racial, dado o processo escravocrata que constitui a história do nosso país, este trabalho parte da premissa de que a negritude, enquanto população historicamente marginalizada e que carrega a herança de um período pós-abolição onde foram criados mecanismos para que ex-escravizados e seus descendentes seguissem na condição de mercadoria, não sendo compreendidos como cidadãos (Araújo, 2021), não se vê devidamente representada nos veículos de comunicação hegemônicos. Desta forma, a imprensa negra — entendida neste trabalho como pilar constituinte da comunicação comunitária — desempenha um papel fundamental na construção de narrativas que buscam uma compreensão mais fidedigna sobre a realidade das populações periféricas brasileiras.

Mesmo após mais de 130 anos da falácia da abolição da escravidão no Brasil, a sua continuação se materializa através de um Estado que negligencia as condições de acesso pleno e digno à cidade, ao lazer, à saúde, ao trabalho, à vida, à proteção social, à alimentação, à educação, entre tantas outras garantias básicas de desenvolvimento social ausentes no cotidiano da maioria das populações negras neste país, que extingue as oportunidades e dilacera de maneira estrutural a qualidade de vida dessas pessoas, contribuindo para a continuidade do processo genocida do povo preto no Brasil.

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua de 2021<sup>3</sup> — eixo temporal desta pesquisa —, pessoas pretas e pardas eram as que mais sofriam no país com a falta de oportunidades e a má distribuição de renda, e embora representassem a maior parte da população (56,1%) e da força de trabalho brasileira (53,8%), apenas 29,5% destas pessoas ocupavam cargos de gerência. Além disso, existe também uma diferença bastante considerável no rendimento de pessoas pretas ou pardas ocupadas<sup>4</sup> em relação às

---

<sup>2</sup> [Jornal O Clarim da Alvorada](#) Acesso em 21/10/2023

<sup>3</sup> [Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil | IBGE](#) Acesso em 17/10/2023

<sup>4</sup> Segundo o IBGE, pessoa ocupada é aquela que possui algum ofício em determinado período de tempo, sendo ele remunerado, não remunerado, autônomo ou como um empregador.

peças brancas. Em 2021, o rendimento médio mensal de um trabalhador preto ou pardo foi de R\$ 949, o que corresponde ao equivalente de apenas 50,8% do que recebia um trabalhador branco (R\$ 1.866), segundo dados da mesma pesquisa. Além disso, as mortes violentas provocadas pela polícia em intervenções policiais nas periferias<sup>5</sup>, perseguições e ameaças de morte contra pessoas negras na política<sup>6</sup>, os altos índices de assassinato da população jovem negra<sup>7</sup>, além do encarceramento em massa de pessoas negras<sup>8</sup> são outros índices agravantes da tentativa institucionalizada de extermínio dos negros no Brasil. Em 2019, segundo o Atlas da Violência 2021<sup>9</sup>, os negros representavam 77% das vítimas de homicídios no Brasil, de forma que, a chance de uma pessoa negra ser assassinada era 2,6 vezes superior àquela de uma pessoa não negra. Nem mesmo com a pandemia de Covid-19 — recorte temporal da metodologia deste trabalho — a violência contra os corpos negros diminuiu. Pelo contrário, segundo a pesquisa, em 2020, a taxa de violência letal contra pessoas negras foi 162% maior que entre as não negras.

Estes são apenas alguns dos indicadores sociais que demonstram a perpetuação das violências contra as populações negras até mesmo em situações extraordinárias, como foi o caso da crise sanitária mundial provocada pelo coronavírus. A pandemia trouxe também outras variáveis que aumentaram as desigualdades sociais no país no que diz respeito ao acesso à saúde, trabalho, alimentação e segurança não somente entre os negros, mas que novamente afetaram majoritariamente a população negra e periférica, principalmente em relação ao vírus, que se mostrou mais mortal à esta parcela da população, evidenciando uma persistente negligência do Estado com essas pessoas.

De acordo com o levantamento realizado pela Agência Pública em maio de 2020<sup>10</sup>, as mortes por Covid-19 e hospitalizações por Síndrome Respiratória Aguda Grave (SRAG) causada pelo coronavírus foram maiores entre pretos e pardos, chegando a cinco vezes mais do que em pessoas brancas em um período de duas semanas durante abril do mesmo ano, período do início dos casos no país. Mas ainda que os dados do Ministério da Saúde levantados pela reportagem mostrassem a maioria de óbitos e hospitalizados entre as pessoas pretas e pardas em relação às pessoas brancas, o Governo Federal não divulgou essas informações em detalhes<sup>11</sup>, o que na época impediu que profissionais de saúde, a imprensa,

---

<sup>5</sup> [Mortes em operações policiais aumentam no Brasil, apesar da quarentena](#) Acesso em 17/10/2023

<sup>6</sup> [A violência política contra as mulheres negras | Instituto Marielle Franco](#) Acesso em 17/10/2023

<sup>7</sup> [Homicídio entre jovens negros | Folha de S. Paulo](#) Acesso em 17/10/2023

<sup>8</sup> [População negra encarcerada atinge maior patamar da série histórica](#) Acesso em 17/10/2023

<sup>9</sup> [Atlas da Violência 2021](#) Acesso em 12/10/2023.

<sup>10</sup> [Número de negros mortos por coronavírus é cinco vezes maior no Brasil](#) Acesso em 17/10/2023

<sup>11</sup> [Brasil é destaque no mundo por não divulgar dados de mortes por Covid-19](#) Acesso em 25/05/2024

pesquisadores e até mesmo a população soubessem disso. O Brasil tem um dos maiores e mais complexos sistemas de saúde pública do mundo. O Sistema Único de Saúde (SUS), garante atendimento médico amplo e gratuito para a população e em 2019, 60,9% das pessoas atendidas eram pretas ou pardas, segundo a Pesquisa Nacional de Saúde (2019) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). No entanto, em um momento de colapso na saúde, o Governo optou por deixar de incluir dados sobre raça/cor nos boletins de mortos por coronavírus<sup>12</sup> e provocou mais uma violência contra os corpos negros durante a pandemia, o que coloca o Racismo Estrutural (Almeida, 2018) como fator chave na ausência de dados sobre a população negra e gera preocupação acerca do impacto real que a Covid-19 teve sobre este grupo. De acordo com Almeida (2018), o termo Racismo Estrutural transcende o ato discriminatório do racismo de algo isolado para um conjunto de ações dessa natureza que faz com que a discriminação racial esteja enraizada em todas as camadas da sociedade.

E se de um lado os dados demonstram a fragilidade da população negra diante da pandemia, de outro, este problema se aprofunda ainda mais visto que o país vivenciou a atuação desastrosa e irresponsável do então presidente Jair Bolsonaro, que falhou em lidar de forma eficaz diante do vírus e agiu em desacordo com as orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS)<sup>13</sup> diversas vezes. A má conduta de Bolsonaro através de práticas como o negacionismo pandêmico e a disseminação de desinformação, desencadeou uma série de consequências catastróficas e acabou por contribuir para a piora do cenário de enfrentamento à Covid-19 resultando na morte de milhares de brasileiros que poderiam ter sido evitadas, como veremos mais adiante. No âmbito das políticas de seguridade social, a partir de um projeto político de extrema direita que naturalizou a violência e instigou a polaridade política em um país assolado por uma doença, até então, sem nenhuma perspectiva de tratamento, o então presidente trabalhou de forma a desmontar significativamente e gradativamente ao longo de quatro anos de governo uma série de direitos conquistados pelos brasileiros. A postura do ex-presidente atingiu fortemente, através de práticas conservadoras e neoliberais, a população preta, pobre e periférica deste país com uma política de morte que operou para mais uma forma de extermínio do povo negro, materializando o que Mbembe (2016) chama de Necropolítica<sup>14</sup>, determinando quem vivia e quem morria.

Não sendo suficiente o total desgoverno de Bolsonaro frente à pandemia, a população negra e periférica, sem a proteção de uma estrutura social adequada para lidar com a doença,

---

<sup>12</sup> [Ausência de dados raciais compromete combate à Covid-19 nas periferias](#) Acesso em 25/05/2024

<sup>13</sup> [Bolsonaro contraria a ciência sobre a eficácia de máscara](#) Acesso em 17/10/2023

<sup>14</sup> O termo elaborado por Mbembe significa a legitimação da submissão da vida pela morte que se dá pela instrumentalização da vida e pela destruição dos corpos negros.

também não contava com o devido acesso à informação sobre como se proteger do coronavírus em sua realidade. A mídia hegemônica brasileira detém grande parte do público consumidor<sup>15</sup> e informa com certa parcialidade visto que está comprometida com um determinado público e com fatores corporativos e editoriais, e portanto, os seus propósitos acabam por ameaçar os critérios de noticiabilidade (Traquina, 2005), a pluralidade nas temáticas sociais e a circulação de vozes diversas na comunicação para uma efetiva ampliação e democratização da informação.

Desde que a pandemia de Covid-19 chegou ao Brasil em 26 de fevereiro de 2020<sup>16</sup>, foram desenvolvidas estratégias das mais variadas para o enfrentamento da doença, mas que na maioria das vezes não contemplavam as populações periféricas. Ao informar sobre a periculosidade do vírus, o conglomerado da grande mídia brasileira desconsiderou em diversos momentos a vulnerabilidade estrutural que estavam sujeitos os 14 milhões de moradores periféricos<sup>17</sup> que enfrentam as mais precárias dificuldades de estrutura urbana e os quase 35 milhões de pessoas que vivem sem água tratada no Brasil<sup>18</sup>, fora diversas outras particularidades que a população enfrentava por todo o país em um momento cujas principais orientações de proteção contra a doença eram a higiene constante das mãos, distanciamento social e uso de máscaras.

A partir desta realidade, as mídias comunitárias desempenharam o papel social de levar informação de qualidade e de acordo com as necessidades de seus territórios — como é o caso do objeto de estudo deste trabalho —, desempenhando um papel determinante para que os números de infectados e de mortos nas periferias não fossem ainda maiores. Isso exemplifica a importância das mídias não hegemônicas para as reivindicações das populações que estão à margem da pauta hegemônica na sociedade brasileira.

O Jornal Maré de Notícias<sup>19</sup>, fundado em 2009 pela Redes da Maré<sup>20</sup>, é um dos maiores jornais comunitários do Brasil, com 50 mil exemplares impressos, e se consolidou como a principal fonte de informação alternativa para os mais de 140 mil moradores das 16 favelas do Complexo da Maré, no Rio de Janeiro (RJ)<sup>21</sup>. O Maré de Notícias comunicou dentro e fora da favela, contemplando todos os diversos contextos e limitações que a atravessavam, desde sobre como se proteger e resistir ao coronavírus dentro da comunidade,

---

<sup>15</sup> [Media Ownership Monitor Brasil 2017](#) Acesso em 17/10/2023

<sup>16</sup> [Brasil confirma primeiro caso do novo coronavírus](#) Acesso em 17/10/2023

<sup>17</sup> [Fórum Data Favela, CUFA, Instituto Locomotiva e UNESCO](#) Acesso em 17/10/2023

<sup>18</sup> [Dados do Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento \(SNIS\)](#) Acesso em 17/10/2023

<sup>19</sup> [Maré de Notícias](#) Acesso em 25/05/2024

<sup>20</sup> [Redes da Maré](#) Acesso em 25/05/2024

<sup>21</sup> [Maré de Notícias é um dos maiores jornais comunitários do Brasil.](#) Acesso em 01/12/2024

até desempenhar ações sociais de amparo à população periférica em esferas que deveriam ser garantidas pelo Estado, mas que foram completamente ignoradas. Ao compreender o histórico de responsabilidade social que o jornalismo comunitário desempenha em relação ao seu público, evidenciamos na cobertura do Maré de Notícias o compromisso estabelecido com informação de qualidade e uma assistência, que foi muito além do fazer jornalístico, proporcionando às pessoas mais do que o básico em higiene, saúde e alimentação para o enfrentamento da pandemia, com o máximo de proximidade que o momento permitia. Além disso, o trabalho dos comunicadores fortaleceu a rede de moradores que resistia no momento de crise, ampliando a participação e a mobilização social em torno da problemática da pandemia, que em seu contexto era muito mais complexa do que o que a mídia hegemônica comunicava na televisão — e que já era bastante preocupante.

Entendemos que o debate em torno das mídias comunitárias merece espaço na academia se pensarmos a discriminação midiática no jornalismo como um fator agravante da cena social periférica, não somente, mas principalmente durante a pandemia de coronavírus. Ao buscar referencial para construir este Trabalho de Conclusão de Curso procuramos por pesquisas acadêmicas que pensaram a atuação das mídias comunitárias no Brasil durante a pandemia e também, mais especificamente, trabalhos referentes ao Maré de Notícias no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Porém, ao não encontrar — até 2022, ano de início desta pesquisa — nenhum estudo direcionado aos aspectos da comunicação comunitária no contexto o qual nos debruçamos neste trabalho, faço deste um dos motivos pelos quais se faz pertinente, necessário e academicamente justificável estudar o trabalho jornalístico realizado pelo jornal comunitário Maré de Notícias no período da pandemia de Covid-19.

Enquanto os brasileiros encontravam-se em um cenário de crise sanitária, desemprego, fome, pobreza entre tantos outros indicadores que escancararam e aprofundaram ainda mais as desigualdades presentes em nossa sociedade, foram as mídias comunitárias e independentes, em conjunto com outras frentes democráticas de comunicação e assistência social, que fizeram a diferença não só no território ou comunidade em que atuam, mas também prestando serviços à sociedade em geral enquanto alternativa contra a desinformação e mobilizando estratégias de apoio às famílias por meio da resistência e luta pelo direito à vida<sup>22</sup>. Em meio a letargia da gestão genocida de Jair Bolsonaro, que desempenhou uma política antidemocrática

---

<sup>22</sup> [WikiFavelas: As mídias periféricas contra a barbárie - Outras Palavras](#) Acesso em 29/10/2023

com a disseminação de informações falsas<sup>23</sup> sobre o tratamento do coronavírus, além da demora na aprovação de leis e decretos essenciais e na compra de vacinas, entre outras inúmeras dificuldades geradas por este governo<sup>24</sup>, nos territórios historicamente vulneráveis, a ação da comunidade prevaleceu através da colaboração.

Ainda, a partir do exposto na justificativa anterior, enquanto estudante de jornalismo e uma pessoa negra, entendo que a mídia *mainstream* não pode estar acima da vida, dos direitos e das condições sociais diversas da população negra e periférica brasileira, corroborando para o apagamento de um povo historicamente marginalizado e perpetuando diversas práticas racistas em nossa sociedade. Além disso, ao reconhecer o grau de ética, comprometimento, respeito e a atuação democrática que a futura profissão requer, defendemos e reverenciamos a comunicação comunitária como importante frente na democratização da informação, ativismo pela aquisição de direitos, defesa da vida e valorização e proteção das comunidades periféricas e fazemos de sua excepcional atuação e comprometimento inspiração e justificativa pessoal para a construção deste trabalho, que tem o propósito responder a seguinte questão norteadora: **como o jornal comunitário Maré de Notícias atuou de forma contra-hegemônica para informar sobre o coronavírus durante a pandemia de Covid-19 por meio do Instagram?**

Para responder a esta pergunta, temos como objetivo geral compreender a comunicação feita pelo Maré de Notícias sobre o coronavírus por meio do Instagram entre 2020 e 2021, enfatizando as diversas potencialidades do trabalho realizado dentro e fora da rede social em uma perspectiva contemporânea para as mídias comunitárias periféricas. Como ponto de partida para esta análise, iremos primeiramente atender aos objetivos específicos, os quais são: a) refletir, a partir da bibliografia, acerca do histórico da imprensa negra no Brasil como base do jornalismo comunitário, levando em consideração os fatores que fazem dele necessário para a conquista da cidadania e participação sociopolítica das populações negras e periféricas na sociedade brasileira; b) entender os conceitos de cidadania, movimentação popular e a falta de estrutura nas periferias relacionando-os com alguns acontecimentos da pandemia de Covid-19 no Brasil; c) analisar o trabalho jornalístico do Maré de Notícias nas comunicações feitas no Instagram a partir de duas frentes: análise das ações realizadas no período, de acordo com entrevistas feitas aos jornalistas e representantes de entidades parceiras, e análise das publicações referentes à pandemia no contexto periférico divulgadas

---

<sup>23</sup> [Bolsonaro é porta-voz das fake news no país diz relatório final da CPI da pandemia](#) Acesso em 25/05/2024

<sup>24</sup> [Pesquisa revela que Bolsonaro executou uma estratégia institucional de propagação do vírus](#) Acesso em 25/05/2024

no perfil do Instagram do Maré de Notícias no período de 28 de maio de 2020 (data da primeira publicação referente a campanha “Maré diz não ao Coronavírus”) à 1 de agosto de 2021 (marco da vacinação na campanha “#VacinaMaré”) para entender como se deu a comunicação contra-hegemônica sobre a Covid-19 para os mais de 140 mil mareenses através da plataforma digital.

Para tanto, recorreremos a teóricos que nos ajudaram a compreender como surge a comunicação comunitária e qual é o seu papel na sociedade, de forma que a nossa discussão teórica no capítulo 2 se apoia em Valmir de Araújo (2019; 2021) e Muniz Sodré (1999) para fazer um resgate histórico da formação da imprensa negra brasileira, assim como Pablo Bastos (2021) e Rozinaldo Miani (2021) nos ajudam a entender como os jornais negros abriram caminho para a formação do jornalismo comunitário e quais são suas contribuições enquanto agente promotor de cidadania para a população negra e periférica brasileira, bem como Silvio Almeida (2018) elucida os conceitos de Racismo Estrutural e Racismo Institucional para nos ajudar a compreender as dinâmicas de protagonismo do tema racial na comunicação hegemônica e não-hegemônica, e Mauro Wolf (2008), Nelson Traquina (2005), Cicília Peruzzo (2003), Mara Rovida (2020), Zilda Martins (2018), Ada Silveira, Clarissa Schwartz e Isabel Guimarães (2016) trazem as diferentes denominações dos arranjos jornalísticos alternativos, as características da comunicação comunitária e a relação entre mídia e periferia no jornalismo comunitário e no jornalismo hegemônico. O capítulo está organizado com a seguinte estrutura: 2.1 apresentamos um breve histórico da imprensa negra brasileira e a sua atuação em diferentes períodos históricos; 2.2 abordamos a constituição do jornalismo comunitário frente ao hegemônico e o seu papel pela busca e proteção da cidadania das populações negras e periféricas; 2.3 contemplamos as diferentes denominações dos arranjos jornalísticos não hegemônicos, as características do jornalismo comunitário e hegemônico e sua relação com a mídia e periferia.

No capítulo 3, introduzimos o eixo temático da pesquisa com o resgate dos principais acontecimentos da pandemia pertinentes ao trabalho com um breve histórico da crise sanitária, trazendo dados relativos às populações negras e periféricas e as diversas violências que as atravessaram neste período, desde a falta de acesso a itens básicos até o completo descaso dos governantes e o genocídio deliberado dos corpos negros, para acentuar a importância de coberturas midiáticas que fazem a devida leitura racial dos acontecimentos, como é o caso do jornalismo comunitário feito pelo Maré de Notícias em um contexto que visa democratizar as informações através das redes sociais e que coloca o morador como protagonista dos acontecimentos. Neste capítulo nos apoiamos na teoria de Raquel Paiva e

Muniz Sodré (2019) e Andrea Medrado (2019) que nos ajudam a refletir sobre periferia e acesso à cidade, movimentação popular, marginalização urbana e o impacto das mídias comunitárias na infraestrutura comunicacional das comunidades periféricas; Achille Mbembe (2016) para compor a discussão sobre o genocídio das populações negras durante a pandemia e a falta de estrutura social nas periferias através do conceito de Necropolítica; Daniela Castilho e Esther Lemos (2021) para lembrar os acontecimentos negacionistas do governo Bolsonaro durante a pandemia de Covid-19; Mara Rovida (2021), Cícilia Peruzzo (2006), Jorge Sousa (2001) e Thais Cavalcante (2021) para discutir o papel do jornalismo comunitário durante a pandemia e trazer os conceitos do jornalismo comunitário impresso e sua transição para o digital; e por fim, Valmir Araújo (2019), João Canavilhas (2003), Manuel Castells (1999), Henry Jenkins (2009), Ramón Salaverría (2003) e Vivian Belochio (2010; 2016) para explorar o jornalismo em plataformas digitais e trazer os conceitos de comunicação em rede e convergência midiática que vão nos ajudar a compreender de que forma ocorrem os processos de comunicação em múltiplas plataformas digitais no contexto contemporâneo das mídias comunitárias periféricas. O capítulo está organizado de forma que o subcapítulo 3.1 aborda a periferia como um espaço de constante discriminação cultural e total negligência por parte do Estado, que se manifesta historicamente através do acesso restrito à cidadania e na discriminação midiática que atinge estes espaços; o 3.2 relembra a crise sanitária causada pela Covid-19 no Brasil e discute a necropolítica, o negacionismo, as *fake news* e as diversas violências cometidas pelo governo Bolsonaro em relação às populações negra e periférica; e o 3.3 discute o papel do jornalismo comunitário desempenhado pelo Maré de Notícias durante a pandemia e relaciona a sua atuação no impresso e no digital, atuando em rede e de forma colaborativa para informar sobre o Coronavírus.

No capítulo 4, apresentamos a metodologia desenvolvida na pesquisa. A perspectiva metodológica escolhida comporta princípios de uma metodologia participativa que envolveu ativamente os participantes na construção da pesquisa e se inspira na Análise de Conteúdo, que foi realizada em dois materiais diferentes. Em um primeiro momento, apoiadas em Antônio Carlos Gil (2008), são feitas entrevistas com jornalistas do Maré de Notícias que atuaram no período da pandemia e representantes de movimentos parceiros em ações, como campanhas de apoio à saúde ou de combate à desinformação, para entender como se estruturou o trabalho dos jornalistas neste período e as diferentes ações que o jornal desempenhou. Num segundo momento, apoiadas em Laurence Bardin (1977; 2011), analisamos um período de 15 meses de publicações acerca da temática do coronavírus dentro do contexto periférico, feitas no Instagram do Maré de Notícias, que nos ajudam a

compreender a linha editorial do jornal e o seu papel enquanto uma comunicação não-hegemônica na divulgação de informações de serviço, saúde e segurança pública em sua maioria. Desta forma, o capítulo se divide em: 4.1 resgata a cronologia da pesquisa de materiais a respeito das ações do jornal, o levantamento de fontes, contatos, entrevistas e todo o planejamento, cronogramas e os porquês das abordagens escolhidas, 4.2 aborda a definição do período de análise das publicações no Instagram, levantamento dos conteúdos, devida catalogação e arquivamento dos materiais, bem como as escolhas para o direcionamento da análise e seu enfoque e 4.3 apresenta o jornal Maré de Notícias em sua completude para explicar como surgiu, como se organiza, qual é seu perfil editorial, principais aspectos e por que se tornou objeto de estudo neste trabalho.

No capítulo 5, retomamos a pergunta problema da pesquisa para, através das duas abordagens analíticas descritas anteriormente, analisar o trabalho jornalístico desempenhado pelo Maré de Notícias durante a pandemia da Covid-19, fazendo um amplo levantamento sobre o que foi comunicado, de que forma e com quais objetivos. Nesta configuração, o capítulo se mostra da seguinte maneira: 5.1 apresenta, através de relatos dos entrevistados, a atuação do Maré de Notícias na pandemia, sua história e linha editorial, bem como as diversas ações e campanhas feitas com o objetivo de mitigar o vírus; 5.2 ilustra a cobertura da pandemia realizada através do Instagram por meio da análise de uma postagem por editoria que identifica as principais características dos assuntos abordados e seu enfoque.

No capítulo 6, finalizamos com as considerações acerca da pesquisa. Aqui retomamos os objetivos e a questão problema para demonstrar como esses objetivos foram atingidos a partir das principais reflexões sobre o histórico da imprensa não-hegemônica brasileira, a pandemia de Covid-19, algumas movimentações políticas e sociais que ocorreram no período e a força do jornalismo comunitário do Maré de Notícias, no território das 16 favelas do Complexo da Maré, que além de entregar informação de qualidade, também contribuiu com assistência básica nas comunidades. Neste momento final, também relembramos os principais conceitos do jornalismo comunitário e destacamos como ele esteve representado no modelo de trabalho dos jornalistas do Maré, nas diversas ações e campanhas realizadas pela equipe, nos relatos dos comunicadores e nas publicações analisadas no Instagram do jornal, além de ressaltar a importância da comunicação comunitária periférica realizada pelo Maré de Notícias durante o período dentro e fora do seu território de atuação.

## 2 RAÍZES DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA NO BRASIL

Neste capítulo realizamos um breve resgate histórico sobre o surgimento da imprensa negra no Brasil e sua importância para a conquista da cidadania e participação sociopolítica das populações negras no pós-abolição, acontecimento que entendemos como pilar para a constituição do jornalismo comunitário como conhecemos e, cujos princípios e responsabilidades, mantém ainda hoje muitas semelhanças. Também iremos refletir sobre os conceitos, expressões e diferentes denominações de comunicação comunitária, periférica, popular e independente enquanto mídias contra-hegemônicas em relação ao jornalismo hegemônico na disputa de narrativas do cenário midiático brasileiro. Para tanto, nos apoiamos em Valmir de Araújo (2019; 2021) e Muniz Sodré (1999), teóricos que discutem a formação da imprensa negra brasileira; Pablo Bastos (2021) e Rozinaldo Miani (2021) que nos ajudam a entender como os jornais negros abriram caminho para a formação do jornalismo comunitário e quais suas contribuições enquanto agente promotor de cidadania para uma população apontada como subalterna na sociedade; Cicília Peruzzo (2003), Mara Rovida (2020), Zilda Martins (2018), Ada Silveira, Clarissa Schwartz e Isabel Guimarães (2016), autoras que trabalham a identidade dos arranjos comunicacionais não-hegemônicos e que nos ajudam a entender suas diferentes denominações e características; Mauro Wolf (2008) e Nelson Traquina (2005) que trazem os conceitos norteadores do jornalismo hegemônico para relacionar e identificar características semelhantes nos dois modelos, assim como a sua relação na cena midiática contemporânea e Silvio Almeida (2018) para destrinchar os conceitos de racismo estrutural e institucional e como eles integram o discurso e a prática midiática hegemônica em temáticas raciais.

### 2.1 Imprensa negra brasileira: jornalismo em diáspora

A imprensa negra brasileira teve seus pilares formados durante o processo escravista que vigorou por 353 anos em nosso país e é a principal responsável pela abertura da discussão sobre a cidadania da população negra liberta. Neste período da história o negro não era concebido como cidadão, o que segundo a teoria liberal inglesa do século XVIII só era possível para aqueles que tivessem sua imagem diretamente relacionada a de um “indivíduo dotado de liberdade e responsável pelo exercício de seus direitos” (Vieira, 2000, p. 38 *apud* Araújo, 2021, p. 318), o que contrastava com a realidade da condição das populações negras no mesmo período da história em diversas partes do mundo, inclusive no Brasil.

O maior obstáculo para os negros na obtenção de espaço na sociedade brasileira do século XVIII se explica pelo processo tardio de abolição ocorrido no país, que foi o último no ocidente a abolir o trabalho escravo, postergando também a discussão sobre liberdade e direitos civis dos indivíduos libertos, que teve início somente no século XIX (Araújo, 2021). Durante este período de incerteza e abandono, a sociedade brasileira criou mecanismos para que ex-escravizados e seus descendentes não encontrassem oportunidades para uma inserção social digna e ofereceu-lhes como única alternativa a manutenção da escravidão, o que explica a condição de marginalização de um povo que após uma falsa abolição passou a ser aprisionado socialmente pela discriminação racial, falta de oportunidades e o completo descaso do Estado que não lhes garantiu as mínimas condições de desenvolvimento e proteção social.

A partir do exposto, apresentamos um breve histórico sobre a problemática dos direitos cidadãos do negro no Brasil, onde Araújo (2021) elabora que o estigma de inferioridade colocado sob os negros em diáspora e seus descendentes contribuiu para a demora do processo político de inserção social, mantendo ativa a estrutura racista e estabelecendo na sociedade brasileira vácuos de direitos políticos e sociais fundamentais para a garantia de sua cidadania até os dias atuais.

Com a superação da escravidão negra no final do século XIX em praticamente todo o mundo não ficou assegurado aos negros em sociedades que eram numericamente expressivos, como no Brasil, Estados Unidos e Inglaterra a participação efetiva no processo político e com isso permaneceu o estigma de inferioridade dos ex-escravizados e seus descendentes, livres, mas presos do ponto de vista racial. (Araújo, 2021, p. 322)

Enquanto em alguns países, como na Inglaterra e nos Estados Unidos, a liberdade era discutida como um ideal abolicionista durante o século XVIII e XIX, no Brasil, o enraizado sistema escravocrata impedia que este discurso tomasse força na sociedade. O abafamento desta discussão definitivamente contribuiu para a forte institucionalização da escravidão e, posteriormente à abolição, para o vazio de oportunidades e o atraso de garantias político-sociais, causando o desalento do negro liberto no Brasil. Uma vez livre, o povo preto encontrou-se preso a uma sociedade que normalizou o rechaço, a repulsa e o afugentamento estatal de sua existência, resultando em décadas de violências, marginalização, subserviência e apagamento cultural, entre tantas outras formas de desprezo pela sua liberdade. Por isso, ao colocar o negro sob uma perspectiva cidadã no Brasil, precisamos antes enxergar a sua existência como ato de resistência e jamais esquecer das atrocidades as quais foram submetidos há menos de 150 anos em uma realidade onde a liberdade significava a

continuação da luta por direitos entre aqueles que há pouco eram seus algozes e que até hoje empenham-se em criar mecanismos para invisibilizar a sua história. E é através do exercício de olhar para este passado perverso que buscamos entender a constituição da cidadania negra com a ótica de uma consciência sociorracial, que associa a articulação e o aquilombamento cultural, político e reivindicatório contra-hegemônico do povo preto por direitos na sociedade brasileira, a começar pelo direito de poder lutar pelos seus direitos através de mecanismos comunicacionais democráticos, como a mídia.

Foi a partir da articulação negra, ainda durante a realidade escravocrata institucionalizada na sociedade brasileira do século XIX, que nasceram, entre o contexto abolicionista e o pós-abolição, os primeiros periódicos da imprensa negra no país. De acordo com Araújo (2019), as primeiras publicações de veículos negros aconteceram antes do fim da escravidão, e foram os negros libertos na década de 1830, que criaram os primeiros pasquins<sup>25</sup> com o objetivo de expressar a sua opinião contrária às ideologias racistas que legitimavam a escravidão. Mesmo que alguns periódicos tradicionais importantes do período escravocrata tivessem abertura para que autores abolicionistas expusessem suas reivindicações por melhores condições trabalhistas no pós-abolição, eles também foram responsáveis por divulgar a venda de escravizados e auxiliar na normalização da prática escravista (Araújo, 2021). Assim, os materiais produzidos pelos recém-libertos, desde os pasquins até os periódicos desenvolvidos mais tarde, definiram a imprensa negra pela capacidade dos redatores em fazer deste principal meio de comunicação e protesto em defesa da dignidade e cidadania do povo negro na luta abolicionista, longe das escolhas editoriais racistas do jornalismo tradicional da época.

Os jornais negros eram direcionados para um público segmentado e tinham como principal finalidade a reivindicação de direitos, além de tratar de assuntos relacionados à vida social da população negra em geral, que ao longo dos anos, passou a se preocupar também em denunciar as restrições sociais que os atingiam, fazendo destas múltiplas manifestações, parte do processo de autoconhecimento e construção de identidade da imprensa negra (Araújo, 2021). Assim, a organização coletiva negra atuou persistentemente no combate à discriminação e em busca de maiores chances de ascensão social e econômica para os recém-libertos. Apesar da multiplicidade de iniciativas da imprensa negra pós-abolição, que acontecia com força na capital paulista, carioca e em diversas outras cidades do Brasil, os jornais negros tiveram curta atuação por conta da precariedade das condições de produção na

---

<sup>25</sup> Pasquim são escritos anônimos em formato de folhetos fixados em locais públicos com expressões satíricas em tom difamatório contra os governantes em forma de gravuras e/ou poemas.

maioria das publicações, deixando um legado relativamente curto, mas essencial na participação negra pela busca por direitos e para o jornalismo comunitário na atualidade.

Exemplares como “O Homem de Côr (1833)”<sup>26</sup> (Figura 1), primeiro periódico negro do país que fora editado pelo jornalista e tipógrafo Francisco de Paula Brito e que marcou, em 14 de setembro de 1833, os 190 anos da imprensa negra no Brasil, data que remonta a sua primeira publicação em 1833, entre diversos outros periódicos como “O Progresso: Órgão dos Homens de Cor (1899)”, “O Clarim d’Alvorada” (1924-1932), “A Voz da Raça” (1933-1937) e “Novo Horizonte” (1946-1961), são hoje disponibilizados digitalmente pelo Portal da Imprensa Negra Paulista da Universidade de São Paulo (USP)<sup>27</sup> e pela Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional<sup>28</sup> e guardam a memória das reivindicações sociais e raciais dos periódicos.

Figura 1 — Capa da 1ª edição de “O Homem de Côr”



Fonte: Acervo Digital da Biblioteca Nacional

<sup>26</sup> [Acervo digital da Biblioteca Nacional](#) Acesso em 30/10/2023

<sup>27</sup> [Imprensa Negra Paulista - USP](#) Acesso em 30/10/2023

<sup>28</sup> [Hemeroteca digital](#) Acesso em 30/10/2023

Os pilares da imprensa negra brasileira representam a potente atuação da organização coletiva pela reivindicação de direitos frente à realidade enfrentada pelos recém-libertos e desempenhou um papel essencial na articulação da luta e memória negra ao longo dos anos, contribuindo para a ampliação do acesso à cidadania e à informação.

A relevância da comunicação na busca pelos direitos de cidadania se apresenta de forma mais visível se refletirmos sobre o papel da mobilização social. A discussão e concessão dos direitos nas sociedades passa, necessariamente, por um ambiente de reivindicações, cobranças e embates, no qual a mobilização se apresenta como fundamental. Desse modo, é razoável discutirmos o acesso à comunicação enquanto um direito, ou seja, como o direito à comunicação. (Araújo, 2021, p. 331-332)

Além de repudiar o racismo, os jornais negros pós-abolição atuaram no combate a concepções criadas sobre a escravidão e o comportamento da população negra, afirmaram socialmente os negros enquanto sujeitos demandando por espaços dignos na sociedade, preocuparam-se com o combate ao analfabetismo da população negra e enfrentaram a necessidade de propor políticas públicas abrangentes para a garantia da cidadania do povo negro. E neste aspecto, Araújo (2021) remonta que a partir da Constituição de 1934, durante o início da Era Vargas<sup>29</sup> na política brasileira, começam a ser implementados o que seriam os direitos sociais, econômicos e culturais do povo brasileiro no que se refere a políticas de justiça, trabalho, saúde, educação, entre outros, de modo que a sociedade passa a cobrar uma ação mais ativa e concreta do Estado em prol de suas garantias sociais.

No que diz respeito à situação do negro, “[...] o Brasil não apenas ignorou esses direitos sociais à população negra, como também agiu contra essa conquista, uma vez que trabalhou pela disseminação do mito da democracia racial<sup>30</sup>” (Araújo, 2021, p. 329), além de suprimir organizações políticas e sociais que atuavam pela participação dos negros na sociedade. Este foi o caso da Frente Negra Brasileira (FNB)<sup>31</sup>, uma das primeiras organizações que — mesmo polêmica por guiar-se através de ideais autoritários e nacionalistas —, discutia a igualdade de direitos e a participação dos negros na sociedade no pós-abolição, atuando entre 1931 e 1937 e não resistindo aos decretos de ilegalidade política assinados por Getúlio Vargas, sendo obrigada a encerrar suas atividades. Sodré (1999) definiu

---

<sup>29</sup> [Era Vargas \(1930 - 1945\)](#) Acesso em 30/10/2023

<sup>30</sup> O conceito de Democracia Racial, amplamente difundido pelo sociólogo Gilberto Freyre, é utilizado para descrever a igualdade entre as relações raciais no Brasil com a alegação de que o processo de miscigenação, em certa medida, faz com que os indivíduos deixem de ser divididos por raça e, com isso, nega a existência do racismo na sociedade. Neste trabalho, porém, entendemos a Democracia Racial como um mito bastante problemático para as discussões raciais, visto que ao assumir a ausência de preconceito racial o Estado deixa de cumprir com as poucas leis de combate à discriminação racial, entendendo que tais esforços passam a ser desnecessários.

<sup>31</sup> [Frente Negra Brasileira – Fundação Cultural Palmares](#) Acesso em 30/10/2023

o movimento como um ato político onde, socialmente excluído, o indivíduo negro aspirava pela igualdade econômica e política acompanhada do respeito racial, mas que nem mesmo atuando dentro dos “princípios da ordem” reverenciados por aquele governo, obteve sucesso, o que corrobora para o processo contínuo de descaracterização e desclassificação das reivindicações do negro na sociedade brasileira.

Ainda dentro deste contexto racial e civilizatório que tentou invalidar décadas de resistência negra, anos mais tarde, com o Estado Novo de Vargas, o movimento midiático negro passa também por ataques e perseguições, tendo dificuldades em se manter a partir de 1937. Já no período da Ditadura Militar, entre 1964 e 1985, o jornalismo negro e as questões raciais como um todo sofreram impactos múltiplos, que refletiram no sufocamento do debate sobre o preconceito, discriminação e desigualdade racial no Brasil, limitando novamente as possibilidades de se alcançar a plena cidadania do negro no país.

No entanto, foi em um Brasil que se via sufocando em um regime ditatorial de mais de 20 anos e em que grande parte dos movimentos sociais estavam se reorganizando pela retomada dos avanços sociais, que nasceu, em 7 de julho de 1978, em ato histórico após uma série de episódios racistas na cidade de São Paulo<sup>32</sup>, o Movimento Negro Unificado (MNU). Dez anos depois, em um contexto político muito mais potente, o MNU discutia a necessidade de escrever uma nova carta constitucional que considerasse as demandas sociais que afetavam a população negra, de forma que somente com a Constituição de 1988, cem anos após a abolição da escravatura neste país, a prática de racismo foi considerada crime inafiançável e imprescritível<sup>33</sup>, fazendo deste um marco considerável na luta por cidadania e aquisição de direitos sociais do povo negro.

Juntamente com este movimento de retomada democrática, a negritude, não se vendo devidamente retratada na sociedade e em seus arcabouços representativos, como os veículos de comunicação tradicionais, a mídia, que ao discutir a temática racial o faz sob a “voz do invasor” (Araújo, 2019), faz reerguer-se com mais intensidade o jornalismo negro. Com isso, surgem a partir da década de 1980, pequenos jornais que buscam subverter a representação do negro na mídia tradicional através das linhas ideológicas do Movimento Negro Unificado. Neste momento, os jornais negros tinham o objetivo de derrubar o mito da democracia racial e trabalhar as mobilizações sociais sob estratégias antirracistas para a conquista de direitos dos negros na sociedade brasileira através da comunicação.

---

<sup>32</sup> [Movimento Negro Unificado \(MNU\) - História e legado | Politize!](#) Acesso em 30/10/2023

<sup>33</sup> [Constituição de 1988 - Inciso XLII do artigo 5º](#) Acesso em 30/10/2023

A partir disso, cria-se espaço por meio dessas mídias para denúncias de preconceito racial, informações históricas sobre personalidades abolicionistas, afirmações de identidade negra, além de ações em torno do estudo da cultura negra e suas ramificações em outros setores da sociedade, principalmente nas universidades, impulsionadas por este movimento democrático (Sodré, 1999). Araújo (2019) compreende a imprensa negra como

[...] especializados na temática racial, na luta contra o racismo e comprometidos com a construção de narrativas negras sobre os diversos assuntos (economia, política, esportes, cultura, dentre outros). A imprensa negra tende a se diferenciar da tradicional não apenas por produzir mais conteúdos (proporcionalmente) sobre a questão racial, mas por destacar o protagonismo negro nas diversas questões vivenciadas pela sociedade. (Araújo, 2019, p. 213)

A imprensa negra, portanto, passa a ser entendida a partir deste momento como “ampla, plural e com uma produção de conteúdo jornalístico em que o negro é apresentado como protagonista dos acontecimentos e discussões em temáticas raciais e não raciais” (Araújo, 2021, p. 316), além de servir como uma ferramenta vital na conquista da cidadania negra como um todo pois passa a ser vista também como uma forma de legitimação e consolidação social do negro na sociedade brasileira através da modificação das estruturas sociais comunicacionais.

## **2.2 A comunicação como direito em defesa da cidadania**

A comunicação nos movimentos sociais historicamente se constitui em participação ativa servindo, inclusive, como canal de comunicação para a mobilização popular, como vimos acontecer nos primórdios do jornalismo negro e posteriormente nas iniciativas ligadas ao Movimento Negro Unificado. No entanto, do ponto de vista de uma comunicação hegemônica, ela também está condicionada aos interesses dos veículos, que geralmente não estão aliados aos dos grupos subalternos como a negritude, e que por conta disso acabam desempenhando forte posição no abafamento dos debates raciais, sociais e periféricos.

Ao lançarmos um comparativo entre mídia comunitária e hegemônica percebemos que enquanto na primeira se defende uma discussão racial e social em que as histórias dos leitores são protagonistas na narrativa midiática, a mídia hegemônica por sua vez, ainda que sem a intenção, pratica o racismo estrutural, processo histórico e político que “[...] cria as condições sociais para que, direta ou indiretamente, grupos racialmente identificados sejam discriminados de forma sistemática” (Almeida, 2018, p. 39) e trabalha o fortalecimento da imagem hostil e marginalizada da população negra e periférica em suas narrativas. Isso ocorre

por conta do olhar estrutural que a sociedade reproduz automaticamente dado seu histórico de discriminação racial como parte da estrutura das relações políticas, econômicas, jurídicas e até familiares. Para Almeida (2018),

[...] ainda que os indivíduos que cometem atos racistas sejam responsabilizados, o olhar estrutural sobre as relações raciais nos leva a concluir que a responsabilização jurídica não é suficiente para que a sociedade deixe de ser uma máquina produtora de desigualdade racial. (Almeida, 2018, p. 39)

Por entender que o racismo, quando colocado no contexto da comunicação, também é estrutural, e os comportamentos racistas individuais e coletivos são puramente derivados de uma sociedade cuja sua prática não é uma exceção, já que é parte do processo social que ocorre na formação de identidade do povo brasileiro (Almeida, 2018). A mídia hegemônica vai sempre ocupar um espaço de avanço para a cidadania daqueles que são o foco da sua audiência, que tem maior poder de compra e maior influência nas esferas sociais, ou seja, a parcela branca da população. Esta condição também é identificada por Almeida (2018) como Racismo Institucional, que é o resultado do mau funcionamento das instituições, que atuam a partir de uma dinâmica que confere vantagens e desvantagens a partir da raça, de forma que as regras institucionais das quais os indivíduos tornam-se sujeitos seja previamente estabelecida pela estrutura social vigente.

Isso faz que o jornalismo hegemônico ou tradicional se mantenha alheio às pautas da negritude por causa da falta de representatividade de jornalistas negros nestes espaços e de uma reprodução sistêmica do racismo que lhe convém em uma perspectiva de política institucional e econômica, principalmente, cujo foco de interesse não são as pautas periféricas e sociais e/ou raciais. Por isso, Almeida (2018) destaca que

[...] a desigualdade racial é uma característica da sociedade não apenas por causa da ação isolada de grupos ou de indivíduos racistas, mas fundamentalmente porque as instituições são hegemônicas por determinados grupos raciais que utilizam mecanismos institucionais para impor seus interesses políticos e econômicos. (Almeida, 2018, p. 30)

De acordo com o autor, a concepção institucional do racismo é um elemento central da relação racial e o seu efeito é de dominação, de modo que os grupos que dominam a organização política e econômica da sociedade detém o poder. Quanto aos meios de comunicação de massa, Wolf (2008) destaca que a influência deriva mais das características do sistema em que está inserido do que das informações que difunde. Desta forma, na interação entre emissor e receptor deste sistema, quem detém o poder é a mídia hegemônica, visto que faz a manutenção de seus interesses institucionais ao mesmo tempo em que colabora

para impor determinados padrões a um público que acaba se tornando seu “domínio natural” (Almeida, 2018).

Ao passo que, no caso do racismo institucional, o domínio se dá por meio do estabelecimento de parâmetros discriminatórios baseados na raça para manter a hegemonia racial do grupo dominante (Almeida, 2018), isso faz com que a cultura, a aparência e as práticas de poder de um determinado grupo tornem-se um horizonte almejado pela sociedade, enquanto as expressões dos grupos discriminados sejam colocados como padrões a serem evitados. Portanto, na prática, o racismo institucional trata-se de um projeto político e de condições socioeconômicas propícias para que se mantenha a hegemonia da parcela dominante. E mesmo que a estruturação do racismo se reproduza nas organizações políticas, econômicas e jurídicas da sociedade, isso não o faz incontornável ou passível. A partir disso, uma das vias que pode ser tomada na direção de uma sociedade antirracista e que tenha lideranças contra-hegemônicas na formação de debates políticos e sociais é refletir a respeito das lutas por cidadania e como elas ocupam espaços de reivindicação na comunicação comunitária.

Miani (2021) debate o conceito sócio-histórico de cidadania na antiguidade, que era excludente e de ordem política, e elabora que na Grécia e Roma antiga a cidadania conferia um status social ao cidadão que participava da pólis, sendo este um privilégio bastante cobiçado. O conceito de cidadania na antiguidade difere do fenômeno presente na modernidade ligado ao capitalismo e marcado pela correlação de forças sociais, lutas de classes e processos de disputa de hegemonia que fazem com que “[...] nesse sentido, a dinâmica envolvendo lutas e/ou conquistas em torno dos direitos civis, políticos e sociais tem se apresentado como determinante para compor os múltiplos conceitos de cidadania” (Miani, 2021, p. 205). A cidadania no sistema capitalista, portanto, cumpre os interesses dos setores hegemônicos no que compete às forças políticas e sociais, devendo ser operada no sentido de construir alternativas contra-hegemônicas para a produção de um espaço democrático na sociedade e não para a manutenção das desigualdades e exclusões sociais. De acordo com o autor,

[...] existe uma multiplicidade de formulações conceituais expressas por meio da palavra “cidadania”; apesar disso, o capital simbólico associado à cidadania remete ao conjunto de processos e práticas referentes às lutas e/ou conquistas em torno dos direitos civis, políticos e sociais. Portanto, o sentido hegemônico de cidadania está associado ao conjunto de direitos e deveres dos indivíduos no âmbito de uma sociedade específica. (Miani, 2021, p. 209)

A partir disso, as lutas por cidadania no Brasil são caracterizadas por Miani (2021) como a defesa pela aplicação do que já está estabelecido por lei e a requisição dos interesses próprios de um determinado grupo que quer ver seus interesses oficializados dentro da estrutura jurídico-política da sociedade. Sendo assim, dentro da realidade brasileira, onde há uma política reacionária marcada pelo conservadorismo, é preciso considerar que “[...] as conquistas obtidas a partir das lutas por cidadania sempre vão representar um avanço significativo no contexto da luta de classes” (Miani, 2021, p. 210).

Neste sentido, ao refletir sobre as necessidades sociais das populações periféricas no Brasil, a comunicação se constitui como um importante agente enquanto ferramenta de expressão reivindicatória, ajudando a dar visibilidade e ampliar direitos em apoio à participação popular. Desta forma, a potencialidade da cidadania como força contra-hegemônica é reconhecida, por Miani (2021), como um fenômeno social e político que se manifesta às lutas das classes subalternas e se constitui como um pressuposto político-ideológico na comunicação popular, expressando-se como um movimento combativo em defesa de seus direitos e interesses.

Sendo assim, quando pensamos numa comunicação aliada à cidadania e aos processos civilizatórios da sociedade, o conceito de hegemonia popular na comunicação demonstra que esta é uma construção que tem um projeto político de emancipação popular que envolve a perspectiva de direitos civis, sociais e políticos. Bastos (2021) elabora que a comunicação popular é constituída pelo conceito de cidadania porque é agente da transformação social que acontece através da conquista de direitos sociais, e que por isso também pode ser identificada como participativa em um sentido amplo, além de ser essencial no processo de estabelecer ambientes democráticos na sociedade por meio das reivindicações sociais, validando a conexão entre cidadania, hegemonia popular e a comunicação social, o jornalismo. Para o autor,

[...] os direitos humanos e o exercício da cidadania só podem ser viabilizados em ambientes sociais nos quais os agentes são reconhecidos como cidadãos, em que se tenham condições para o debate, a demanda e criação de novos direitos. Dessa maneira, esse campo de relações políticas e sociais com debates e disputas por legitimação, reconhecimento e reivindicação, que são condições de exercício de cidadania a partir de qualquer definição, vinculam a cidadania ao campo comunicacional. (Bastos, 2021, p. 230)

Nesta linha, a comunicação não atua longe das determinações sociais que formam os processos comunicativos, porque, de acordo com Bastos (2021), o que determina se a comunicação se destina a ampliar a cidadania ou atuar contra a hegemonia não é o conteúdo

da comunicação, mas as relações de força, as lutas culturais, políticas e de classe que motivam os processos comunicativos.

### **2.3 Arranjos alternativos e as mídias comunitárias periféricas**

De acordo com Rovida (2006), os estudos mais recentes no campo da comunicação observam um fenômeno efervescente identificado como uma nova onda de produção jornalística fora do circuito mainstream no Brasil que engloba a comunicação alternativa, popular, comunitária, participativa, independente e periférica, entre outras. O sentido político destes termos é o mesmo, uma forma de expressão de segmentos excluídos da população em processo de mobilização, que visa atingir interesses e suprir necessidades de sobrevivência e de participação política (Peruzzo, 2006). Neste trabalho, no entanto, consideramos importante explorar algumas diferenças conceituais entre estas manifestações jornalísticas que Rovida (2006) chama de “arranjos alternativos”, para compreender sua relação com o jornalismo hegemônico. Por isso, partimos do conceito de comunicação alternativa, que abrange o arranjo no qual a comunicação comunitária periférica, foco desta pesquisa, está inserida.

A comunicação alternativa, de acordo com Peruzzo (2006), surge entre os anos 1960 e 1980 para designar a comunicação popular e para caracterizar o tipo de imprensa não alinhada à mídia tradicional, que estava sob a censura do regime militar no Brasil. A imprensa alternativa nasce em um momento quando a maioria dos jornais se alinhavam à visão oficial do governo, por opção político-ideológica, ou sob força da censura. São exemplos de imprensa alternativa que surgiu na época:

[...] o PIF-PAF, lançado em 1964; Pasquim (1969); Posição (1969); Opinião (1972); Movimento (1975); Coojornal (1975); Versus (1974); De Fato (1975); Extra (1984), entre outros. Eram jornais dirigidos e elaborados por jornalistas de esquerda, alguns ligados à pequena burguesia, que, cansados do autoritarismo, aspiravam um novo projeto social e preocupavam-se em informar a população sobre temas de interesse nacional numa abordagem crítica. (Peruzzo, 2006, p. 7)

Segundo Peruzzo (2006), os jornais que se apresentavam como alternativos traziam os mesmos temas da imprensa e circulavam no mesmo circuito, sendo vendidos em bancas ou por assinaturas. O que os caracterizava como alternativos, no entanto, era o fato de representarem uma opção enquanto fonte de informação que trazia conteúdos com uma abordagem mais incisiva sobre o regime. A mídia alternativa não parou de ser produzida com o fim da ditadura militar, visto que após o período se estabeleceu como via de informação contra-hegemônica e tem grande visibilidade e credibilidade até hoje, de acordo com o seu

nicho de atuação, como é o caso dos jornais alternativos digitais Mídia Ninja<sup>34</sup>, Nexo<sup>35</sup>, Jornalistas Livres<sup>36</sup>, Catraca Livre<sup>37</sup> e Alma Preta Jornalismo<sup>38</sup>, por exemplo.

Já a comunicação popular é uma forma alternativa de comunicação, que de acordo com Peruzzo (2006), tem origem nos movimentos populares dos anos 1970 e 1990 no Brasil e na América Latina como um todo. A comunicação popular surge da necessidade de democratizar as informações para aqueles discriminados midiaticamente, como forma de promover e ampliar o debate sobre as relações entre comunicação, educação e sociedade. Este tipo de comunicação caracteriza-se como um processo feito pelo povo e para o povo que emerge da ação de grupos populares com caráter mobilizador coletivo, visando sempre a mudança de estruturas opressivas através da comunicação, sobretudo, para servir à comunidade.

Em síntese, a comunicação popular se caracteriza como expressão das lutas populares por melhores condições de vida que ocorrem a partir dos movimentos populares e representam um espaço para participação democrática do “povo”. [...] É um instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa. (Peruzzo, 2006, p. 4)

A pressão social provocou um grande avanço na democratização dos meios de comunicação e desde o início da comunicação popular no Brasil até os dias atuais, pode ser identificado um número expressivo na presença de entidades de comunicação popular, oportunizando espaços democráticos para a manifestação dos direitos sociais dos grupos invisibilizados (Peruzzo, 2006). Além disso, a presença deste tipo de comunicação em setores populares da mídia convencional abriu mais espaço para assuntos como a programação local e regional, favorecendo a abordagem de temas ligados ao desenvolvimento social e à cultura local. Com presença ampliada, o caráter mais combativo da comunicação popular foi cedendo espaço para pautas mais plurais como forma de promover a educação informal, a cultura e o entretenimento com mais habilidade, sem que as reivindicações tenham desaparecido ou perdido força, como é o caso de produtos como o Canal Futura<sup>39</sup> (Peruzzo, 2006).

A comunicação comunitária, ainda que na prática incorpore conceitos e reproduza alguns processos da comunicação popular, e até mesmo da mídia tradicional quando se trata

---

<sup>34</sup> [Site Mídia Ninja](#). Acesso em 10/08/2024

<sup>35</sup> [Site Nexo Jornal](#). Acesso em 10/08/2024

<sup>36</sup> [Site Jornalistas Livres](#). Acesso em 10/08/2024

<sup>37</sup> [Site Catraca Livre](#). Acesso em 10/08/2024

<sup>38</sup> [Site Alma Preta Jornalismo](#). Acesso em 10/08/2024

<sup>39</sup> O [Canal Futura](#) é uma realização da Fundação Roberto Marinho que atua desde 1997 a partir de um modelo de produção audiovisual educativa, participativa e inclusiva que tem o compromisso de investir socialmente. Acesso em 10/08/2024

de técnicas do fazer jornalístico, carrega diferenças essenciais na forma como se entende como comunidade, tendo como principais características o “sentimento de pertença; participação; interação; objetivos comuns; interesses coletivos acima dos individuais; identidades; cooperação; confiança; e cultura comum” (Peruzzo, 2003, p. 6).

Porém, mesmo que estes elementos representem os pilares da comunicação comunitária, não necessariamente todos eles vão aparecer com a mesma intensidade em todas as comunidades, de forma que o laço que se cria entre a comunicação e a comunidade são os itens em comum em torno do coletivo para que a comunicação se dê mediante uma interação baseada na proximidade, não somente de lugar, mas também de interesses e identidades. Da mesma forma, ao tratar de um coletivo onde a participação cidadã é protagonista, Peruzzo (2006) reconhece que existe um processo bastante dinâmico na configuração das comunidades que se constituem através da mobilização popular. Conforme a autora,

[...] são movimentos relacionados a questões étnicas e de gênero, associações, grupos de ajuda mútua, redes de movimentos sociais, cooperativas, movimentos ambientalistas, movimentos contra a violência etc., acrescidos de aliados, como ONGs, segmentos progressistas de igrejas e outras organizações do terceiro setor. No conjunto, a finalidade é juntar esforços visando a ampliação dos direitos de cidadania dos excluídos e o estabelecimento da justiça social. (Peruzzo, 2006, p. 14-15)

Mas apesar deste movimento múltiplo, as comunidades dentro do contexto comunicacional continuam fortemente caracterizadas pelo relacionamento baseado na “coesão, convergência de objetivos e de visão de mundo, interação, sentimento de pertença, participação ativa, compartilhamento de identidades culturais, co-responsabilidade e caráter cooperativo” (Peruzzo, 2006, p. 14), de forma que as principais características que constituem as mídias comunitárias são:

- a) Ter como objetivo divulgar assuntos específicos das comunidades, de movimentos coletivos e de segmentos populacionais ou do interesse público, que normalmente não encontram espaço na mídia convencional.
- b) Usar como estratégia a participação direta das pessoas do próprio lugar na programação e em geral também na gestão do veículo de comunicação. O receptor pode se tornar emissor e vice-versa.
- c) Quem produz (cria, fala, redige, edita, transmite etc) as mensagens não é necessariamente um especialista, o profissional de comunicação, mas o cidadão comum.
- d) Ter como força motriz a meta de contribuir para o desenvolvimento comunitário como forma de ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania.
- e) Não ter finalidades lucrativas. É auto financiada, ou recebe doações, além de trabalhar apenas com apoio cultural e não com anúncios publicitários. Há um entendimento de que caso haja excedentes econômicos, esses não devam ser apropriados privadamente, mas revertidos para a sustentabilidade e investimentos do próprio meio de comunicação.
- f) Os conteúdos dizem respeito às necessidades, problemáticas, artes, cultura

e outros temas de interesse local, como por exemplo: notícias sobre as atividades de grupos populares organizados, esclarecimentos visando afastar crianças do tráfico de drogas, campanhas contra a discriminação da mulher e das raças, dicas de saúde, informações sobre prevenção de doenças, reivindicações de serviços públicos de uso coletivo e outras informações de utilidade pública.

g) Nas experiências mais avançadas desenvolve-se gestão do tipo coletiva.

h) A propriedade pode ser coletiva, individual ou institucional, mas colocada a serviço da comunidade.

i) Buscar autonomia em relação ao governo e outros grupos de interesse.

j) Ser dirigida a segmentos específicos da população.

k) Ter alcance limitado em termos de cobertura, audiência, número de leitores, etc. Porém, há exceções dependendo do potencial técnico de transmissão. (Peruzzo, 2003, p. 8-9)

Ao passo que a comunicação comunitária possui compromisso com um processo comunicacional de reivindicação de direitos e produção de sentido que condizem com a realidade cotidiana de uma população específica, e este processo de comunicação cidadã envolve as suas interações sociais cotidianas, aprofundaremos o conceito sócio-histórico das mídias comunitárias através da retomada histórica feita no início do capítulo, porém em um contexto periférico. Partimos do momento em que a população negra brasileira é invisibilizada, tirada de contexto e colocada em posição de fracasso dentro das narrativas midiáticas tradicionais em um recorte histórico de pós-abolição em que seus direitos foram negados, dado que

[...] a liberdade do afrobrasileiro foi resumida à um evento, aquele realizado no passado, portanto histórico, e se encerrou com o cumprimento do objetivo da Campanha Abolicionista, de pôr fim a um sistema de governo atravessado por um modelo arcaico, em desacordo com os ideias liberais do capitalismo emergente. (Martins, 2018, p. 16)

Assim, quando esta população se estabelece às margens das cidades e inicia um processo de periferização forçada pelo Estado, passa a buscar alternativas de emancipação cidadã e reivindicação de direitos através da mídia em um formato alternativo. Araújo (2019) aproxima essa dinâmica da comunicação comunitária e periférica dos dias atuais. Contudo, dado o esvaziamento simbólico que o negro é acometido desde o século XIX (Martins, 2018), não seria diferente com as mídias comunitárias periféricas, que, ao se posicionarem ativamente na luta por direitos, espaço e visibilidade em suas narrativas cotidianas, começam a ser exploradas pela mídia tradicional a partir de um viés econômico. Esse viés é o pilar histórico do jornalismo tradicional, visto que a expansão da imprensa se deu com a sua comercialização no século XIX, quando a notícia passou a ser mercadoria (Traquina, 2005).

Silveira, Schwartz e Guimarães (2016) ressaltam que governos populistas brasileiros como o de Fernando Henrique Cardoso e de Luiz Inácio Lula da Silva, ao propiciarem o

surgimento da classe C através de políticas sociais de redução de pobreza, possibilitaram maior poder de compra para as populações periféricas, de forma que a mídia tradicional passou a ver nesse público uma grande oportunidade mercadológica e começou a incorporar pautas populares em suas rotinas jornalísticas locais. Ponto que Peruzzo (2003) vê como uma confusão conceitual e de discurso quando essas pautas são incorporadas pela mídia tradicional. Quando a mídia tradicional designa algumas de suas produções como comunitárias, elas acabam não contemplando as mesmas características deste tipo de comunicação, como “[...] não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania” (Peruzzo, 2006, p. 9-10).

A mídia local também não atende ao conceito de comunidade como a comunicação comunitária, de forma que não basta a proximidade geográfica ou pertencer à mesma etnia para definir comunidade e por isso não é consenso que produtos hegemônicos se autodenominem comunitários somente por trazer conteúdos de interesse ou ligados à comunidade, pois

[...] não basta um programa de televisão ou um meio de comunicação se auto-denominar comunitário, assim como não basta estar situado numa pequena localidade e saber falar para o “povo” ou “das coisas do povo” para caracterizar-se como comunitário, pelo menos no sentido profundo da palavra. (Peruzzo, 2006, p. 14)

Além disso, diferente das mídias comunitárias, a mídia local tende a reproduzir a lógica dos grandes meios de comunicação se ocupando de assuntos mais gerais, como “das vias públicas, tragédias, violência urbana, tráfico de drogas, política local, serviços públicos, problemas da cidade, culinária regional, etc” (Peruzzo, 2003, p. 2). A partir disso, em uma aproximação com as pautas que a mídia local levanta como populares ou comunitárias, são três as principais dificuldades na diferenciação entre os tipos de mídia:

[...] a impossibilidade de delimitar os “objetos” comunitário e local em fronteiras claramente demarcadas; a impossibilidade de separar as práticas comunicativas, seus conteúdos e simbologias por tipo de meio de comunicação; e a apropriação e uso do termo comunitário, para denominar programas ou emissoras, de forma indiscriminada por diferentes tipos de mídia. (Peruzzo, 2003, p.3)

Entendendo que a comunicação comunitária trata-se, essencialmente, do direito do cidadão à comunicação enquanto receptor, mas principalmente, enquanto emissor e difusor de conteúdos, visto que é na participação ativa que acontece o exercício da cidadania na prática (Peruzzo, 2006), quando a mídia hegemônica incorpora o conceito de comunicação

comunitária em suas pautas, absorvendo seu significado. E mesmo que compartilhem algumas dimensões como proximidade, entendida como sentido de pertencimento, dos vínculos que existem entre as pessoas que compartilham o cotidiano e interesses; singularidade, que trabalha aspectos específicos da história, valores, costumes, língua, problemas de cada espaço; diversidade, que reforça as múltiplas diferenças e a força das pequenas unidades; e familiaridade, cujos elos se constituem das identidades construídas historicamente (Peruzzo, 2003), há outra questão fundamental que diz respeito a distinção entre mídia local e comunitária: o uso indiscriminado do termo comunitário.

A autora explica que muitos meios de comunicação se auto denominam comunitários como forma de fazer parte da imagem de “ligado à comunidade” ou de estar prestando “serviços de interesse da comunidade” para obter credibilidade local e apoio da audiência, mas que na prática não pode ser definido como comunitário dada suas diferenças conceituais, e ainda cria desvios nos modos de articulação e mobilização comunitária ao invés de contribuir para o desenvolvimento das comunidades.

Ao procurar entender de que forma são desenvolvidos os conteúdos jornalísticos nas mídias comunitárias e periféricas, Peruzzo (2003) nos diz que seu foco de interesse são pautas específicas do seu segmento social, como por exemplo, “assuntos dos bairros, do trabalho, dos movimentos sociais, questões de violência, esclarecimentos quanto aos perigos relacionados às drogas e outras problemáticas de segmentos sociais excluídos” (Peruzzo, 2003, p. 2), revelando um grande interesse pelo cuidado à comunidade e mobilização social por causas internas.

No que se refere ao trabalho jornalístico produzido nas mídias comunitárias periféricas, Rovida (2020) observa o comportamento e os valores compartilhados entre os jornalistas periféricos da região metropolitana de São Paulo em uma pesquisa de campo entre 2018 e 2019 e aponta um perfil de profissionais entre 20 e 30 anos, graduados em Jornalismo, moradores de bairros distantes do centro e que atuam em diferentes frentes de trabalho de maneira engajada, cujo aspecto norteador é o direito à informação. De acordo com a autora, o jornalismo que é produzido nesses espaços, apresenta política editorial adotada dentro do enquadramento do território onde são utilizados posicionamentos preferenciais na cobertura, de modo a dar destaque para a perspectiva periférica diversa que contempla um escopo que evidencia questões raciais e de classe, mas sem reproduzir a visão periférica da grande mídia, que na maioria das vezes vai na controversa da realidade da periferia. Para Rovida (2020, p. 10), “é uma comunicação comunitária, mas não somente; é radical em alguns aspectos; é engajado e representa uma militância pela comunicação; mas é, acima de tudo, jornalismo”.

A autora observa ainda que faz parte do jornalismo periférico o formato coletivo de trabalho, onde há uma gestão horizontal, sem hierarquias rígidas, apesar da distribuição de tarefas, e problemáticas como o financiamento dos jornais e a manutenção das atividades dos jornalistas, que muitas vezes, precisam atuar em outros espaços para complementação de renda, o que significa que precisam se dividir em diferentes trabalhos para manter a atuação engajada.

Além disso, quando Silveira, Schwartz e Guimarães (2016) pensam a noticiabilidade jornalística e a relação social do centro com a periferia nas cidades, reconhecem o comunicador como elemento essencial na narrativa dada a sua relação direta com os temas da periferia para a forma como serão conduzidas as matérias. Da mesma forma, Traquina (2005) destaca, a partir da Teoria Interacionista<sup>40</sup>, que os jornalistas não são simples observadores passivos, mas participantes ativos na construção da realidade, de forma que as notícias devem ser vistas como o resultado de um processo de interação social feita por estes profissionais.

No jornalismo comunitário, apesar desta dinâmica se dar a partir de outra premissa e com uma distribuição local de informações, estes aspectos podem ser identificados de maneira mais íntima por causa da participação social plena da comunidade (que abrange os jornalistas) como receptores, mas principalmente, como enunciadores das informações, de forma que a rede de interações acontece de dentro para dentro.

Já no contexto geral da difusão de conteúdos, diferentemente do que está dado na comunicação hegemônica, que segundo Wolf (2008) e Traquina (2005) tem uma seleção de notícias baseada em critérios de noticiabilidade e onde decisões editoriais acabam sendo influenciadas pelos objetivos e políticas da organização de mídia, incluindo considerações comerciais, políticas e éticas, o jornalismo das periferias “[...] não se coloca como contra-hegemônico por pautar questões que não estão necessariamente nesse embate entre hegemonia e contra-hegemonia” (Rovida, 2020, p. 10), mas se torna contra-hegemônico a partir do modo como os movimentos, coletivos, grupos ou organizações se posicionam, pensam, se estabelecem e agem em relação às lutas da sociedade através da comunicação (Bastos, 2021).

Por outro lado, mesmo se posicionando fora do circuito mainstream, o jornalismo periférico fica estacionado em uma zona transitória onde precisa reconstruir de forma

---

<sup>40</sup> A Teoria Interacionista explora como as notícias são produzidas a partir das interações entre jornalistas e suas fontes, bem como as rotinas de trabalho e o ambiente organizacional que influenciam esse processo. Essa perspectiva sugere que o jornalismo não é uma mera transmissão de fatos, mas uma construção social, onde os jornalistas selecionam, interpretam e moldam as informações com base nas relações e nas interações que mantêm com seu entorno social e profissional.

discursiva tudo aquilo que já estava dado como representação de identidade periférica em padrões não estigmatizantes para combater a contra-informação racista, preconceituosa, excludente e marginalizadora que a mídia hegemônica constrói sobre a periferia (Silveira; Schwartz e Guimarães, 2016).

As mídias comunitárias periféricas, portanto, além de oferecerem conteúdos especializados e diferenciados sobre as temáticas que envolvem as comunidades excluídas social, racial e midiaticamente, colocando-as como protagonistas das narrativas, são também um importante símbolo de resistência dos jornais negros e do seu compromisso com a necessidade de narrar os eventos a partir da perspectiva de quem os vivencia. Essas mídias são ao mesmo tempo contra-hegemônicas no que diz respeito à informação, ao discurso, à organização e às responsabilidades, o que faz delas uma rede orgânica que ganha fôlego, podendo garantir a sua longevidade, além de compor mais uma esfera de produção jornalística como parte de um ecossistema midiático contemporâneo (Rovida, 2020).

### **3 A PANDEMIA DE COVID-19 E A NECROPOLÍTICA DA DESINFORMAÇÃO**

Neste capítulo resgatamos os principais acontecimentos da pandemia de Covid-19 no Brasil pertinentes à abordagem temática desta pesquisa, relacionada à realidade das periferias brasileiras, para abordar de que forma se deu o trabalho jornalístico periférico desempenhado pelo jornal comunitário Maré de Notícias, que atuou em diversas frentes levando informações sobre o Coronavírus e assistência básica para os mais de 140 mil moradores do Complexo da Maré, no Rio de Janeiro (RJ). A discussão trará um panorama sobre o histórico do processo de favelização carioca e a realidade das populações periféricas no Brasil, com dados relativos às diversas violências e vácuos de direitos que fazem parte do cotidiano de quem reside nesses lugares e que se acentuaram durante a pandemia. Levamos em conta ainda o descaso do governo vigente no período, bem como, a importância social dos meios de comunicação comunitários durante a crise.

Para tanto, nos apoiamos na teoria de Raquel Paiva e Muniz Sodré (2019) e Andrea Medrado (2019) para refletir sobre periferia e acesso à cidade, movimentação popular, marginalização urbana e o impacto das mídias comunitárias na infraestrutura comunicacional das comunidades periféricas; Achille Mbembe (2016) para compor a discussão sobre o genocídio das populações negras durante a pandemia e a falta de estrutura social nas periferias, por meio do conceito de Necropolítica; Daniela Castilho e Esther Lemos (2021) para lembrar os acontecimentos negacionistas do governo Bolsonaro durante a pandemia de Covid-19; Mara Rovida (2021), Cicília Peruzzo (2006), Jorge Sousa (2001) e Thais Cavalcante (2021) para discutir o papel do jornalismo comunitário durante a pandemia e trazer os conceitos do jornalismo comunitário impresso e sua transição para o digital, e por fim, Valmir Araújo (2019), João Canavilhas (2003), Manuel Castells (1999), Henry Jenkins (2009), Ramón Salaverría (2003) e Belochio (2010; 2016) para explorar o jornalismo em plataformas digitais e entender os conceitos de comunicação em rede e convergência midiática que nos ajudam a compreender de que forma ocorrem os processos de comunicação em múltiplas plataformas digitais.

#### **3.1 “A cada 46 moradores do Rio, 1 é da Maré”<sup>41</sup>: Brasil, o país da periferia**

Para compreender a origem das comunidades periféricas do Rio de Janeiro precisamos revisitar o período do Brasil Colônia. Segundo dados da revista “Desafios do

---

<sup>41</sup> [Dado do Censo populacional da Maré](#) Acesso em 16/05/2023

Desenvolvimento”<sup>42</sup> do Ipea - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada e do Censo Demográfico 2022 - Favelas e Comunidades Urbanas do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)<sup>43</sup>, em 1808, 30% da população carioca foi expulsa de suas casas para dar moradia aos acompanhantes da família real portuguesa, e para continuar morando no centro da cidade, inúmeras famílias começaram a residir em habitações coletivas, originando os cortiços.

Já na segunda metade do século XIX, com os fortes movimentos abolicionistas e o aumento de negros alforriados no Brasil, aumentou também o número de recém libertos estabelecidos nas periferias do Rio de Janeiro. Essa população não tinha condições de comprar ou alugar moradias legais. O fim da escravatura não trouxe as devidas políticas de inserção social para os ex-escravizados, barrando o seu acesso ao mercado de trabalho e às garantias básicas de sobrevivência, fazendo com que fossem forçados a morar em áreas ilegais e desvalorizadas, como os morros aos arredores da “cidade maravilhosa”.

Em paralelo à isso, com o crescimento acelerado da industrialização da cidade carioca no século XX e a grande demanda migratória em busca de oportunidades, o esforço do Estado em construir casas populares para acomodar os novos habitantes não foi suficiente e nem alinhado às condições de vida de muitos dos recém chegados, que não podiam pagar aluguéis nestas moradias formais, restando a opção mais barata: terrenos ilegais com a possibilidade de construção progressiva e sem regras, o que contribuiu para a formação das favelas cariocas como conhecemos hoje.

A partir daí o processo de favelização no Rio de Janeiro cresceu de forma exponencial. De acordo com o Ipea, em 1948 o Censo já registrava 139 mil pessoas vivendo em favelas, o que correspondia a 7% da população da cidade do Rio. Esse percentual aumentou para 10,2% em 1960, 13,3% em 1970, 16% em 1990 e 18,7% em 2000, quando representava 1,9 milhão de pessoas. Hoje, conforme o Censo Demográfico de 2022 do IBGE, o Brasil tem 12.348 favelas ou comunidades urbanas<sup>44</sup> que concentram mais de 16 milhões de pessoas, acumulando um total de 8,07% da população brasileira. Destas, 1.724 comunidades estão localizadas no estado do Rio de Janeiro, que aparece na segunda posição do ranking do panorama do Censo 2022, liderado por São Paulo, com 3.123 favelas<sup>45</sup>.

<sup>42</sup> [Revista Desafios do Desenvolvimento nº 63](#) Acesso em 12/05/2023

<sup>43</sup> [Censo Demográfico das Favelas e Comunidades Urbanas](#). Acesso em 12/05/2023

<sup>44</sup> O termo "favela" é mais antigo e historicamente associado a áreas de ocupação informal, porém o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) também usa o termo "comunidades urbanas" para se referir a essas comunidades periféricas desde que o nome “aglomerados subnormais” para definir estes grupos, que vinha sendo usado desde 1991, foi alterado no Censo de 2022 em razão de uma demanda da sociedade civil para que estes territórios fossem devidamente caracterizados na pesquisa.

<sup>45</sup> [Indicadores do Panorama Censo 2022](#) Acesso em 12/05/2023

É importante frisar que, apesar de enfrentarem diversas inseguranças sociais parecidas, o estereótipo de espaço de exclusão, violência e pobreza não condiz com a totalidade da realidade desses territórios, visto que cada favela tem um nível diferente de infraestrutura, organização e renda. No entanto, algumas características das favelas e comunidades urbanas no Brasil têm condições que tendem a se reproduzir, de acordo com o IBGE:

[...] a atuação precária, incompleta ou inexistente do Estado e agentes privados a fim de garantir os preceitos constitucionais; a ocupação de espaços que não interessam ou são vedados, por razões de diversas ordens, à ocupação formal das nossas cidades; a apresentação de lógicas e formas próprias de organização espacial, sem obediência aos padrões urbanos normativos do Estado; e, de modo geral, a predominância de domicílios com insegurança jurídica da posse. Ainda, esses territórios são marcados por uma expressiva presença de população preta e parda e, em algumas regiões do país, indígena. Entretanto, considerando a diversidade do território brasileiro, as Favelas e Comunidades Urbanas configuraram-se, ao longo do tempo, de maneiras distintas entre si. Elas apresentam-se com idades, formas, tipos de construção, arruamentos, tamanhos e densidades diversas, podendo ter sido formadas por meio de autoconstrução ou projetos habitacionais e estando presentes em morros, baixadas, alagados, vales, praias, dunas, manguezais e outros sítios geográficos. (IBGE, 2022, p. 32)

A partir disso, entendemos os espaços periféricos como territórios populares originados de diversas estratégias utilizadas pela população para atender de forma autônoma e coletiva as necessidades de moradia, diante da insuficiência e inadequação das políticas públicas e investimentos privados dirigidos à garantia do direito à cidade. A ocupação destes territórios se deu a partir de décadas de luta e resistência pelo direito à habitação e revela comunidades que expressam a desigualdade socioespacial da urbanização brasileira e retratam a incompletude e a precariedade das políticas governamentais e investimentos privados de infraestrutura urbana, serviços públicos, proteção ambiental, entre outros. Este cenário, extremamente negligenciado e colocado à própria sorte pelo Estado, é agravado também pela insegurança jurídica de posse, comprometendo, mais uma vez, a garantia do direito à moradia e proteção legal contra despejos forçados e remoções.

Desta forma, quando a cidade usa comunidades à margem da sociedade como sinônimo de criminalidade e incentiva a sua segregação, como foi o caso do processo de gentrificação<sup>46</sup> ocorrido na Vila Autódromo, comunidade vizinha ao Parque Olímpico, que durante os preparativos para a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016, acabou se

---

<sup>46</sup> A gentrificação é associada ao processo de transformação de bairros urbanos. O termo foi cunhado pela socióloga alemã Ruth Glass em 1964 para descrever a transformação de bairros operários do centro de Londres. A gentrificação pode ser causada por investimentos públicos em melhorias de infraestrutura, como a expansão do transporte público, a pavimentação de ruas, a criação de novas áreas de lazer, entre outras. No entanto, esses investimentos muitas vezes estão vinculados aos interesses do capital privado, especialmente do mercado imobiliário, resultando na substituição de residentes de baixa renda por outros de maior poder aquisitivo.

tornando símbolo da violação do direito à moradia, o Estado acaba por institucionalizar o afastamento entre periferia e cidade. Organizado pelo próprio governo do estado do Rio de Janeiro, diversas políticas urbanas foram pensadas para isolar a periferia do restante da cidade com a premissa de modernização de espaços que seriam aproveitados pela população após os jogos, mas que na verdade escondiam a remoção autoritária de 67 mil moradores, somente entre 2009 e 2013<sup>47</sup>, para dar espaço a obras de recepção a turistas.

Outro acontecimento que derivou da “maquiagem olímpica” feita na cidade do Rio de Janeiro foi a colocação quilométrica de painéis de acrílico adesivados com imagens alusivas aos jogos margeando a Linha Vermelha, principal acesso ao aeroporto do Rio. O muro isolou o Complexo da Maré da cidade e foi descrita pela Secretaria Municipal de Turismo do Rio de Janeiro com o único objetivo de “embelezar a cidade” e sem nenhuma intenção de esconder a favela dos olhos dos visitantes que chegassem para os jogos<sup>48</sup>. No entanto, os painéis causaram a indignação dos moradores que se sentiram excluídos do contexto da cidade e entenderam a ação da prefeitura como uma forma de tentar esconder a favela.

A polêmica dos muros no Complexo da Maré tomou força novamente em 2023, quando o então governador do Estado, Cláudio Castro (PL), anunciou a construção de um muro de 30 cm de espessura nas laterais da Linha Vermelha sob a alegação de “garantir a segurança de todos que passam pela pista”. O anúncio gerou diversas manifestações que denunciaram uma tentativa de “apartheid carioca”<sup>49</sup>, onde a medida racista e equivocada do Estado apenas materializou um muro invisível que já existia e que cumpre o papel de impedir que serviços públicos, direitos sociais e investimentos entrem nas favelas para melhorar as condições de vida nesses territórios.

Outra característica de descaso social e uma forma de extermínio institucionalizado do povo preto e periférico que predomina nas periferias urbanas brasileiras, e que tem destaque especial nas favelas do Rio de Janeiro, é a forte intervenção policial, disfarçada de guerra às drogas que dizima a juventude negra<sup>50</sup> com a prerrogativa de que estes territórios estão dominados e que precisam ser resgatados pelo Estado — aquele que não desempenha papel integrador entre cidade e periferia e que camufla a favela em suas paisagens turísticas.

Segundo o Atlas da Violência 2024, a maior característica do estado do Rio de Janeiro é a disputa territorial entre milícias e facções criminosas somada à ausência de uma política pública de segurança sustentável. Esse sistema facilita as atividades ilegais de milicianos que

---

<sup>47</sup> [Remoções na Vila Autódromo expõem o lado B das Olimpíadas do Rio](#). Acesso de 17/05/2023

<sup>48</sup> [Muro que separa Linha Vermelha da favela ganha painéis da Olimpíada](#). Acesso em 17/05/2023

<sup>49</sup> [Muro de segurança vai separar favelas da Linha Vermelha no Rio de Janeiro](#). Acesso em 17/05/2023

<sup>50</sup> [A cada quatro horas uma pessoa negra é morta pela polícia no Brasil](#). Acesso em 19/05/2023

praticam cada vez mais crimes com a certeza da impunidade, visto que são em sua maioria, agentes do Estado reformados ou ainda na ativa e, por isso, automaticamente protegidos pela política e pela polícia. Enquanto isso, a pacificação ostensiva das intervenções policiais nos territórios periféricos do Rio de Janeiro faz do sujeito periférico alvo de uma polícia que ao invés de proteger, é treinada para exterminar, independente de quem a bala perdida vai encontrar — se criança<sup>51</sup>, mulher<sup>52</sup>, idoso<sup>53</sup>, gestante<sup>54</sup>, pessoa com deficiência<sup>55</sup>, trabalhador<sup>56</sup> ou representante público<sup>57</sup>.

A realidade que se desenha para quem habita territórios periféricos no Brasil é de total insegurança e medo. O Rio de Janeiro tem a polícia que mais mata no país e as estatísticas comprovam essa fatalidade. De acordo com o Rede de Observatórios de Segurança, entre 2018 e 2022 ocorreram 4.411 operações policiais na região metropolitana do Rio<sup>58</sup> em uma rotina de dezenas de operações diárias, com uso de armamento pesado e com muitos registros de mortes, o que revela uma verdadeira política de extermínio em ação nas periferias cariocas, que apresenta um histórico severo<sup>59</sup> de violação de direitos e que tem se destacado nos últimos anos. Segundo dados do Ministério Público do Rio de Janeiro<sup>60</sup>, a polícia nunca matou tanto como em 2019. De janeiro a agosto do ano que antecedeu a pandemia de Covid-19, foram registrados 1.249 casos de mortes por intervenções policiais, com uma média de cinco mortes por dia, das quais pretos e pobres foram as principais vítimas.

Após esta breve contextualização sobre o panorama das periferias brasileiras, recorremos a Sodré e Paiva (2019), que ao trabalharem as noções de cidade e cidadania no contexto periférico, refletem sobre as necessidades da população em torno de problemas sociais e a falência dos serviços públicos, conectando cidadania e as estruturas da vida na cidade para explicar a urgência de resgatar os direitos básicos para a sociedade brasileira, validando o acesso à cidade como um direito do cidadão — seja ele periférico ou não. Os autores problematizam os investimentos em “cidades-espetáculo” (Sodré; Paiva, 2019, p. 3), cujo objetivo é garantir maior qualidade de vida e uma experiência civil onde apenas a parcela dominante da população vive a cidade, como foi o caso das obras pré-jogos que foram feitas

---

<sup>51</sup> [Ágatha Vitória Sales Félix](#). Acesso em 19/05/2023

<sup>52</sup> [Cláudia Silva Ferreira](#). Acesso em 19/05/2023

<sup>53</sup> [Evangelista Cordeiro da Silva](#). Acesso em 19/05/2023

<sup>54</sup> [Kathlen Romeu](#). Acesso em 19/05/2023

<sup>55</sup> [Ruan Limão do Nascimento](#). Acesso em 19/05/2023

<sup>56</sup> [Anderson Gomes](#). Acesso em 02/11/2024

<sup>57</sup> [Marielle Franco](#). Acesso em 02/11/2024

<sup>58</sup> [Intervenção federal no Rio de Janeiro](#). Acesso em 18/08/2023

<sup>59</sup> [Linha do tempo das principais chacinas do Rio de Janeiro](#). Acesso em 18/08/2023

<sup>60</sup> [Letalidade policial no Rio de Janeiro](#). Acesso em 18/08/2023

na cidade do Rio de Janeiro e que excluíram completamente a participação social dos moradores periféricos, camuflando a sua existência.

A teodicéia da eficácia monetária é o caldo civilizatório da sociedade incivil, em que a cidade potencializa os seus níveis organizacionais de fechamento institucional. Fechada é a cidade cuja vida coletiva se rege por uma apropriação prioritária dos habitantes de alta renda ou dos investimentos na cidade-espetáculo. Aberta é a cidade que dá margem a uma dinâmica coletiva de intercâmbios dos diferentes espaços sociais, comportando uma ideia de comunidade capaz de contrabalançar os efeitos perversos da industrialização acelerada. (Sodré; Paiva, 2019, p.3)

Neste sentido, compreendemos que, a partir de situações em que o Estado toma moradias ou camufla determinados espaços e dedica esforços para a aniquilação do cidadão periférico, a degradação e a falta de acessos básicos de bem-estar social que atinge essa população, como educação gratuita, saúde, habitação, previdência pública, trabalho digno e o direito à informação, define barreiras ainda maiores de qualidade de vida e de experiência civil, impedindo aos moradores periféricos o acesso a lugares físicos ou simbólicos, tornando o país ainda mais desigual por causa de uma lógica de marginalização urbana planejada.

Aliado a isso, em um cenário que combina omissão, descaso e violência generalizada do Estado com as populações periféricas, nasce um discurso de ódio no imaginário comum — muitas vezes reforçado pela mídia hegemônica — contra a periferia que, justamente por causa da ausência de proteção social, é desenhada como um território sem lei, perigoso e colocado como principal responsável pelo terror nas grandes metrópoles, passando a ser digno de aniquilação, controle e apagamento.

Deste modo, os moradores periféricos têm vivências muito diferentes da noção de proteção que prega a Constituição de 1988<sup>61</sup> e que na teoria deveria se estender igualmente a todos os cidadãos. Medrado (2019) explica que é do impulso deste tipo de sociedade urbana se reunir em comunidades, dado que “sua própria existência estaria condicionada ao papel de oferecer proteção aos seus habitantes” (Medrado, 2019, p. 174), de forma que a movimentação popular dentro destes territórios se torna essencial para a mudança de paradigmas, a começar pela conquista de direitos.

Neste sentido, o impacto das mídias na infraestrutura comunicacional das periferias é enorme e de extrema importância quando entendemos que, entre todos os direitos negados aos cidadãos periféricos, o direito à informação transparente, articulada com a liberdade de pensamento e fidedigna à realidade periférica é um deles. A mídia entra, portanto, como

---

<sup>61</sup> [Direitos individuais e sociais dos cidadãos brasileiros](#). Acesso em 20/08/2023

aliada essencial nesta estrutura social coletiva que busca o pleno exercício de direitos, conforme elaboram Sodré e Paiva (2019):

[...] toda vez que se associa mídia à cidadania, a atitude imediata é quase sempre a de se pensar na mídia como parceira natural dos “direitos sociais” (educação, saúde, habitação, proteção coletiva) que, na sociedade moderna, são posteriores aos “direitos civis” (representação democrática, liberdade de expressão etc). (Sodré; Paiva, 2019, p. 5)

Todavia, quando se trata de uma cobertura midiática hegemônica das periferias, há alguns mecanismos estruturais, como já comentamos (ver seção 2.2) que fazem com que estes espaços sejam hostilizados e marcados somente por estereótipos como insegurança e violência nas narrativas, acabando por invisibilizar a realidade dos moradores. Neste sentido, as mídias comunitárias que emergem de territórios periféricos são as reais aliadas na conquista de direitos. Estas mídias comunicam a partir do cotidiano da sua comunidade, prestando um enorme serviço representativo nas periferias e desmistificando vivências faveladas para quem é de fora, produzindo informação transparente a partir do ponto de vista do morador, com o qual têm responsabilidade social e cuja atuação aprofundaremos mais adiante neste capítulo.

### **3.2 Negacionismo, desinformação e a normalização da morte**

Em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi alertada sobre vários casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China. Tratava-se de um novo tipo de coronavírus que ainda não havia sido identificado em seres humanos. Uma semana depois, em 7 de janeiro de 2020, as autoridades chinesas confirmaram que haviam identificado um novo tipo de coronavírus, o SARS-CoV-2, que recebeu este nome em 11 de fevereiro de 2020 e foi identificado como responsável por causar a doença “Covid-19”.

De acordo com a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS)<sup>62</sup>, esta foi a sexta vez que uma emergência de saúde pública de importância internacional foi declarada pela OMS. No entanto, foi a primeira em que milhões de pessoas no mundo inteiro estiveram confinadas em suas casas aguardando por respostas. Em 11 de março de 2020, exatamente um mês após a identificação da doença, Tedros Adhanom Ghebreyesus, o diretor-geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), fez uma declaração assustadora que foi televisionada mundialmente, de Genebra, na Suíça, caracterizando a Covid-19 como uma pandemia<sup>63</sup>, termo

---

<sup>62</sup> [Histórico pandemia Covid-19](#). Acesso em 20/08/2023

<sup>63</sup> [OMS caracteriza Covid-19 como pandemia](#). Acesso em 20/08/2023

que se refere à distribuição geográfica de uma doença em vários países e regiões do mundo, independente de sua gravidade. Destacamos trechos do pronunciamento:

Boa tarde. Nas últimas duas semanas, o número de casos de Covid-19 fora da China aumentou 13 vezes e o número de países afetados triplicou. Atualmente, existem mais de 118 mil casos em 114 países e 4.291 pessoas perderam a vida. Outras milhares estão lutando por suas vidas em hospitais. Nos próximos dias e semanas, esperamos ver o número de casos, o número de mortes e o número de países afetados aumentar ainda mais. A OMS está avaliando esse surto 24 horas por dia e nós estamos profundamente preocupados com os níveis alarmantes de disseminação e gravidade e com os níveis alarmantes de falta de ação. Portanto, avaliamos que a Covid-19 pode ser caracterizada como uma pandemia. [...] Alguns países estão lutando com a falta de capacidade. Alguns países estão lutando com a falta de recursos. Alguns países estão lutando com a falta de resolução. [...] Todos os países devem encontrar um bom equilíbrio entre proteger a saúde, minimizar as interrupções econômicas e sociais e respeitar os direitos humanos. [...] Lembro a todos os países que estamos pedindo que ativem e ampliem seus mecanismos de resposta a emergências; Encontrem, isolem, testem e tratem todos os casos, rastreando todos os contatos; Preparem seus hospitais; Protejam e capacitem seus profissionais de saúde. **E vamos cuidar uns dos outros, porque precisamos uns dos outros.** (Ghebreyesus, 2020, grifo nosso)<sup>64</sup>

Quase cinco anos após a maior crise sanitária que já atingiu este país<sup>65</sup>, quando resgatamos os acontecimentos que deram origem à pandemia de Covid-19 em poucas linhas e com a devida clareza de informações sobre o que estava acontecendo, é preciso resgatar também a enorme insegurança, dúvida e medo que passou a fazer parte do cotidiano de bilhões de pessoas pelo mundo.

Uma incerteza tomou conta do cotidiano de pessoas que não tinham a menor ideia do que viria pela frente, assim como não imaginavam que o que começou com 15 dias de pausa em suas atividades normais, viria a se tornar 2 anos de pandemia. O mundo mudou completamente em três meses e - enquanto a vida cotidiana era completamente impactada com o uso de máscaras, distanciamento e isolamento social e o álcool em gel passou a fazer parte da rotina diária - a insegurança, aliada à desigualdade social, atingia abruptamente os diferentes níveis de nossa sociedade.

Os primeiros casos de Covid-19 no Brasil dizem muito sobre o fator desigualdade na pandemia. Em 26 de fevereiro de 2020, um morador de São Paulo, de 61 anos, marca o primeiro caso de coronavírus em território nacional<sup>66</sup>. Recém chegado da Itália, primeiro país europeu a isolar cidades inteiras e decretar quarentena por causa do alto índice de casos<sup>67</sup>, o

<sup>64</sup> Tradução não oficial do pronunciamento feita pela Representação da Organização Pan-Americana da Saúde/Organização Mundial da Saúde no Brasil.

<sup>65</sup> [Fiocruz aponta o maior colapso sanitário e hospitalar da história do Brasil](#). Acesso em 20/08/2023

<sup>66</sup> [Primeiro caso de coronavírus no Brasil](#). Acesso em 06/09/2023

<sup>67</sup> [Quarentena na Itália](#). Acesso em 06/09/2023

homem deu entrada no Hospital Israelita Albert Einstein, um dia antes com sintomas da doença.

Menos de um mês depois, Cleonice Gonçalves, empregada doméstica de 63 anos, se torna a primeira vítima fatal do coronavírus no Rio de Janeiro<sup>68</sup>. Negra, idosa, hipertensa e diabética, Cleonice percorria 120 km por semana para chegar em um apartamento no Leblon, bairro nobre da zona sul carioca, onde passava a semana no trabalho e onde se infectou após a patroa, que esperava pelo resultado de um teste de Covid-19, voltar da Itália. Cleonice teve os primeiros sintomas em um dia e foi mandada embora de táxi para a sua cidade, onde foi internada em um hospital pela família e faleceu no dia seguinte.

Estes dois casos escancararam o cenário social do país na pandemia, que teve os seus indicadores sociais agravados. Entre 2020 e 2021, a taxa de desemprego atingiu níveis alarmantes no Brasil. De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no primeiro trimestre de 2021, este índice atingiu 14,9%, ultrapassando a marca de 15,2 milhões de pessoas<sup>69</sup>. Em paralelo a isso, a falta de empregos trouxe precariedade para o trabalhador, que se rendeu ao trabalho informal. Segundo o IBGE, em 2022, 313 mil pessoas passaram a atuar como trabalhadores informais, fenômeno que se traduziu, por exemplo, em entregadores acionados por aplicativos que dominaram o cenário pandêmico das entregas de comida, mercado e farmácia, e que escancarou a exploração deste sistema<sup>70</sup>.

Seguido do desemprego, a fome e a pobreza foram outros indicadores que apresentaram dados extremos na pandemia. O IBGE aponta que em 2021 a pobreza teve aumento recorde no Brasil desde 2012<sup>71</sup>. O número de pessoas vivendo nessa situação chegou a 62,5 milhões no ano, enquanto 17,9 milhões eram extremamente pobres, um percentual de 8,4% da população. Estes números vão ao encontro do que mostram os dados sobre insegurança alimentar, que trouxe a incerteza da pandemia em sua forma mais grave: a fome.

De acordo com o II Inquérito de Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 (II VIGISAN)<sup>72</sup>, no final de 2020, 19,1 milhões de brasileiros conviviam com a fome, e em 2022, foram 33,1 milhões de pessoas sem ter o que comer. Não fosse suficiente, a pandemia extrapolou as deficiências estruturais em saneamento básico e água potável no Brasil, desafiando a capacidade da nação em conter a contaminação da Covid-19. Em um

---

<sup>68</sup> [Primeira vítima de coronavírus no Rio de Janeiro](#). Acesso em 06/09/2023

<sup>69</sup> [Desemprego na pandemia](#). Acesso em 12/10/2023

<sup>70</sup> [Entregadores de aplicativo relatam piora nas condições de trabalho](#). Acesso em 12/10/2023

<sup>71</sup> [Pobreza tem aumento recorde em 2021](#). Acesso em 12/10/2023

<sup>72</sup> [Insegurança alimentar](#). Acesso em 12/10/2023

momento em que a principal orientação para evitar a proliferação do vírus era lavar as mãos com frequência, quase 35 milhões de pessoas no Brasil viviam sem água tratada e cerca de 100 milhões não tinham acesso à coleta de esgoto, de acordo com o Instituto Trata Brasil<sup>73</sup>.

Em meio a todas essas inseguranças, oito meses depois de registrados os primeiros casos da Covid-19, o Brasil esteve entre os países com os piores indicadores relativos a óbitos e contaminações<sup>74</sup>. Somente no primeiro ano da crise sanitária que assolou o Brasil, foram cerca de 1,5 milhão de óbitos em decorrência do coronavírus, chegando a 1,8 milhão em 2021, conforme o IBGE<sup>75</sup>. Todavia, ao contrário do que se difunde, entendemos que o cenário mórbido e catastrófico que se desenhou no Brasil em decorrência do vírus não foi resultado de uma falha estratégica do governo, mas sim, de uma série de decisões que combinadas levaram ao descontrole do número de casos e de morte no país, como veremos adiante.

Enquanto os principais desafios listados pela OMS para enfrentar a pandemia eram os níveis alarmantes da falta de ação, da falta de capacidade, da falta de recursos e de resolução e um bom equilíbrio entre economia e proteção aos direitos humanos, a resposta do governo brasileiro à emergência de saúde foi descaracterizar completamente a pandemia.

Pandemia não é uma palavra a ser usada de forma leviana ou descuidada. É uma palavra que, se mal utilizada, pode causar medo irracional ou aceitação injustificada de que a luta acabou, levando a sofrimento e morte desnecessários. Deixe-me apresentar outras palavras que importam muito mais e que podem resultar em ações: Prevenção. Preparação. Saúde pública. Liderança política. E acima de tudo, pessoas. Estamos juntos para fazer a coisa certa, com calma, e proteger os cidadãos do mundo. É possível. (Ghebreyesus, 2020)

Sem uma liderança política responsável pela vida da população, Bolsonaro concretizou as preocupações dos brasileiros em relação à pandemia. A dimensão da crise sanitária que deixou o SUS (Sistema Único de Saúde) em completo colapso<sup>76</sup> foi planejada pelo (des)governo de Jair Messias Bolsonaro em uma tentativa sistemática de atingir rapidamente a infundada imunização coletiva<sup>77</sup>, ou “imunidade de rebanho”<sup>78</sup>. Para tanto, Bolsonaro utilizou de diversos dispositivos para estimular a intensificação da contaminação, recorrendo a dados falsos e incendiando o momento de crise na saúde com desinformação que inflamaram a população com negacionismo acerca do vírus, abrindo margem para a dúvida<sup>79</sup>.

---

<sup>73</sup> [Acesso à água potável no Brasil](#). Acesso em 12/10/2023

<sup>74</sup> [Brasil apresenta o pior cenário desde o início da pandemia](#). Acesso em 12/10/2023

<sup>75</sup> [Número de óbitos em decorrência da pandemia de Covid-19 bate recorde](#). Acesso em 12/10/2023

<sup>76</sup> [Colapso dos hospitais no Brasil é destaque na mídia estrangeira](#). Acesso em 21/10/2023

<sup>77</sup> [Falácia da imunidade de rebanho por contágio](#). Acesso em 21/10/2023

<sup>78</sup> [Por que não há consenso científico sobre a imunidade de rebanho?](#) Acesso em 21/10/2023

<sup>79</sup> [Como funciona a propagação de fake news de Bolsonaro](#). Acesso em 21/10/2023

Além disso, fez diversas demonstrações de comportamentos propícios à contaminação<sup>80</sup>, desqualificando completamente a pandemia e reduzindo o vírus mortal a uma “gripezinha”<sup>81</sup>, e atacando a mídia<sup>82</sup>, que tentava informar com seriedade acerca da sua posição frente à crise enquanto presidente do país — ou o que ele deveria representar enquanto presidente de um país.

Bolsonaro também estimulou atitudes que induziram a aceleração do ritmo de contaminação, como promover aglomerações<sup>83</sup>, condenar o uso de máscaras<sup>84</sup>, criticar veemente ao *Lockdown*<sup>85</sup> enquanto o Brasil tentava implementar a estratégia e a ridícula propagação de falsas soluções para combater o vírus, em especial com o anúncio (e posteriormente, a compra exorbitante)<sup>86</sup> de medicamentos comprovadamente ineficazes contra o coronavírus<sup>87</sup>, como a cloroquina, hidroxicloroquina e ivermectina, ou o chamado “kit covid”<sup>88</sup>. Bolsonaro tinha um plano raso e infundado para diminuir a gravidade do vírus e fez questão de fazer com que todos soubessem — e apoiassem.

As evidências dos atentados de Bolsonaro contra a vida e a saúde coletiva são muitas, visto que, para além de utilizar de sua posição e força midiática para fazer a defesa da suposta medicação milagrosa<sup>89</sup>, o governo gastou dinheiro público para promover e disseminar seu discurso desinformador. De acordo com matéria da Agência Pública<sup>90</sup>, foram utilizados mais de R\$1,3 milhões dos cofres do governo federal para pagar ações de marketing com influenciadores sobre a Covid-19. Investimentos no valor de R\$85,9 mil foram destinados pelo Ministério da Saúde e pela Secretaria de Comunicação (Secom) para 19 “famosos” contratados para divulgar campanhas bolsonaristas de “tratamento precoce à Covid-19” disfarçadas de conteúdos informativos e que, inacreditavelmente, traziam uma mensagem que condenava a desinformação.

Tendo em vista apenas alguns dos absurdos cometidos pelo ex-presidente na pandemia, nos voltamos para os efeitos da crise sanitária, que como vimos, extrapolaram a área da saúde individual e afetaram profundamente a sociedade como um todo, mas que no

---

<sup>80</sup> [Motociata promove aglomeração em São Paulo](#). Acesso em 21/10/2023

<sup>81</sup> [Bolsonaro chama Covid-19 de gripezinha](#). Acesso em 21/10/2023

<sup>82</sup> [Perseguição a jornalistas e comunicadores populares explode no Brasil](#). Acesso em 21/10/2023

<sup>83</sup> [Bolsonaro promove aglomerações na pandemia](#). Acesso em 21/10/2023

<sup>84</sup> [Bolsonaro critica o uso de máscaras](#). Acesso em 21/10/2023

<sup>85</sup> [Bolsonaro vai ao STF contra o Lockdown](#). Acesso em 21/10/2023

<sup>86</sup> [Governo Bolsonaro gasta quase R\\$ 90 milhões em remédios ineficazes](#). Acesso em 21/10/2023

<sup>87</sup> [Estudo constata ineficácia de cloroquina contra Covid-19](#). Acesso em 21/10/2023

<sup>88</sup> [Ministério da Saúde reconhece ineficácia do kit covid](#). Acesso em 21/10/2023

<sup>89</sup> [Bolsonaro viraliza com uso e defesa polêmica da hidroxicloroquina](#). Acesso em 21/10/2023

<sup>90</sup> [Propaganda de atendimento precoce contra a Covid-19](#). Acesso em 21/10/2023

contexto das favelas, foram ainda mais complexos e intensificaram desigualdades sociais e injustiças territoriais históricas.

Apesar de inicialmente difundida uma suposta indistinção social nos fluxos de contágio no contexto urbano, muito rapidamente se evidenciou o impacto desigual da pandemia como resultado direto da falta de investimento em saúde pública e das condições precárias de habitação, trabalho, infraestrutura urbana e acesso a saneamento básico em determinados territórios. (Boletim Direito à Segurança Pública na Maré, 2020)

Os indicadores sociais que apresentaram péssimos índices durante a crise no país inteiro, impactaram profundamente a periferia, agravando problemas estruturais e aumentando a vulnerabilidade de territórios que se viram, em diversos momentos, incapazes de garantir sua sobrevivência. Enquanto as principais orientações dadas pela OMS<sup>91</sup> para conter a transmissão do vírus e se proteger eram: higienizar as mãos com água e sabão e/ou álcool em gel; cobrir a boca ao tossir ou espirrar; manter distância mínima de um metro entre pessoas em locais públicos e de convívio social; não compartilhar objetos de uso pessoal como talheres e copos; manter ambientes limpos e ventilados; evitar contato com pessoas contaminadas, isolando-as mesmo quando dentro de casa; e, por fim, utilizar máscaras que cubram o nariz e a boca ao sair, para a realidade periférica essa rotina de cuidados mostrou-se quase impossível.

Algumas favelas do Rio enfrentaram uma crise hídrica durante vários dias seguidos no início da pandemia, que fez com que a água fornecida apresentasse gosto e cheiro ruins<sup>92</sup>. A solução para os moradores era ferver a água, no entanto, esta não era uma opção viável economicamente visto que o preço do botijão de gás nunca esteve tão alto no Brasil, aumentando 8,3% somente em 2020<sup>93</sup>. Além disso, o isolamento das famílias era outra enorme dificuldade por causa da infraestrutura das casas, onde a média de pessoas por cômodo nas periferias do Rio de Janeiro é de 3 pessoas, segundo levantamento da ONG Casa Fluminense<sup>94</sup>, o que representa obstáculos para a realização do isolamento e um catalisador para o contágio dentro das residências.

Outro motivo que impedia o isolamento das famílias era o trabalho, visto que o deslocamento diário era inevitável. Sem a possibilidade de trabalhar remotamente, assim como 7,4 milhões de brasileiros fizeram durante a pandemia, de acordo com o IBGE<sup>95</sup>, o desemprego esteve em alta. De acordo com o estudo “Coronavírus nas Favelas: Desigualdade

<sup>91</sup> [Orientações OMS para prevenção da Covid-19](#). Acesso em 22/10/2023

<sup>92</sup> [Favelas do Rio sofrem com falta d'água](#). Acesso em 22/10/2023

<sup>93</sup> [Gás de cozinha sobe mais que o dobro da inflação em 2020](#). Acesso em 22/10/2023

<sup>94</sup> [As dificuldades do isolamento nas favelas](#). Acesso em 22/10/2023

<sup>95</sup> [Teletrabalho na pandemia](#). Acesso em 26/11/2023

e Racismo sem Máscaras”<sup>96</sup>, 74% das pessoas que responderam ao levantamento disseram que perderam seus empregos durante a pandemia.

E com o desemprego, a insegurança alimentar também esteve presente. Em agosto de 2021 o Dieese (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos) divulgou que o salário mínimo necessário para atender as necessidades básicas de uma família brasileira de quatro pessoas subiu 33%, o equivalente a R\$ 5.969,17 e 5,42 vezes o piso nacional vigente, de R\$ 1.100. Enquanto isso, o custo médio da cesta básica de alimentos aumentou em 15 cidades, chegando a R\$ 621,34 no Rio de Janeiro — uma variação de 22,8% em 12 meses segundo o mesmo levantamento do Dieese.

O descaso e o sucateamento dos serviços públicos nestes espaços, impediram a adoção das mais básicas e principais estratégias de combate à doença, fortalecendo a transmissão e as infecções pelo coronavírus, além de aprofundar o apartheid social nas periferias brasileiras. O número geral de óbitos por Covid de pessoas negras — faveladas ou não — é outra evidência característica da falta de acessos histórica a qual o povo preto é condicionado no Brasil<sup>97</sup>.

De acordo com reportagem da Agência Pública<sup>98</sup>, em duas semanas a quantidade de pessoas negras que morreram por Covid-19 no Brasil quintuplicou. De 11 a 26 de abril de 2020, as mortes de pacientes negros confirmadas pelo Governo Federal passaram de 180 para 930. Além disso, a quantidade de brasileiros negros hospitalizados por Síndrome Respiratória Aguda Grave (SRAG) causada pelo coronavírus aumentou para 5,5 vezes. Somente em Manaus, a primeira cidade brasileira a registrar colapso do sistema de saúde público, mais de 13 pacientes negros morreram para cada morte entre brancos, segundo a reportagem. E no Complexo da Maré, de acordo com o levantamento do Boletim Conexão Saúde e do Painel dos Invisíveis<sup>99</sup>, até agosto de 2021, 7.541 maréenses foram contaminados e 332 morreram em decorrência da Covid-19. Mais da metade dos casos notificados (56,49%) se autodeclararam pretos ou pardos, um total de 4.260 registros em uma realidade demográfica onde 62,1% dos cidadãos se declaram negros ou pardos, de acordo com o Censo Populacional da Maré<sup>100</sup>.

A pandemia de Covid-19 foi global, mas causou danos sem precedentes em segmentos específicos da sociedade. E, se o cenário periférico já estava completamente arrasado, o Estado conseguiu tornar o enfrentamento da pandemia ainda mais cruel e fatal para as

---

<sup>96</sup> [Coronavírus nas favelas](#). Acesso em 26/11/2023

<sup>97</sup> [Por que negros morrem mais do que brancos na pandemia de Covid-19?](#) Acesso em 14/11/2023

<sup>98</sup> [Número de negros mortos por coronavírus é cinco vezes maior no Brasil](#). Acesso em 14/11/2023

<sup>99</sup> [Painel dos Invisíveis](#). Acesso em 14/11/2023

<sup>100</sup> [Censo Populacional da Maré](#). Acesso em 11/12/2024

populações periféricas deste país. Sem trabalho, sem comida no prato, sem estruturas básicas para enfrentar o vírus, sem nenhuma segurança social, e ainda assim alvo. Alvo de um Estado que, mesmo durante uma crise de saúde mundial, executou com excelência a sua política de descaso com as favelas brasileiras. Parafraseando Elza Soares<sup>101</sup>, durante a pandemia, “a carne mais barata do mercado [foi mais uma vez] a carne negra”. O direito à vida nas favelas do Rio de Janeiro continuou sendo negado pela política da Segurança Pública adotada pelo governo do Estado do Rio de Janeiro, mesmo após entrar em vigor a ADPF 635 (Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental)<sup>102</sup>, ou “ADPF das Favelas”, liminar que proibia operações policiais em comunidades do Rio de Janeiro durante a pandemia de Covid-19, concedida pelo ministro do STF (Supremo Tribunal Federal) Edson Fachin, no dia 5 de junho de 2020, a pedido da sociedade civil em uma ação coletiva de movimentos sociais<sup>103</sup>.

A liminar que se tornou um marco para entidades e instituições marcadas pela luta à vida e segurança pública no Rio de Janeiro registrou uma queda no número de operações com percentual de 59% em relação ao ano de 2019, de acordo com o Boletim de Direito à Segurança Pública na Maré<sup>104</sup>. No entanto, as graves violações ocasionadas pela polícia do Rio de Janeiro continuaram<sup>105</sup> e parecem ter sido completamente ignoradas um ano depois.

Mesmo com frequência reduzida em relação à 2019, quando as operações policiais na Maré atingiram 300 horas<sup>106</sup>, somente em maio de 2020 os moradores da Maré enfrentaram 26 horas seguidas de operação<sup>107</sup>, que entre as violações como a interrupção no funcionamento de escolas, postos de saúde e invasão de domicílios, ocasionou a morte de Ricardo da Silva, de 47 anos, que foi alvejado pela polícia. Já em 2021, a população da Região Metropolitana do Rio enfrentou um aumento desordenado da violência policial armada, registrando uma média de 15 tiroteios por dia, de acordo com relatório do Instituto Fogo Cruzado<sup>108</sup>. Um exemplo disso foi o caso ocorrido na favela do Jacarezinho, que em maio de 2021 sofreu a operação mais letal da história do Rio de Janeiro<sup>109</sup>, terminando com 28 pessoas mortas e revelando um aumento nas ações policiais letais, que tiveram crescimento de 67% no primeiro semestre daquele ano em comparação ao mesmo período de 2020.

---

<sup>101</sup> [A carne - Elza Soares](#). Acesso em 16/11/2023

<sup>102</sup> [ADPF 635](#). Acesso em 16/11/2023

<sup>103</sup> [Ação que levou à suspensão das operações policiais nas favelas do R.J.](#) Acesso em 16/11/2023

<sup>104</sup> [Boletim Direito à Segurança Pública na Maré](#). Acesso em 16/11/2023

<sup>105</sup> [Operações policiais após proibição](#). Acesso em 16/11/2023

<sup>106</sup> [Operações policiais na pandemia](#). Acesso em 26/11/2023

<sup>107</sup> [26 horas de operação na Maré](#). Acesso em 26/11/2023

<sup>108</sup> [Relatório Fogo Cruzado](#). Acesso em 16/11/2023

<sup>109</sup> [Operação no Jacarezinho](#). Acesso em 16/11/2023

Em retrospectiva aos acontecimentos que tornaram ainda mais precários o enfrentamento à pandemia no Brasil, as periferias brasileiras sentiram na pele o descaso no tratamento da pandemia no governo Bolsonaro, que dificultou ainda mais a sua sobrevivência. Dito isso, identificamos a gestão da pandemia como criminosa ao entendermos que a política executada pelo governo Bolsonaro durante a período não foi por acaso.

Para explicar esta questão, partimos de Mbembe (2016), que explora o conceito de “Necropolítica” — o poder de ditar o direito à vida de algumas pessoas em detrimento de outras —, ampliando o conceito de biopoder de Michel Foucault<sup>110</sup> para discutir a ideia de que a soberania sobre a vida também se exerce através do poder sobre a morte. A necropolítica, portanto, pode ser caracterizada como a política que decide sobre a morte, onde o poder se manifesta através da capacidade de matar ou deixar morrer. De acordo com Mbembe (2016),

[...] a expressão máxima, do poder e da capacidade de ditar quem pode viver e quem deve morrer. Por isso, matar ou deixar viver constituem os limites da soberania, seus atributos fundamentais. Exercitar a soberania é exercer controle sobre a mortalidade e definir a vida como a implantação e manifestação de poder. (Mbembe, 2016, p. 123)

Quando Bolsonaro pratica o negacionismo pandêmico e cria exceções às regras sanitárias, leis e medidas cautelosas em meio à pandemia<sup>111</sup>, a partir de seu discurso ou comportamento político, a sua posição enquanto presidente do país acaba gerando consequências diretas no impacto que o vírus tem na população. O poder político e ideológico por trás das diversas tentativas de burlar normas se tornam práticas comuns, colocando a população em risco, visto que, ao tornar o estado de exceção uma norma e reduzir o significado da pandemia, Bolsonaro estaria praticando a necropolítica ao decidir quem o Estado deixaria morrer na pandemia. Além de prejudicar todos os cidadãos em sua tentativa falha de imunidade coletiva, Bolsonaro e o governo do estado do Rio de Janeiro legitimaram outros tipos de violência nas periferias, permitindo o extermínio da população negra e periférica por meio das operações policiais como instrumento de uma governança genocida e racista em meio à pandemia, visto que segundo Mbembe (2016):

[...] racismo é acima de tudo uma tecnologia destinada a permitir o exercício do biopoder, ‘aquele velho direito soberano de morte’. Na economia do biopoder, a função do racismo é regular a distribuição de morte e tornar possível as funções assassinas do Estado. Segundo Foucault, essa é ‘a condição para a aceitabilidade do fazer morrer’. (Mbembe, 2016, p. 128)

<sup>110</sup> Foucault define o poder enquanto uma ação sobre outra ação possível, ou seja, o poder não se tem, se exerce. Ele se estabelece numa relação entre indivíduos de forma a criar uma ação em relação à outra ação.

<sup>111</sup> [Bolsonaro desafia o STF com mentiras sobre a vacina](#). Acesso em 06/06/2024

Isto porque, enquanto a biopolítica se refere à gestão da vida e a necropolítica a da morte, ambas se complementam no exercício do poder soberano (Mbembe, 2016). Assim, àqueles que são considerados dispensáveis e desprovidos de valor são passíveis de extermínio sem consequências significativas para a ordem política e social (Mbembe, 2016), o que revela o conceito de necropolítica como uma forma extrema de soberania onde o poder sobre a vida e a morte são utilizados para controlar e subjugar populações. A partir disso, entendemos que a lógica da necropolítica foi base das ações promovidas por Bolsonaro durante a pandemia — e em todo o seu governo —, que aliado à aceleração das políticas ultraconservadoras e ultraliberais que se desenvolveram em seu mandato, destacaram a brutalidade do poder soberano do Estado brasileiro e sua capacidade de transformar certos corpos em alvos legítimos de morte.

A necropolítica de Bolsonaro utiliza o Estado para subjugar qualquer possibilidade de vida ao poder da morte. Não se trata de ações desconexas, eventuais, pontuais ou excepcionais, trata-se, sim, de ações políticas que se transformaram em regra e não em exceção, que define quem importa e quem não tem importância, quem é essencial e quem é descartável. (Castilho; Lemos, 2022, p. 271)

Em uma análise sobre as políticas de Bolsonaro na seguridade social brasileira, incluindo saúde, previdência e assistência social onde se identificaram cortes orçamentários, desmantelamento de programas sociais e enfraquecimento de instituições responsáveis pela proteção social durante seu mandato<sup>112</sup>, Castilho e Lemos (2022) apontam a precarização gradual da vida dos cidadãos brasileiros mais pobres e marginalizados como parte de uma ação que aumentou propositalmente as vulnerabilidades no país.

O governo Bolsonaro é marcado por uma direção política que atenta contra a própria sobrevivência da classe trabalhadora. Sua escolha pela necropolítica impõe um extermínio a todos/as aqueles/as que ameacem o grande capital, como é o caso das ações orquestradas contra os povos indígenas, ribeirinhos e quilombolas; contra a Amazônia e seu desmatamento criminoso; na liberação de centenas de agrotóxicos; no pacote anti crime; na contrarreforma da previdência social; na garantia de armamento aos grandes proprietários de terra; nas reduções orçamentárias das políticas sociais; nos sucessivos cortes nas universidades e na cultura, e, portanto, no descrédito com relação à ciência e à cultura, como campos de elevação da consciência. Em nenhuma das propostas existe algo que se volte à proteção da vida da população que vive em condições de fome e miséria. Não há nada que promova e preserve a vida, ao contrário, todas as ações de seu governo vão na direção de viabilizar a morte, por meio, do enxugamento total do Estado brasileiro, transformando-o por completo em um Estado de contenção social ou penal, que aplica uma política punitiva potencialmente agressiva contra a classe trabalhadora, em especial, contra negros/as; população LGBTQI+ e mulheres. (Castilho; Lemos, 2022, p. 272)

---

<sup>112</sup> [Cortes orçamentários](#). Acesso em 14/07/2024

Entre estes e tantos outros itens que marcaram a gestão enfadonha dos quatro anos do governo Bolsonaro, com certeza, a completa inércia em conter o vírus na pandemia acabou por normalizar a morte e eliminar um grande número de vítimas em um curto espaço de tempo num genocídio político impiedoso. Enquanto o mundo fazia uma corrida científica<sup>113</sup> para desenvolver um imunizante que nos devolvesse à normalidade com segurança, quando foi a vez de tomar a decisão que traria respiro e respeito à memória de mais de 400 mil brasileiros que perderam a vida por causa da Covid-19 até o fim de maio de 2021<sup>114</sup>, Bolsonaro não somente ignorou, como também recusou 11 vezes ofertas para a compra de vacinas<sup>115</sup>. De acordo com dados da reportagem da BBC News Brasil<sup>116</sup>, cerca de 95 mil vidas poderiam ter sido salvas se a primeira oferta de vacinas, que foi feita em agosto de 2020, tivesse sido aceita, no entanto, o governo Bolsonaro só fechou a compra delas em março de 2021, e ainda vetou verbas para ações de combate à pandemia em 2022<sup>117</sup>, ocasionando atrasos na manutenção da aplicação da segunda dose da vacinação no Brasil<sup>118</sup>.

De lá para cá, após quatro anos de pandemia, o Brasil contabiliza mais de 700 mil mortes em decorrência da Covid-19 e continua registrando novos casos de infecções e mortes, de acordo com o painel Coronavírus<sup>119</sup>. Em 5 de maio de 2023, o diretor-geral da OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus, em mais uma conferência com a imprensa mundial, informou que a Covid-19 deixou, oficialmente, de ser considerada uma emergência sanitária global<sup>120</sup>. A decisão da OMS que colocou um ponto final no nível máximo de alarme para a doença, no entanto, reforça que a Covid-19 continua a ser uma ameaça à saúde pública, mesmo que em menor intensidade. Enquanto isso, Jair Messias Bolsonaro, que não é mais presidente deste país desde o dia 1º de janeiro de 2023 — e inelegível pelos próximos 8 anos<sup>121</sup> —, e muitos de seus apoiadores e associados políticos, são investigados pelos seus inúmeros crimes cometidos contra a democracia<sup>122</sup>, as vidas perdidas na pandemia<sup>123</sup>, entre outros atentados criminosos<sup>124</sup>. Apesar disso, assim como a Covid-19, a responsabilização pelos atos criminosos cometidos pelo governo Bolsonaro ainda não acabou.

---

<sup>113</sup> [Corrida em busca da vacina](#). Acesso em 14/07/2024

<sup>114</sup> [Painel coronavírus](#). Acesso em 14/07/2024

<sup>115</sup> [Governo Bolsonaro recusou compra de vacinas 11 vezes](#). Acesso em 14/07/2024

<sup>116</sup> [Vacinas poderiam ter salvo 95 mil vidas](#). Acesso em 14/07/2024

<sup>117</sup> [Bolsonaro vetou verbas de combate à pandemia](#). Acesso em 14/07/2024

<sup>118</sup> [Painel de atraso da segunda dose da vacina no Brasil](#). Acesso em 14/07/2024

<sup>119</sup> [Painel Coronavírus](#). Acesso em 04/08/2024

<sup>120</sup> [A OMS declara fim da pandemia](#). Acesso em 04/08/2024

<sup>121</sup> [Bolsonaro inelegível](#). Acesso em 04/08/2024

<sup>122</sup> [8 de janeiro](#). Acesso em 06/08/2024

<sup>123</sup> [CPI da Covid-19](#). Acesso em 06/08/2024

<sup>124</sup> [Tentativa de golpe de estado](#). Acesso em 22/11/2024

### 3.3 O jornalismo comunitário do Maré de Notícias contra o Coronavírus

Tendo em vista os acontecimentos da pandemia de Covid-19 no Brasil e a realidade das periferias brasileiras durante a crise de saúde, o jornal comunitário Maré de Notícias, situado no Complexo de Favelas da Maré, no Rio de Janeiro (RJ), fez da sua atuação aliança fundamental da comunidade para o enfrentamento do vírus. O jornal, que em pouco tempo se tornou um dos maiores jornais comunitários do Brasil, com tiragem de 50 mil exemplares impressos, ajudou a dar visibilidade aos acontecimentos no Complexo e representou os mais de 140 mil mareenses, informando e mobilizando a população do território em torno das problemáticas da pandemia — e para além dela —, se consolidando como a principal oferta de informação para os moradores.

Neste contexto, as responsabilidades sociais do trabalho realizado pelo Maré de Notícias tomou dimensão de caráter essencial durante a pandemia no apoio à resistência dos moradores, atuando na linha de frente em diversas campanhas mobilizadoras para frear os impactos do coronavírus no que diz respeito também à fome, pobreza, (in)segurança pública dentro da favela e acessos básicos como água e sabão, por exemplo. Neste sentido, procurando explorar por completo a atuação do jornal em um movimento que foi do impresso para o digital, nos apoiamos inicialmente em Rovida (2021), que ao analisar estratégias narrativas do jornalismo das periferias no contexto da pandemia, identifica alguns fatores em comum com o trabalho realizado pelo Maré, a começar pela forma como se expressa:

De forma resumida, observa-se que o jornalismo das periferias expõe a pluralidade de vozes e perspectivas que fazem parte desse contexto social, possibilitando um olhar mais complexo e, por isso mesmo, mais adequado sobre esses territórios. [...] Por isso, eles contribuem com a criação de espaços de diálogo, fugindo de fórmulas estereotipadas que parecem resumir as periferias a lugares de violência e carestia de toda ordem. (Rovida, 2021, p. 17)

Além de desenvolver uma comunicação que verdadeiramente condiz com a realidade do cotidiano dos moradores, visto que a comunicação do Maré de Notícias faz a cobertura dos acontecimentos a partir das vivências particulares e comunitárias de um território que foi atingido de maneira singular na pandemia, as relações humanas dentro da comunicação comunitária são reforçadas por Cavalcante (2021, p. 16) ao serem definidas como “[...] um importante meio comunicacional que os moradores utilizam para noticiar sua realidade com as próprias palavras, a partir de uma narrativa sem preconceitos, estereótipos e/ou intenções lucrativas”. Dito isso, ainda que, de acordo com Peruzzo (2006), a comunicação comunitária

esteja ligada aos conceitos de comunidade, cujas definições são bastante complexas e estão em constante transformação, elas sempre irão compartilhar de características base, tais como a

[...] existência de um modo de relacionamento baseado na coesão, convergência de objetivos e de visão de mundo, interação, sentimento de pertença, participação ativa, compartilhamento de identidades culturais, co-responsabilidade e caráter cooperativo. (Peruzzo, 2006, p. 14)

A partir disso, entendemos que o Maré de Notícias se conecta a essas características em seu fazer jornalístico, visto que de acordo com o jornal, faz parte de sua missão<sup>125</sup>

produzir e difundir conteúdos e narrativas que informem e mobilizem os moradores da Maré a partir do seu protagonismo e potencial para contribuir na superação das representações negativas e preconceituosas sobre as favelas veiculadas nas mídias hegemônicas. Instrumentalizar o morador com informação de qualidade visando uma opinião crítica para preservação e conquista de direitos, fomentando ações de longo prazo capazes de gerar mudanças que impactem na qualidade de vida dos 140 mil moradores da Maré e também de outras favelas. (Maré de Notícias, 2023)

Uma vez que o Maré de Notícias nasce na modalidade impressa, procuramos entender como ele se configura neste meio partindo das características que o compõem enquanto uma redação jornalística periférica que apresenta semelhanças, mas também algumas diferenças, em relação ao jornalismo tradicional, que segundo Cavalcante (2021),

[...] é similar à redação do veículo nascido localmente, porém, com um tamanho significativamente menor de pessoas na equipe, de espaço e de equipamentos de trabalho. A participação da equipe é colaborativa nas decisões e na prática das ações - desde a escolha das pautas até a própria distribuição do jornal, que é feita de porta em porta por ruas, becos e vielas dos territórios periféricos. (Cavalcante, 2021, p. 15)

Além disso, há uma divisão de temas característicos abordados na maioria dos jornais comunitários e que, de acordo com Cavalcante (2021), são geralmente

[...] notícias relacionadas à cultura local, à segurança pública, aos artigos de opinião, à prestação de serviços, aos perfis de líderes comunitários, aos projetos sociais e aos conteúdos que fortalecem a memória, a identidade e o orgulho de pertencer à favela, espaço historicamente marginalizado quase que de forma unânime pela mídia tradicional, que reforça essa criminalização para a sociedade a partir da sua cobertura sobre o tema. (Cavalcante, 2021, p. 15)

Quando se trata de escrita jornalística, evidenciamos que os textos nas produções comunitárias do Maré de Notícias são devidamente munidos com as características dos 14 princípios do estilo jornalístico impresso proposto por Souza (2001), sendo eles os princípios da correção; da clareza; da simplicidade; da funcionalidade; da concisão; da precisão; da

<sup>125</sup> Disponível em: <https://mareonline.com.br/quemfaz/>

sedução; do rigor; da eficácia; da coordenação; da seletividade; da utilidade; de interesse e da hierarquização. Isso porque os conteúdos produzidos pelo jornal comunitário oferecem boa escrita, estão de acordo com a gramática, são justos com a realidade, trabalham dentro da verdade e da clareza, são organizados, bem construídos, sucintos e de fácil entendimento, o que aproxima o leitor do jornal, além de serem eficazes, ao passo que as informações se adaptam às necessidades do jornal, são facilmente captadas pelos leitores e, acima de tudo, são úteis, dado que a comunicação comunitária como um todo tem grande responsabilidade em informar sobre os acontecimentos aos leitores.

Todavia, Cavalcante (2021) coloca que mesmo o jornal comunitário impresso sendo um facilitador de informações nas favelas cariocas, sem uma formalização para o seu funcionamento e manutenção, acabam sendo invisibilizados devido à falta de regulação, o que impede o seu desenvolvimento. Além disso, a autora destaca que o trabalho dos colaboradores de um jornal comunitário não é apenas compartilhar informações, mas usar a sua função como ferramenta de transformação social, processo que está além de atividades jornalísticas rotineiras como planejar, desenvolver e distribuir conteúdo informativo, de modo que o fazer jornalístico na mídia comunitária está mais para

[...] uma disputa de narrativa contra a mídia tradicional. Uma disputa desigual, ainda que o jornalismo comunitário se destaque por seu ineditismo, tenha proximidade com seus leitores, distribua gratuitamente o seu conteúdo e mantenha total credibilidade em suas produções. (Cavalcante, 2021, p. 19)

Seguindo a lógica da disputa de narrativas, ao reconhecer a pouca relevância que a sociedade brasileira atribui ao que é produzido pelos negros, não apenas na imprensa, mas na literatura e nas artes, Araújo (2019) pensa o jornalismo negro impresso na atualidade e elabora que estes jornais encontraram na internet as condições de que precisavam para enfrentar as dificuldades financeiras que o impresso impõe. Assim, quando Castells (1999) explora como a internet e as tecnologias de comunicação remodelaram a estrutura da sociedade, ele elabora que a informação e o conhecimento passam a ser os principais recursos produtivos, e que a globalização, impulsionada pelas redes de comunicação, criou uma economia global interconectada, onde a noção de "sociedade em rede" passa a influenciar todos os aspectos da vida social, desde o trabalho até as relações pessoais.

A partir disso, a coexistência de vários interesses e culturas na rede foi sendo formada, de forma que “com base nesses agrupamentos, pessoas físicas e organizações eram capazes de interagir de forma expressiva no que se tornou, literalmente, uma teia de alcance mundial para comunicação individualizada, interativa” (Castells, 1999, p. 440). Desta forma, quando a

imprensa negra segue o mesmo caminho dos veículos tradicionais de comunicação, criando a partir de 2001 seus próprios canais de comunicação focados em temáticas defendidas pela negritude, passa a contar com a internet para ampliar a sua voz nas discussões da sociedade, fazendo com que a perspectiva negra não seja representada apenas pelo o que a mídia tradicional comunica. Além disso, assim como acontece na relação entre as mídias comunitárias e as organizações da sociedade civil, de acordo com Araújo (2019, p.6), “o meio digital acabou também por fortalecer a capacidade de interação dos órgãos do movimento negro, uma vez que possibilitou o fortalecimento dos canais negros e a possibilidade de articulação em rede”.

Neste movimento de transição do jornalismo impresso para o digital, Canavilhas (2003) analisa como as práticas jornalísticas tradicionais se adaptam ao ambiente digital ao explorar as mudanças nas rotinas de produção, distribuição e consumo de notícias ao definir o webjornalismo como a prática jornalística realizada exclusivamente através da internet e colocando a web como um novo meio que proporciona interatividade, multimídia, hipertextualidade e personalização. Neste contexto digital do jornalismo, Canavilhas (2003, p. 70) define o jornalista como “[...] um produtor de conteúdos multimídia de cariz jornalístico - webjornalista” que precisa se adaptar a novas ferramentas e plataformas, além de desenvolver habilidades multimídia. Todavia o leitor também passa por um processo em que desempenha papel de telespectador e ouvinte, dado que a notícia na web integra múltiplas mídias, exigindo uma leitura igualmente múltipla e fazendo do receptor parte de uma estrutura narrativa que “[...] exige maior concentração do utilizador da notícia, mas esse é precisamente o objectivo do webjornalismo: um jornalismo participado por via da interacção entre emissor e receptor” (Canavilhas, 2003, p. 67).

A dinâmica participativa que se estabelece no jornalismo digital contrasta com as noções mais antigas dos espectadores nos meios de comunicação, visto que, de acordo com Jenkins (2009, p. 30), “em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo”. Além disso, a convergência também envolve uma transformação na forma de produzir e de consumir os meios de comunicação (Jenkins, 2009).

Logo, Salaverría (2003), ao examinar o fenômeno da convergência midiática nas empresas de comunicação na era digital, coloca o fator profissional como fundamental para explicar a convergência multimídia e distribui as características de sua análise em quatro dimensões que estão interligadas: a dimensão empresarial, que corresponde ao nível mais

geral das empresas de mídias que passaram por um processo de diversificação nos últimos anos; a dimensão tecnológica, que diz respeito à revolução instrumental nos processos de composição, produção e disseminação que ocorreu nos últimos anos e que reconfigurou profundamente as tarefas jornalísticas; a dimensão profissional, cuja convergência multimídia nos negócios também influenciou em mudanças profundas no trabalho dos jornalistas; e a dimensão comunicacional, que trouxe para o jornalismo o desafio de criar uma retórica multimídia que comportasse e combinasse códigos textuais e audiovisuais com os quais o usuário pudesse interagir.

Neste sentido, quando Cavalcante (2021) destaca as tecnologias que têm sido empregadas no jornalismo comunitário digital, como os aplicativos de redes sociais digitais, blogs e plataformas de publicação digitais, enquanto ferramentas que permitem uma maior interatividade com o público e facilitam a disseminação de informações em tempo real, ampliando o alcance e a possibilidade de atualização constante das notícias em uma dinâmica participativa, fica evidente que, assim como os meios de comunicação tradicionais, as mídias comunitárias também passaram por “[...] um claro processo de diversificação dos meios de comunicação” (Salaverría, 2003, p. 38, tradução nossa)<sup>126</sup> que “[...] levou a uma rápida evolução interna na tecnologia das redações e nos processos de produção de notícias” (Salaverría, 2003, p. 33, tradução nossa)<sup>127</sup>, potencializando o alcance dessas mídias e possibilitando expandir sua reputação e autoridade para além do território em que atuam.

Nesta lógica, para ser um jornalista completo, de acordo com Salaverría (2003, p. 33, tradução nossa)<sup>128</sup> “[...] é necessário ter doses suficientes de todas as qualidades que sublinhamos para poder realizar com eficácia o trabalho do que se passou a chamar um jornalista multimídia”. Contudo, o jornalista também acaba tornando o seu trabalho mais vertical, ou conforme Salaverría (2003, p. 34, tradução nossa)<sup>129</sup> destaca, “[...] está assumindo maior responsabilidade e protagonismo no processo de produção da notícia”.

Deste modo, quando as mídias comunitárias constroem as narrativas dos acontecimentos a partir do ponto de vista do morador, o comunicador assume um compromisso com o protagonismo periférico, além de manter uma relação de mediador entre as necessidades do território e as ações possíveis articuladas em conjunto com movimentos

<sup>126</sup> “[...] un evidente proceso de diversificación mediática” (Salaverría, 2003, p. 38).

<sup>127</sup> “[...] ha producido una rápida evolución interna en la tecnología de las redacciones y en los procesos de producción informativa” (Salaverría, 2003, p. 33)

<sup>128</sup> “Ahora es preciso disponer en dosis suficientes de todas las cualidades que hemos reseñado para poder desempeñar con eficacia el trabajo de eso que se ha dado en llamar periodista multimedia” (Salaverría, 2003, p. 33).

<sup>129</sup> “[...] que asuma mayor responsabilidad y protagonismo en el proceso de producción informativa” (Salaverría, 2003, p. 34).

sociais diversos. Rovida (2021) ressalta que no fazer jornalístico periférico da pandemia, os comunicadores também desenvolveram estratégias jornalísticas criativas, colaborativas e convergentes, como o uso do WhatsApp nas entrevistas ou produção de conteúdo, uma vez que o distanciamento social era mais um obstáculo que imperava na rotina jornalística. Todavia, o uso de ferramentas como o WhatsApp não é novidade nas rotinas jornalísticas periféricas, visto que antes mesmo da pandemia o Maré de Notícias, por exemplo, já aceitava sugestões de pauta via WhatsApp. Nesta linha, Belochio (2010; 2016), a partir de uma perspectiva com foco no movimento Pro-Am (Profissional-Amador) dentro de veículos tradicionais, observa uma colaboração parecida entre profissionais e amadores na construção de notícias nos meios hegemônicos. Belochio (2010) estabelece que o processo interativo consiste na construção de uma relação de colaboração no jornalismo em redes digitais, de forma que ocorrem ações coletivas e não iniciativas isoladas de interação, onde

[...] cada pessoa que contribui o faz para a alteridade, num sistema coletivo alimentado por organizações midiáticas e cidadãos. Nesta esfera existem os participantes, que podem apenas circular pelos meios sem intervir diretamente, e os colaboradores, que contribuem no circuito informativo. (Belochio, 2010, p. 136)

Em outra oportunidade, Belochio (2016) foca em plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, como ferramentas chave para o jornalismo colaborativo e argumenta que essas plataformas oferecem uma infraestrutura acessível e poderosa para a produção e disseminação de conteúdos, facilitando a participação de amadores ao lado de jornalistas profissionais. Todavia, enquanto a observação de Belochio (2016) se dá no âmbito da colaboração entre profissionais e amadores, destacando as especificidades e implicações dessa prática, na comunicação comunitária, apesar de ocorrer uma dinâmica parecida nas plataformas de redes sociais digitais, a construção coletiva das narrativas acontece de forma distinta entre comunicador e morador, visto que estes interagem entre si e com o território em uma relação mais direta.

Cavalcante (2021), ao descrever as mídias comunitárias, aborda que suas características se definem fortemente pelo engajamento popular desde a sua implementação, e que atendem às necessidades locais em relação a aspectos culturais e identitários dos moradores de favela, de forma que sua função midiática neste espaço está para além de um conteúdo noticioso, possuindo também o propósito de se adaptar às realidades sociais do território em que está inserida.

A construção de uma comunicação de dentro para dentro, ou seja, feita pelos moradores e distribuída para os próprios moradores, traz luz à experiências

inéditas e questões reais, contadas por quem vivencia essa realidade. (Cavalcante, 2021, p. 11)

Os meios de comunicação comunitários são espaços participativos, colaborativos e que potencializam a convergência para comunicar de maneira multiplataforma, e mesmo que existam desafios em termos de conexão e falta de acessibilidade, visto que 43% dos moradores de favelas não têm acesso a sinal de Internet em seus lares, de acordo com o Instituto Locomotiva<sup>130</sup>, as oportunidades oferecidas pela digitalização superam essas dificuldades e têm se mostrado o caminho para um jornalismo comunitário mais inclusivo e participativo com grande potencial de expansão de reputação e autoridade.

Com a participação das autoridades municipais e Associações de Moradores para iniciar esse movimento pela democratização da informação localmente, a internet torna-se o principal meio dessa convergência midiática, ou seja, quando os meios de comunicação se adaptam à internet, usando isso como oportunidade para um maior alcance social. (Cavalcante, 2021, p. 24)

Ressaltamos ainda que o uso de novas tecnologias para o fortalecimento do jornalismo comunitário é de extrema importância, uma vez que as plataformas digitais móveis facilitam o acesso a conteúdos como os que são produzidos pelo Maré de Notícias e as constantes atualizações destas ferramentas e as novidades que são ocasionadas por elas, como o uso de IA (inteligência artificial) para a manipulação algorítmica que possibilita alcance direcionado a determinados públicos, por exemplo, reforçam a necessidade de continuar explorando novas tecnologias e formas de comunicar para manter o jornalismo comunitário relevante, eficaz e adaptado às novas realidades digitais.

---

<sup>130</sup> [Instituto Locomotiva](#). Acesso em 22/10/2024

## 4 METODOLOGIA

Este trabalho adota uma abordagem qualitativa e exploratória, baseada em princípios de uma metodologia participativa que envolve ativamente os participantes no processo de pesquisa, para investigar como o jornal comunitário Maré de Notícias, que atuou em conjunto com Organizações Não-Governamentais (ONGs) e instituições governamentais, como a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz)<sup>131</sup>, para mitigar os efeitos da pandemia de Covid-19 no Complexo da Maré, no Rio de Janeiro (RJ), utilizou o Instagram para informar os mais de 140 mil moradores sobre o vírus. Com o principal objetivo de compreender as estratégias de comunicação desenvolvidas no contexto periférico e pandêmico, nossa metodologia está estruturada com base na Análise de Conteúdo (Bardin, 1977; 2011), utilizando como técnicas metodológicas a entrevista com jornalistas e representantes de projetos comunitários (Gil, 2008) e a análise de 15 meses de publicações no Instagram do jornal.

Em um primeiro momento, o método de análise do trabalho feito pelo Maré de Notícias seria somente por meio das publicações no Instagram. No entanto, em função da quantidade extensa de informações sobre a atuação do jornal levantadas durante a pesquisa exploratória e de entrevistas, optamos por integrá-las na análise, dividindo-a em duas partes para explorar de diferentes ângulos a atuação do jornal, mas com resultados que conversam entre si, trazendo um panorama amplo das ações executadas pelo Maré durante a pandemia.

A partir disso, na primeira parte da metodologia deste trabalho, descrevemos como foi o processo de captação e análise das entrevistas com as fontes que atuaram em conjunto na pandemia para entender melhor a história do jornal e sua linha editorial, como se deu o trabalho da equipe durante a pandemia, e quais foram as diferentes ações e campanhas realizadas pelo jornal neste período. Já na segunda parte da metodologia aplicada nesta pesquisa, resgatamos um período de 15 meses de publicações no perfil do Instagram do jornal, para analisar os materiais por editoria e compreender os objetivos do Maré na plataforma enquanto um veículo de comunicação comunitário e periférico e de que forma comunicou sobre o vírus através de diversas temáticas.

### 4.1 Entrevistas

As entrevistas que compõem a primeira parte da análise deste trabalho foram planejadas ainda no pré-projeto e entraram no escopo da pesquisa exploratória logo no início

---

<sup>131</sup> [Fundação Oswaldo Cruz \(Fiocruz\)](#). Acesso em 20/08/2024

do levantamento de dados sobre o objeto de estudo, visto que, de acordo com Gil (2008, p. 27), a pesquisa exploratória tem “[...] o objetivo de proporcionar uma visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”. Assim, em abril de 2022 começamos o levantamento da bibliografia “[...] a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” (Gil, 2008, p. 50) no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), fazendo a sua devida leitura e fichamento até o final de julho, quando começamos a planejar as entrevistas em paralelo com a escrita dos capítulos.

Porém, por conta de algumas alterações temáticas feitas na pesquisa, em maio de 2024 adicionamos cinco novas referências que nos ajudaram a explorar o conceito de redes digitais e comunicação multiplataforma no jornalismo. Assim, o fichamento das leituras realizadas foi catalogado em documento no Google Drive<sup>132</sup> com separação por temática a ser abordada na pesquisa. Ao todo foram 38 leituras de 34 autores/as que resultaram em 82 páginas de fichamento. Destes, constam nas referências finais deste trabalho 30 bibliografias de 28 autores/as. Finalizadas as leituras, partimos para as entrevistas.

Com a finalidade de entender com profundidade a rotina de trabalho dos comunicadores durante a pandemia, as dificuldades enfrentadas, as campanhas realizadas e como foi informar sobre a Covid-19 na periferia e para a periferia, escolhemos o método de entrevista por ser definido como “a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação” (Gil, 2008, p. 109). E, como tínhamos certo conhecimento sobre o problema pesquisado, utilizamos o método de entrevistas por pautas, que nos permitiu explorar as conversas a partir de pontos de interesse pré-definidos. De acordo com Gil (2008),

[...] as pautas devem ser ordenadas e guardar certa relação entre si. O entrevistador faz poucas perguntas diretas e deixa o entrevistado falar livremente à medida que se refere às pautas assinaladas. Quando este se afasta delas, o entrevistador intervém, embora de maneira suficientemente sutil, para preservar a espontaneidade do processo. (Gil, 2008, p. 112)

A partir disso, pensando em extrair o máximo de informações sobre o jornal em poucas entrevistas, buscamos levantar fontes estratégicas que estiveram diretamente ligadas com as ações da pandemia, totalizando cinco pessoas que encontramos por meio do site do Maré de Notícias, LinkedIn, Instagram, matérias a respeito da Covid-19 nas periferias e indicações de outras fontes. E, com o objetivo de coletar dados, nos voltamos para uma abordagem de entrevista informal que, conforme Gil (2008):

---

<sup>132</sup> Conteúdo disponível no apêndice VI deste trabalho.

[...] é recomendada nos estudos exploratórios, que visam abordar realidades pouco conhecidas pelo pesquisador, ou então oferecer visão aproximativa do problema pesquisado. Nos estudos desse tipo, com frequência, recorre-se a entrevistas informais com informantes-chaves, que podem ser especialistas no tema em estudo, líderes formais ou informais, personalidades destacadas, etc. (Gil, 2008, p. 111)

As entrevistas ocorreram todas à distância, entre janeiro e outubro de 2023 com a utilização de ferramentas como o e-mail, LinkedIn e WhatsApp para o primeiro contato com a fonte e, posteriormente, o Google Meet e o WhatsApp para a realização da entrevista. Os entrevistados/as por ordem cronológica foram: Hélio Euclides da Silva, repórter do Maré de Notícias (entrevista realizada via Google Meet em 11/01/2023); Jéssica Pires, coordenadora do Maré de Notícias entre 2022/2023 (entrevista realizada via áudios no WhatsApp em 30/01/2023); Daniele Moura, coordenadora do Maré de Notícias (entrevista realizada via Google Meet em 09/10/2023); Thaís Cavalcante, repórter do Maré de Notícias (entrevista realizada via Google Meet em 10/10/2023) e Luiza Gomes Henriques, assessora de comunicação social na Fiocruz (entrevista realizada via Google Meet em 26/10/2023); outros repórteres do Maré de Notícias, Lucas Feitoza e Samara Oliveira, foram contatados no levantamento de fontes entre março e maio de 2023, mas como não atuaram no período da pandemia, não quiseram conceder a entrevista.

Com um total de 3 horas de entrevistas e 37 páginas de transcrição<sup>133</sup>, o material foi responsável por garantir profundidade de acontecimentos, possibilitando um amplo entendimento sobre a história do Maré de Notícias e toda a luta que motivou a sua atuação durante a pandemia. Os trechos a serem inseridos na análise foram selecionados entre fevereiro e agosto de 2024 e, para facilitar a análise, organizamos as entrevistas por temáticas, que originaram cinco temas principais (história do jornal; linha editorial; Maré na pandemia; parcerias e ações) que trazem a atuação do jornal comunitário em sua completude, podendo ser conferido na seção 5.1 deste trabalho.

## **4.2 Publicações**

Tendo como inspiração a Análise de Conteúdo (Bardin, 1977; 2011) e focando nas ações de comunicação realizadas pelo Maré de Notícias, partimos de uma pré-análise ainda no pré-projeto desta pesquisa. Ao identificarmos que o Instagram do jornal continha um bom acervo do que foi comunicado durante a pandemia, vimos também um grande potencial de análise sobre o que foi trabalhado. A partir disso, seguimos os passos da pré-análise propostos

---

<sup>133</sup> Conteúdo disponível nos apêndices I a V deste trabalho.

por Bardin (2011) de leitura flutuante; escolha dos documentos; formulação de hipóteses e objetivos; e preparação do material, e evidenciamos que devido ao grande volume de publicações, precisaríamos identificar um padrão narrativo nas publicações para tornar a análise possível.

A partir disso, nos dedicamos a pensar os conteúdos que entrariam para a análise, selecionando o período de 15 meses de publicações entre dois momentos estratégicos na cronologia das postagens, sendo o primeiro post no dia 28 de maio de 2020 — data da primeira publicação referente a campanha “Maré diz não ao Coronavírus” — e o último post no dia 1 de agosto de 2021 — marco da vacinação na campanha “#VacinaMaré”. A partir desta definição sobre a primeira fase da análise, que de acordo com Bardin (1977, p. 125) geralmente possui três missões “[...] a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentam a interpretação final”, começamos a seleção criteriosa dos materiais que seriam analisados e estudamos a melhor forma de fazer a sua catalogação, distribuindo o conteúdo por editorias. Desta forma, cada post que tivesse referência ao contexto pandêmico no período selecionado precisava ser armazenado e devidamente organizado em uma editoria que fizesse jus ao seu conteúdo, ou categorizado, segundo Bardin (1977).

A categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o género (analogia), com os critérios previamente definidos. As categorias, são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registo, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efectuado em razão dos caracteres comuns destes elementos. (Bardin, 1977, p. 125)

Assim, post a post escolhido foi aberto para visualização no Instagram para desktop, onde a imagem ou vídeo do post foi printada juntamente com a sua legenda e armazenada em pastas referentes à cada editoria no Google Drive. Além de fazer um acervo de postagens offline para não perder a memória do conteúdo, também organizamos uma planilha com todos os posts catalogados por editoria com o endereço online (link) na íntegra do perfil da rede social do Maré de Notícias<sup>134</sup>.

Entre setembro de 2022 e fevereiro de 2023 foram coletados e devidamente arquivados os 231 posts. Posteriormente, entre março e abril de 2023, após entendermos que precisávamos separar os conteúdos por editorias e não por assunto, fizemos a sua distribuição nas seguintes editorias: Jornalismo (41 posts); Comunidade (20 posts); Cultura (18 posts); Saúde/bem-estar (12 posts); Coronavírus (50 posts); Campanhas (11 posts); Vacinação (40

<sup>134</sup> Material disponível no apêndice VII deste trabalho.

posts); Política (19 posts) e Operações policiais (20 posts). Desta forma, depois da exploração do material, partimos para a análise temática destas editorias, que de acordo com Bardin (1977) é a estratégia que funciona para desmembramento do texto (ou o objeto analisado) em categorias para fazer a investigação dos temas, aplicando discursos diretos simples e rápidos.

Não sendo viável do ponto de vista metodológico desta pesquisa a análise de todos os 231 posts, visto que já temos dois formatos de análise, optamos por fazer a síntese analítica de cada uma das nove editorias, acompanhada de um post que melhor represente o que estamos analisando naquela categoria de conteúdo divulgado pelo jornal, de forma que a análise completa pode ser conferida na seção 5.2 deste trabalho.

### **4.3 O Maré de Notícias**

Situado entre a Avenida Brasil e a Linha Vermelha, o Complexo de Favelas da Maré fica em um ponto estratégico da cidade, na margem da Baía de Guanabara. Reconhecida como bairro carioca em 19 de janeiro de 1994 pelo projeto de lei nº 2119, a Maré tem o maior conjunto de favelas do Rio de Janeiro, que são compostas por comunidades distintas, mas que têm muitos traços em comum. São 16 favelas que lutam pela permanência em seu lugar de origem: Marcílio Dias, Praia de Ramos, Roquete Pinto, Parque União, Rubens Vaz, Nova Holanda, Parque Maré, Nova Maré, Baixa do Sapateiro, Morro do Timbau, Bento Ribeiro Dantas, Conjunto Pinheiros, Vila dos Pinheiros, Novo Pinheiros, Vila do João e Conjunto Esperança.

Com seu processo de formação consolidado entre os anos 1940 e 2000, a mobilização dos moradores é o principal responsável pelo processo de desenvolvimento de boa parte da formação do território e das iniciativas e organizações que lutam pela garantia de direitos básicos nas favelas da Maré. Segundo o Censo Maré, desenvolvido pelo Eixo Desenvolvimento Territorial da Redes da Maré, em parceria com o Observatório de Favelas, o conjunto comporta 140 mil habitantes em 47 mil domicílios distribuídos em um território de 4km<sup>2</sup>.

O Maré de Notícias é um jornal comunitário criado em 2009 pela Associação Redes de Desenvolvimento da Maré (Redes da Maré), instituição fundada em 1997 por Eliana Souza Silva<sup>135</sup>, nascida na Nova Holanda, uma das primeiras favelas do Complexo da Maré. Entendemos que, dado o contexto de construção coletiva do jornal, não podemos falar sobre a história do Maré de Notícias sem falar sobre a Redes da Maré.

---

<sup>135</sup> [Quem é Eliana Souza Silva](#). Acesso em 28/10/2024

A instituição que nasceu a partir de esforços de moradores e ex-moradores do território desenvolve, com o apoio de instituições públicas, privadas, não-governamentais e da população, cerca de 48 projetos e programas sociais<sup>136</sup> em atividade nos eixos de trabalho, educação, arte e cultura, desenvolvimento territorial, memórias, identidades, comunicação e segurança pública<sup>137</sup>. A instituição sem fins lucrativos que há mais de duas décadas atua na Maré tem como missão garantir que os direitos da população que reside no conjunto de favelas da Maré sejam efetivos. A instituição tem como objetivo lutar pelo território que enfrenta desafios de falta de segurança, educação, saneamento e discriminação aos moradores de favelas. A Redes da Maré já levou energia elétrica para a favela, implantou um sistema de coleta de lixo, ciclovias, escolas infantis, oficializou ruas, abriu escolas de dança, cinema, biblioteca, sala de leitura, entre diversos outros investimentos sociais que transformam a realidade dos moradores.

Com o objetivo de informar e mobilizar os moradores do Complexo a contribuir para a superação de estigmas negativos sobre sua comunidade, desde sua fundação pela Redes da Maré, o Maré de Notícias se consolidou como uma ferramenta de transformação social, promovendo narrativas que destacam o protagonismo local e ampliam o acesso à informação de qualidade para mais de 140 mil pessoas. Ao longo de 15 anos e 150 edições<sup>138</sup>, o Maré de Notícias abordou temas fundamentais como segurança pública, educação, saúde e direitos humanos.

O projeto que prevê a formação de comunicadores populares, produção de informação de qualidade para os mareenses, divulgação de ações e projetos da Redes e garantia de direitos básicos como Segurança Pública, além de servir como um canal de aproximação com a população, conta com uma equipe diversificada de jornalistas e ativistas<sup>139</sup> e se tornou referência em jornalismo comunitário, fomentando uma visão crítica e mobilizando os moradores em prol de mudanças que impactem positivamente suas vidas e o território, com atuação essencial ao documentar eventos marcantes, como a pandemia de Covid-19, período em que contribuiu para ações de redução de mortalidade e assistência social, além de cobrir assuntos como a incidência política e policial no território sob a ótica do morador.

Além disso, o modelo de distribuição do jornal impresso do Maré de Notícias é inédito no Brasil. Em apoio à distribuição gratuita do jornal impresso que é feita pela equipe da redação e moradores voluntários, durante a primeira semana de cada mês, o jornal tem uma

---

<sup>136</sup> [Projetos Redes da Maré](#). Acesso em 28/10/2024

<sup>137</sup> Dado do ano de 2023.

<sup>138</sup> [150 edições Maré de Notícias](#). Acesso em 28/10/2024

<sup>139</sup> [Quem faz o Maré de Notícias](#). Acesso em 28/10/2024

parceria de distribuidores com o Espaço Normal<sup>140</sup>, projeto da Redes da Maré referência no atendimento à população em situação de rua e usuários de crack e outras drogas, desenvolvendo inserção social e visibilidade a uma população historicamente negligenciada pela sociedade. Em paralelo à isso, em 2017, como parte de mais uma ação de acessibilidade, o jornal lança a sua versão online<sup>141</sup> com produção de conteúdo diário a partir de temáticas já abordadas no impresso, democratizando ainda mais o acesso aos seus conteúdos que se espalham nas redes sociais e abre as portas da Maré para o mundo.

Algumas parcerias que auxiliam na missão do Maré de Notícias em produzir informação de qualidade para promover cidadania e servir de instrumento de desenvolvimento sustentável na comunidade em áreas como saúde, meio ambiente, mobilidade urbana, direitos humanos, segurança pública, economia, cultura e qualidade de vida são os projetos Conexão - UFRJ<sup>142</sup>, a Ponte Jornalismo<sup>143</sup>, o jornal comunitário Voz das Comunidades<sup>144</sup>, a Agência Lupa<sup>145</sup>, Enóis Laboratório de Jornalismo<sup>146</sup>, Projeto Colabora<sup>147</sup>, RioonWatch<sup>148</sup>, Fala Roça<sup>149</sup> e a Associação de Jornalismo Digital - Ajor<sup>150</sup>.

Em uma perspectiva jornalística de qualificação, o Maré tem dois projetos que promovem a capacitação de jovens comunicadores, como o Lab Conexão UFRJ + Maré, por exemplo. O ciclo formativo sobre comunicação comunitária tem duração de três meses no Jornal Maré de Notícias, onde estudantes de diversas áreas da UFRJ produzem pesquisa e escrevem sobre as 16 favelas da Maré por meio de projeto de extensão da Universidade. Posteriormente, as matérias são publicadas no site do Maré Online. Além disso, o jornal tem o seu próprio laboratório de formação. O “Laboratório de Jornalismo Maré de Notícias”<sup>151</sup> tem ciclos formativos de quatro meses com mentoria, debates e apresentações de conteúdos jornalísticos com 160 horas de carga horária, para fortalecer o processo de qualificação teórica e prática de jornalistas, comunicadores comunitários e/ou estudantes de jornalismo das favelas da Maré.

Para se ter uma ideia da relevância do jornal no território, de acordo com o Censo

---

<sup>140</sup> [Espaço Normal](#). Acesso em 28/10/2024

<sup>141</sup> [Maré online](#). Acesso em 28/10/2024

<sup>142</sup> [Conexão UFRJ](#). Acesso em 06/11/2024

<sup>143</sup> [Ponte Jornalismo](#). Acesso em 06/11/2024

<sup>144</sup> [Voz das Comunidades](#). Acesso em 06/11/2024

<sup>145</sup> [Agência Lupa](#). Acesso em 06/11/2024

<sup>146</sup> [Enóis Laboratório](#). Acesso em 06/11/2024

<sup>147</sup> [Projeto Colabora](#). Acesso em 06/11/2024

<sup>148</sup> [RioonWatch](#). Acesso em 06/11/2024

<sup>149</sup> [Fala Roça](#). Acesso em 06/11/2024

<sup>150</sup> [Ajor](#). Acesso em 06/11/2024

<sup>151</sup> [Laboratório de Jornalismo do Maré de Notícias recebe alunos](#). Acesso em 06/11/2024

Maré, 74,8% da Nova Maré, bairro que concentra mais leitores do jornal, lê o Maré de Notícias, na sequência são os moradores da Praia de Ramos (64,8%), seguidos pelos de Marcílio Dias (15,7%), Roquete Pinto (22,2%), Parque União (25,6%) e Vila dos Pinheiros (39,0%). Do total do território, 20.805 domicílios recebem o Maré de Notícias impresso mensalmente de forma gratuita. Esses dados revelam a importância e a abrangência do meio para as comunidades da Maré.

## 5 O MARÉ DE NOTÍCIAS POR QUEM FAZ

Para analisarmos como o jornal comunitário Maré de Notícias fez a cobertura contra-hegemônica dos acontecimentos referentes à Covid-19 no Brasil, por meio do Instagram, para os moradores das 16 favelas do Complexo da Maré, no Rio de Janeiro (RJ), dividimos esta análise em duas abordagens. Partindo de uma reconstrução do trabalho feito pelos jornalistas e comunicadores sociais em parceria com organizações públicas e privadas, analisamos cinco entrevistas feitas com pessoas-chave para entender a história e a linha editorial do jornal, como se deu o trabalho do Maré de Notícias durante a pandemia e as ações e campanhas feitas em conjunto para mitigar a ação do vírus na favela. Paralelo a isso, em nossa segunda abordagem, ilustramos a comunicação realizada no Instagram do jornal a partir da análise de 15 meses de publicações feitas durante a pandemia de Covid-19, para identificar as características e objetivos da comunicação em cada editoria de conteúdo e como elas conversam com a linha editorial do Maré de Notícias.

### 5.1 Análise de entrevistas

As entrevistas foram realizadas com pessoas estratégicas que atuaram direta ou indiretamente na comunicação do jornal comunitário Maré de Notícias durante a pandemia de Covid-19. Neste sentido, esta primeira parte da análise apresenta trechos de entrevistas<sup>152</sup> com Hélio Euclides da Silva, repórter do Maré de Notícias; Jéssica Pires, coordenadora do Maré de Notícias na pandemia; Daniele Moura, diretora executiva do Maré de Notícias; Thaís Cavalcante, ex-repórter do Maré de Notícias e Luiza Gomes Henriques, assessora de comunicação social na Fiocruz. As entrevistas estão organizadas em temáticas que melhor ajudam a explorar as contribuições dos entrevistados para reconstruir de maneira analítica como se deu o trabalho do jornal durante o período.

Assim, distribuímos o conteúdo das entrevistas em cinco temáticas que nos ajudam a conhecer melhor o jornal, sua história e linha editorial, além de compreender, através de diferentes ângulos, como foi estruturada a sua comunicação na pandemia. As temáticas analisadas estão distribuídas da seguinte maneira: 1. História do jornal: remonta o histórico do jornal comunitário Maré de Notícias com foco em sua importância social para o território; 2. Linha editorial do jornal: explica os objetivos e responsabilidades da comunicação realizada

---

<sup>152</sup> Os entrevistados serão citados durante a análise, respectivamente, como (Silva); (Pires); (Moura); (Cavalcante) e (Henriques).

pelo jornal; 3. Atuação do Maré de Notícias na pandemia de Covid-19: aprofunda a organização do trabalho, estratégias, dificuldades e a participação social no enfrentamento ao vírus; 4. Parcerias: destaca o trabalho colaborativo realizado durante o período que potencializou as ações e promoveu maior engajamento entre outros projetos e comunicações comunitárias; e por fim, 5. Ações: explora como foram desenvolvidas uma ação de combate à desinformação e outra de enfrentamento direto ao coronavírus nas comunidades periféricas feitas com o apoio de instituições públicas e privadas.

### 5.1.1 História do Maré de Notícias

Quando pensamos nas mídias comunitárias como meios de comunicação contra-hegemônicas, temos que pensar muito além da informação. É preciso pensar a saúde, educação, comida no prato, trabalho, cultura, saúde mental, o próprio fortalecimento da comunidade através de vias colaborativas, entre diversas outras características que fazem desta comunicação paralela à tradicional no que diz respeito a prática do fazer jornalístico, mas oposta em significados e constituída, essencialmente, de uma identidade reivindicatória comum (Miani, 2021).

[...] eu acho que a comunicação comunitária no geral é muito importante para pessoas que estão nos seus territórios porque primeiro elas se reconhecem como parte da cidade, como parte da própria história, elas estão ali construindo aquele espaço, são parte daquilo ali, então elas não são marginalizadas, não são marginais, não são criminosas, elas estão em um contexto social que é feito muito para prejudicar a vida mesmo, a vivência. (Cavalcante, 2023, informação verbal)

Neste sentido, quando remontamos a história do jornal comunitário Maré de Notícias, a prerrogativa contra-hegemônica está dada já em sua concepção, devido à forma como foi criado. Desde que a instituição Redes da Maré entendeu que o território precisava de uma representação midiática que retratasse a realidade do Complexo, servindo principalmente como espaço de valorização da memória dos moradores, o entendimento de que seu objetivo não era competir com a mídia tradicional, mas trazer identificação com o morador e servir como porta voz para suas reivindicações, fica estabelecido quando Silva (2023, informação verbal) coloca que:

A gente não quer ganhar do jornal O Globo nem do jornal O Dia. A gente não está concorrendo com eles. Mas a gente quer que o morador entenda a credibilidade do nosso trabalho, que ele possa confiar que a gente vai falar a verdade. (Silva, 2023, informação verbal)

Assim, desde a criação do jornal em dezembro de 2009, o morador é ponto central na construção das narrativas, que por si só são contra-hegemônicas, uma vez que as vivências no território são múltiplas e há diversas realidades nas 16 favelas do Complexo, cuja mídia tradicional não costuma contemplar. Nesta via de construção comum e participativa, até o nome do jornal foi uma escolha dos moradores, conforme explica Silva (2023, informação verbal):

[...] isso foi muito engraçado porque os dois primeiros números do jornal não tinham nome. [...] aqui no Rio tinha um jornal grande chamado Extra [que o nome] também foi escolhido pela população.[...] tinham as urnas das associações de moradores que passavam pelas escolas e as crianças escreviam um nome e aí três pessoas escolheram, teve uma comissão de pessoas que escolheram e se eu não me engano a Flávia Oliveira, ela foi uma das pessoas que escolheu o nome e acabou ficando “Maré de Notícias. (Silva, 2023, informação verbal)

O Maré de Notícias surge a partir da metodologia da Instituição Redes da Maré de pensar a produção de conhecimento e incentivar a mobilização dos moradores como forma de proporcionar a sua autonomia na busca por garantia de direitos, de forma que o jornal se estabelece como meio para que a informação seja central nesta busca, conforme destaca Cavalcante:

[...] a gente reforça que a favela não é só violência e problemas sociais, claro tem e a gente precisa também falar sobre isso, mas também que a favela e as pessoas que estão ali precisam conhecer as suas histórias para poder defender essas histórias e lutar pelas vidas, lutar pela vida da família, a vida do próprio espaço né e preservar isso, preservar essa memória que é tão importante pra cidade e pro país porque sem os moradores, nada acontece, sem a favela nada acontece. (Cavalcante, 2023, informação verbal)

Essa constituição de valores e premissas está dada para o jornalismo comunitário como essencial se pensamos que Peruzzo (2006, p. 4) elabora como uma característica deste tipo de comunicação o seu “conteúdo crítico-emancipador e reivindicativo e tem o “povo” como protagonista principal, o que a torna um processo democrático e educativo”. Todavia, para proporcionar a articulação das pautas trazendo um balanço equilibrado de discussões sobre direitos, acessos e segurança pública, por exemplo, o Maré de Notícias precisou de um amadurecimento cauteloso e bem elaborado para fisgar e integrar os leitores. Silva (2023, informação verbal) explica que no início da história do jornal foi difícil conquistar a aceitação dos leitores porque o Maré de Notícias tinha um formato muito rígido.

Não foi uma coisa de fácil aceitação porque o morador conhecia um outro jornal que tinha acabado e aí surgiu o Maré, que nasce mais formal e que nas primeiras edições era bem quadrado, a diagramação tinha muito artigo, tinha [edições] com duas folhas de artigos, então era aquele tijolão de um morador ler. (Silva, 2023, informação verbal)

Mas assim que identificado esse fator, a redação do jornal entendeu que precisava fisgar o leitor de outras formas para que as discussões mais aprofundadas pudessem ganhar espaço e a mobilização, fator primordial para que o morador queira mudar aquele ambiente (Silva, 2023, informação verbal), fosse tomando corpo e fazendo parte do dia a dia dos leitores.

[...] No Maré de Notícias tem uma coisa que é ouro e que eu brigo muito, é uma coisa que tem lá desde o início que é um pedaço com os caça-palavras, cruzadinhas, jogo de sete erros. Aí você vai me perguntar, o que isso tem a ver com comunicação comunitária? A gente precisa ter essa isca lá pro leitor. Eu já vi muita gente falar comigo, “a primeira coisa que eu olho no jornal são as cruzadinhas, são as palavras, depois eu vou na primeira página”, então o pessoal pega a última página primeiro. É muito difícil pro morador aceitar um jornal mais pesado politicamente.[...] e hoje a gente tem um jornal mais leve, mas que não deixou de ser mobilizador. (Silva, 2023, informação verbal)

A partir disso, quando o Maré de Notícias passa a incorporar questões de segurança pública, direito de acesso à cidade e representação do sujeito favelado nas discussões políticas da sociedade, compreendidas por Sodré e Paiva (2019) e Medrado (2019) como características da luta popular que está diretamente relacionada a estes meios, é tomado por uma dimensão mais séria e que coloca os jornalistas em uma posição de crítica direta ao Estado, mas que por receio de represálias demoraram em incorporar essas pautas cotidianamente no jornal.

[...] o Maré de Notícias, do meio pra cá, ele entrou muito na questão de segurança pública que não tinha lá atrás. A gente tinha medo. Como morador da maré a gente tinha medo de falar de segurança pública. A instituição queria que a gente falasse, mas a gente tinha receio por segurança própria mesmo e aí a gente acabou não falando por muito tempo, mas depois a gente começou. (Silva, 2023, informação verbal)

Além disso, outra insegurança que acompanha a elaboração do jornal até hoje são os recursos para a sua realização, visto que desde que foi lançado, o Maré de Notícias faz tiragens impressas. Para poder bancar essa estrutura o jornal acaba absorvendo parte da captação de recursos dos projetos da Redes da Maré, e ainda assim, “[...] imprimir hoje o jornal é um desafio por conta também do custo, para além do desafio da produção” (Pires, 2023, informação verbal). Além do mais, o jornal impresso demanda força extra de trabalho para que seja distribuído, o que na metodologia do Maré de Notícias, para além de uma ideia inovadora, tem um enorme significado social.

Conforme Moura (2023, informação verbal) o jornal impresso, no início, era distribuído em conjunto com as associações de moradores, porém, notou-se que as edições

não estavam sendo devidamente distribuídas, o que ocasionou em uma parceria com o projeto social Entre Bicos e o Espaço Normal da Maré, que durou até antes da pandemia e proporcionou geração de renda para os distribuidores, além de uma reinserção social digna.

Pensamos que ninguém melhor do que eles que moram na rua ou que moraram na rua que vão conhecer a rua então a gente vai cobrir a maré inteira como nunca a gente cobriu. E aí eles tomavam banho no espaço, que é um espaço de referência à população em situação de rua, então lá tem banheiro, tem roupas, as pessoas chegam lá, tomam seu banho e saem de lá [...] uma pessoa mais habitável para a sociedade. Então as pessoas não reconheciam eles e eles se permitiram muitas vezes estar em processos que eles jamais imaginavam estar. Então isso foi muito lindo e o negócio ficou muito potente, foram três anos assim onde a gente começou isso em 2018 de uma maneira muito linda. (Moura, 2023, informação verbal)

Em paralelo a isso, em 2017 é fundado o Maré Online, site que comporta o jornal online do Maré de Notícias e que foi criado com a perspectiva de levar os conteúdos do impresso para fora da Maré de uma maneira equilibrada com uma outra perspectiva de divulgação e que levou a uma convergência de dimensão empresarial (Salaverría, 2003) com uma incidência política bastante forte nas redações do Rio, que incitou em uma disputa de narrativas, conforme explica Moura (2023, informação verbal):

[...] a gente começou essa incidência política bastante forte nas redações do Rio, sobretudo TV Globo, Record, SBT... Como eu fui de redação muitos anos as pessoas lincavam a minha figura com a Redes da Maré, então o tempo inteiro ficavam “ah você tem um personagem para ajudar a gente?” e eu dizia “não tenho não, eu só tenho um personagem para ajudar vocês se vocês ajudarem a gente numa perspectiva de cobertura correta” e assim foi. A gente de fato virou fonte né, a gente conseguiu de fato intervir um pouco nessa narrativa porque é uma disputa de narrativa. (Moura, 2023, informação verbal)

No mesmo movimento de levar a comunicação institucional e o jornalismo comunitário da Maré para fora, as redes sociais, que eram compartilhadas, sofreram uma ruptura de conteúdos e de equipe, o que levou a uma convergência de dimensão comunicacional (Salaverría, 2003) em que o jornalista é impactado e precisa repensar a forma de comunicar, conforme explica Pires (2023, informação verbal):

Conversamos, obviamente, muito mais com o território do que com o público externo a partir do Instagram e de outras redes sociais também, mas a partir de um objetivo de incidir tanto na produção de pautas né, sobre favelas, quanto, enfim, nessa busca por direitos que são negligenciados pelo estado nesse território, a gente também precisa conversar com outros públicos e as redes sociais acabam sendo um lugar mais democrático para isso. (Pires, 2023, informação verbal)

Neste sentido, as equipes jornalísticas do Maré de Notícias passam a enfrentar uma realidade de trabalho multiplataforma (Salaverría, 2003) e precisam reorganizar sua estrutura para atuar em redes (Castells, 1999), ficando estabelecido que “a equipe que cuida do Instagram, são pessoas específicas, mas a produção de conteúdo é feita por uma mesma equipe. Os jornalistas escrevem tanto para o impresso quanto para o site” (Pires, 2023, informação verbal). Desta forma, desde que o Maré de Notícias se estabelece como um jornal comunitário impresso fixado no território, até o momento em que abre uma janela para comunicar sobre o Complexo para fora, existem estratégias de uma equipe jornalística que define o que passa a ser entendido como comunicação institucional (Redes da Maré) e o que será jornalismo comunitário propriamente dito, para que a partir disso o jornal ingresse em uma fase alicerçada em redes dentro e fora da favela para comunicar sob a perspectiva e a ótica do morador o que acontece no território.

### **5.1.2 Linha editorial do jornal**

Como vimos em diversos trechos deste trabalho, o jornalismo comunitário possui uma enorme responsabilidade social com o território que representa, o que em situações como a pandemia de Covid-19 se mostrou intensificado, uma vez que o trabalho dos jornalistas estava muito além de levar informação de qualidade, mas também de atuar no apoio básico da manutenção da vida das pessoas mais afetadas pelo vírus. Neste sentido, a atuação do Maré de Notícias mostrou-se referencial pelo simples fato de que incorpora o que Araújo (2019), Peruzzo (2003; 2006), Rovida (2020), Medrado (2019) e Souza (2001) definem como jornalismo ou comunicação comunitária em sua excelência, partindo da linha editorial do jornal, que de acordo com Moura (2023, informação verbal) “é o morador, a nossa persona é o morador. Então é nessa perspectiva que o jornal nasce e cresce”.

O Maré de Notícias, portanto, é um jornal que “apura o que acontece na Maré para o morador da Maré” (Moura, 2023, informação verbal), que escreve para o vizinho (Silva, 2023, informação verbal), que coloca a participação do morador como fundamental (Silva, 2023, informação verbal) e que tem uma missão cheia de elementos essenciais ao praticar jornalismo, como a conexão genuína com o território na hora de informar.

Quando a gente faz esse trabalho, a gente precisa pensar muito no que a gente está fazendo pro nosso amigo. Porque se a gente trabalha no território e tem muitos amigos lá a gente está fazendo pros nossos amigos. A gente está fazendo pro nosso vizinho, a pessoa que morou ao nosso lado, que foi nosso vizinho que viu a gente nascer, viu a gente crescer. A gente está

falando com nossos parentes. [...] Eu também estou escrevendo pra aquele cara que não me conhece, mas que um dia eu quero conhecer. Então você precisa ter esse pensamento de que você não está escrevendo por escrever. (Silva, 2023, informação verbal)

Neste sentido, o jornalista se torna um [...] contador de história e o Maré de Notícias virou um livro de histórias da Maré (Silva, 2023, informação verbal), no qual os personagens fazem parte da construção dessa história a partir da ampla participação em uma redação periférica participativa. Assim, entendemos que a participação popular no jornal se dá de forma orgânica em uma relação onde o morador e o jornalista constroem juntos um jornal que todos querem ler, como afirma Silva (2023, informação verbal):

[...] a gente lá no início recebia muitas cartas que as pessoas deixavam na instituição, um envelope com alguma coisa dentro ou sugestões de pauta, críticas, poesias, desenhos das crianças, então a gente já recebia isso e com o tempo foi passando para e-mail, depois WhatsApp, mas a gente anda na rua [...] e eu sempre falo que as pessoas precisam andar na Maré porque nesse andar você consegue trocar ideias com os moradores. Muitas coisas que acontecem no Maré de Notícias os moradores falam “ó isso aqui podia ser assim, isso aqui podia ser melhor”. Então eu acho que a participação do morador é fundamental no Maré de Notícias e a comunicação comunitária tem que entender que não é dona do jornal, o Hélio não é dono do jornal. O morador constrói o jornal e se ele não quiser ler, se ele não quiser receber, acabou o jornal. [...] o morador é o principal elemento desse jornal. (Silva, 2023, informação verbal)

Da mesma forma que comunica o cotidiano e a realidade dos moradores com proximidade e verdade, o Maré de Notícias não tem a intenção de ser “a voz do morador”, mas sim, um agente amplificador de vozes que historicamente são reprimidas, seja no debate público, seja na representação feita pela mídia tradicional, como explica Silva (2023, informação verbal)

A gente não é a voz do morador. Morador tem voz. Morador não é mudo, morador não é calado, entendeu? Morador tem língua. Ele tem voz. O poder público que não quer ouvir o morador muitas vezes. Então o que é o jornal comunitário? Ele é aquele microfone pra essa pessoa. Ele vai ampliar a voz dessa pessoa. Ele vai fazer a ponte do poder público e vai mobilizar esse morador para que ele não fique de braços cruzados. Porque senão a gente se transforma em Deus. Jornalista não é Deus. (Silva, 2023, informação verbal)

E além disso, é preciso considerar que a maioria dos jornalistas e comunicadores comunitários moram no território, logo, são parte das narrativas e lutam pelos mesmos direitos, fortalecendo a ideia de uma construção coletiva orgânica e que se preocupa com o bem-estar mútuo daquela comunidade (Rovida, 2020).

[...] Quando você anda na favela da Maré, você conversa com os moradores. Muitas vezes você acalma o morador que está apreensivo com alguma coisa, você está ali acontecendo. [...] E a gente participa disso porque a gente faz

parte do território, a gente tem que construir o território junto. [...] e tinha aqueles momentos ali da pandemia que a gente precisava conversar com as pessoas. Tem pessoas que falam “mas eu não escuto mais nada da pandemia, eu não ligo mais a televisão” e a gente falava “olha você precisa ser informado, o WhatsApp não é o teu veículo de notícia, você precisa procurar ouvir o especialista, você precisa saber o que é, você precisa ir ao teu posto médico, você precisa ouvir o agente de saúde. (Silva, 2023, informação verbal)

Dentro desta lógica editorial, a construção da notícia, por sua vez, coloca não somente o morador, como também o contexto periférico inteiro do território no centro das pautas, porque se não tiver uma leitura da favela sobre o acontecimento não vai ser de interesse do jornal falar sobre aquilo. Se o morador é o foco principal das questões, o que for tratado no jornal precisa incidir na vivência daquela comunidade, como explica Silva (2023, informação verbal),

[...] a gente precisa ter notícias da favela, não necessariamente só da Maré, mas da favela, para uma visão da favela sobre o que está acontecendo. [...] Qual a visão da favela sobre o que aconteceu em Brasília esse final de semana? É diferente. É diferente do que todos os jornais estão publicando. Então é isso que eu acho que a gente tem que pensar. [...] a gente pode falar de notícias do Brasil porque tem influência na Maré e nas outras favelas. [Mas] não adianta a gente falar que está chovendo, por exemplo, no sertão do nordeste. A gente só vai trazer [essa informação] se tiver alguma coisa do mareense presente nisso. Então a gente precisa ter esse vínculo porque a gente sabe, por exemplo, que se muda o prefeito da cidade vai influenciar na Maré porque a Maré faz parte da cidade do Rio de Janeiro. Se muda o governo do estado, por exemplo, esse governo que está aqui hoje tem a questão das operações policiais, isso vai influenciar muito dentro da Maré. Se entra o governo Lula, que é um governo popular, um governo que em oito anos fez um tratamento diferenciado para a fome, mas que ao mesmo tempo trabalhou a UPP... Então tem essa questão que a gente precisa trabalhar, a gente não pode bater palma só. Então a gente pode falar de outros assuntos, mas precisa ter algum vínculo. A Maré não é uma ilha, ela é vinculada à cidade, ao estado e ao município. (Silva, 2023, informação verbal)

Essa visão editorial se estende para os conteúdos que vão para as redes sociais. Sempre que o morador e o território são valorizados na narrativa de pautas que focam na representatividade ou identificação, destacando as potências, as histórias de sucesso e os saberes da favela, o conteúdo chama ainda mais a atenção dos leitores, conforme Pires (2023, informação verbal), destaca:

A gente sempre sente que pautas que são mais territoriais geram algum tipo de identificação de representatividade e alcançam mais. Um exemplo foi um post que a gente fez no dia 19 de janeiro que é o dia de uma lei municipal que instituiu em 1994 a Maré como bairro e então a gente fala um pouco sobre isso, sobre o fato de a Maré ser um bairro e qual a Maré que a gente quer, enfim. [...] Então é isso, quando as pessoas se veem, veem o território representado, se identificam com a pauta de fato, a gente alcança muito mais. (Pires, 2023, informação verbal)

Quando nos voltamos para a organização redacional multiplataforma do jornal, o Maré de Notícias se constitui de uma edição impressa mensal de 16 páginas em que todas as suas matérias são exploradas no site e nas redes sociais com diferentes fluxos de produção e com o devido tratamento na linguagem e formato das informações para a internet (Canavilhas, 2003), assim como as matérias que demandam mais velocidade de divulgação, ou que cobrem assuntos quentes, são veiculadas com maior incidência diretamente nas redes, dado seu potencial de alcance e rapidez (Pires; Moura, 2023, informação verbal).

A gente também começou a entender que tinha esse lugar também importante de disseminar informação mas rapidamente, então não só do impresso mas também do online, então tudo que vai do online vai pro Instagram, mas nem tudo que tá no impresso tá no Instagram. (Moura, 2023, informação verbal)

Portanto, do impresso ao digital o jornal foi aprimorando a sua comunicação e plataformizando seus conteúdos para diferentes contextos através da experimentação, mas sempre com o mesmo objetivo editorial de informar a partir da ótica do morador e incidindo na disputa de narrativas do jornalismo tradicional com uma comunicação que valoriza a história e as vivências do cidadão periférico.

### **5.1.3 Atuação do Maré de Notícias na pandemia de Covid-19**

Partindo desta estrutura comunicacional favelada, participativa e não hegemônica no seu modo de ser e fazer, o Maré de Notícias se vê de frente com a maior crise sanitária que já atingiu o Brasil, impactando sem precedentes os serviços e estruturas sociais deste país e o que já era difícil no contexto periférico, ficou ainda mais complicado. Nesta via, o jornalismo comunitário do Maré de Notícias viu a sua rotina mudar completamente e fez do compromisso social com a comunidade uma luta diária para mitigar a ação do vírus no território levando informação de qualidade, o que não foi uma tarefa fácil, conforme relembra Silva (2023, informação verbal),

[...] no início acho que foi mais difícil porque a gente não sabia o que era. A gente achava que ia ficar assim quinze dias e que logo ia voltar ao normal. A gente não sabia, a gente não entendia o que era pandemia, a gente não tinha muita noção. E aí quando passou de quinze dias a gente se assustou e foi correr atrás do que a gente não sabia. (Silva, 2023, informação verbal)

A rotina de trabalho dos jornalistas mudou e em meio ao cenário pandêmico tudo precisou ser adaptado. Por causa da rápida transmissão do vírus através de superfícies e do modelo de distribuição de porta em porta do jornal impresso, esta modalidade precisou ser

interrompida. Todavia, o trabalho continuou, e ainda mais intenso, de forma que tudo que era produzido passou a integrar o site e as redes do jornal, momento em que o jornalista, “para poder realizar com eficácia o trabalho passou a chamar um jornalista multimídia” (Salaverría, 2003, p. 33, tradução nossa)<sup>153</sup>. Assim, conforme Silva (2023, informação verbal) “[...] a gente trabalhava como se montasse o impresso, tinha que entregar no prazo, fazia o impresso e jogava on-line”. A partir deste momento a relação do jornal com as plataformas digitais também mudou, visto que o meio digital era o possível naquele momento e o jornal se adaptou a isso com a mesma credibilidade com que executava o impresso.

[...] acho que a gente tem hoje uma visão da importância da internet que a gente não tinha, de que esse corre do online é muito mais rápido que o jornal, porque o jornal é mensal e aí a circulação na Maré é lenta, então a gente tem essa visão hoje da importância da internet. E eu acho que hoje a gente tem um espaço mais aberto por conta desse trabalho que a gente [...] o Maré de Notícias hoje, quando chega em algum lugar depois desse trabalho que a gente fez, [as pessoas] têm outro olhar do que tinham antes da pandemia. Eu não gosto muito de falar que a pandemia trouxe alguma coisa de bom mas acaba que, por um lado ou por outro. (Silva, 2023, informação verbal)

Além de migrar completamente para o digital durante o período, o Maré de Notícias precisou se adaptar às ferramentas que facilitavam o dia a dia do jornal e que estavam dominando a cena da pandemia, como o uso frequente do WhatsApp, por exemplo.

[...] não tem como negar que a gente usou muito WhatsApp, a gente tinha [...] essa coisa do WhatsApp muito próximo, tanto que eu tenho dois chips de celular e os dois estão cheios de contatos que eu tenho de inúmeras pessoas lá da Maré. (Silva, 2023, informação verbal)

A rotina da redação foi completamente impactada. O trabalho triplicou e com o aumento das comunicações institucionais da Redes da Maré, a equipe precisou ser dividida entre a instituição e o Maré de Notícias, de forma que “[...] alguns jornalistas, alguns repórteres foram para a comunicação institucional da Redes falar só da Redes da Maré e outros ficaram na parte do Maré de Notícias” (Pires, 2023, informação verbal). Ainda assim, o trabalho de produção do jornal foi muito intenso.

[...] a gente criou muitos produtos interessantes, podcast, audiovisual e foi um momento de muito aprendizado e de muita produção também, olhando a linha do tempo da minha carreira profissional, de crescimento também, de amadurecimento, mas eu acho que a gente conseguiu de fato entregar produtos que eram necessários e que fizeram a diferença pras pessoas naquele momento. Tanto nesse lugar de informar as pessoas sobre a pandemia no geral, quanto o que a Redes da Maré tava fazendo nesse enfrentamento. Então foi um momento muito importante e fundamental. (Pires, 2023, informação verbal)

<sup>153</sup> “para poder desempeñar con eficacia el trabajo de eso que se ha dado en llamar periodista multimedia.” (Salaverría, 2003, p. 33).

Nos momentos iniciais da pandemia, uma parte da equipe do jornal trabalhou de casa e dependeu das pessoas que estavam trabalhando na rua para construir as matérias em uma estrutura de trabalho híbrida, colaborativa e adaptada ao momento.

A Redes da Maré ficou num lugar de muita produção de conhecimento, então a gente acabou bebendo muito dessa fonte de produção de conhecimento dos eixos da Redes da Maré. E aí tinham escalas, a equipe fazia rondas na rua, mas sempre com toda a proteção possível, equipamento de proteção individual. A dinâmica de trabalho na redação, que é um ambiente pequeno, não aconteceu porque os profissionais faziam ronda na rua, a gente contava com esse corpo de produção de conhecimento da Redes, mas a gente não se encontrava fisicamente na redação por conta desse cuidado que era necessário. (Pires, 2023, informação verbal)

Sem saber muito bem como comunicar sobre a doença no início da pandemia e precisando lidar com todas as problemáticas e inseguranças que envolviam o enfrentamento periférico do vírus, os jornalistas precisaram se reinventar, e ao mesmo tempo, praticar a essência da comunicação comunitária no momento de crise para trazer informações apuradas sobre o que, de fato, estava acontecendo e como as pessoas podiam se cuidar no contexto da favela.

A gente tinha medo, né? A gente ia pra rua com medo. Eu não vou negar. Apesar da Redes assegurar tudo ali, a gente tinha muito medo. [...] muito do que a gente fez nas matérias foi contar o que a gente via. [...] a gente inocentemente fez a limpeza de todas as ruas com água e sabão e achava que isso ia ficar seis meses sem espalhar o vírus e depois descobriu que isso não tinha nada a ver, não servia pra nada. [...] No início tinha isso, a gente não sabia muito, a gente ia descobrindo aos poucos e isso fazia parte. Então usamos muito telefone, usava máscara, álcool em gel [...] Então tinha toda uma segurança, né, pra que a gente não tivesse contato. [...] A gente sabia que tinha o risco, mas a gente tinha que estar trabalhando dentro da Maré. (Pires, 2023, informação verbal)

Mesmo com a enorme carga de trabalho dos jornalistas, que tinham reuniões diárias de alinhamentos de pauta e análise da conjuntura dos acontecimentos, Silva (2023, informação verbal) descreve o momento como “parte de mostrar credibilidade, de lutar contra o que estava acontecendo”, visto que tinham muitos números de doentes que não estavam sendo contabilizados por causa do apagamento de dados que acontece nas favelas brasileiras e que fez com que os jornalistas do Maré fossem mais incisivos na procura pelos números verdadeiros.

[...] tinha números errados de doentes e a gente começou a discutir se ia para a rua, isso foi no início quando a gente não ia, mas depois começamos a ir na UPA procurar pessoas doentes e entrevistar. Então assim, era um risco, né? Eu tinha medo e mesmo assim eu ia. A Record me entrevistou um dia. “Poxa

você está na rua trabalhando e como é que é isso?” Falei que eu tenho medo mas eu tenho que mostrar a notícia, essa entrevista que eu vou trazer pode mudar muita coisa. (Silva, 2023, informação verbal)

E em meio a toda essa dinâmica, as diretrizes do Maré de Notícias eram de não amedrontar o morador ao trabalhar uma comunicação que trouxesse informações de serviço à comunidade para auxiliar na proteção contra o vírus, mas sem causar medo.

[...] a gente queria passar o que o especialista estava dizendo, o tratamento, o distanciamento, mas não queria passar medo como tinha veículos dizendo que ia acabar o mundo porque não ia acabar o mundo, a gente só precisava seguir até a vacina aparecer. (Silva, 2023, informação verbal)

Assim, a comunicação do jornal no Instagram focou em produzir informação para prestação de serviços sobre o que as pessoas precisavam saber sobre o vírus naquele momento, além de combater a desinformação, característica que agravou a cena da pandemia e redobrou o trabalho dos jornalistas.

[...] especificamente no Instagram a ideia sempre foi muito olhando nesse horizonte de combater desinformação [...] Então a gente checava informações que estavam circulando e aí os nossos comunicadores produziam vídeos contra argumentando, trazendo a informação correta sobre aquilo que estava rolando. Fora isso, matérias e reportagens que traziam informações que precisavam ser veiculadas e distribuídas para os moradores naquele momento. (Pires, 2023, informação verbal).

A comunicação do jornal neste período, portanto, partiu de diversas fontes. No Instagram foram lançadas várias campanhas para divulgar os perigos do coronavírus, informar sobre como se proteger, buscar apoio, evitar as desinformações que rondavam as redes sociais e, no segundo ano da pandemia, promover a vacinação. E enquanto o jornal impresso estava suspenso, os PDFs das edições iam para o site, canal que foi muito usado nesse período. Em apoio à essa comunicação digital, através do WhatsApp eram distribuídas pautas que eram produzidas para o site em formato de áudios e cards. Mas para além desse trabalho online, também foi realizada uma ação com conteúdos específicos de conscientização com lambe-lambes que foram distribuídos em pontos estratégicos do território (Pires, 2023; Henriques, 2023, informação verbal).

#### **5.1.4 Parcerias**

Para formular e tocar adiante as diversas campanhas encabeçadas pela Redes da Maré e pelo Maré de Notícias durante a pandemia, foi preciso muito trabalho de mobilização social

para pensar como atingir de fato quem precisava saber como se proteger e como ajudar essas pessoas na prática. Nesta via, o jornalismo comunitário do Maré de Notícias fez diversas parcerias para tentar barrar o avanço da Covid-19 no Complexo, gerando uma rede de ações que funcionava interconectada. A partir disso, uma das principais parcerias feitas durante a pandemia foi com a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), que desde o início da crise foi braço de apoio direto para obter informações com os especialistas da instituição, visto que era uma preocupação do jornal entender com profundidade o que estava acontecendo para divulgar da melhor forma, sem apenas replicar o que a prefeitura ou os jornais locais estavam repassando.

A gente queria saber da verdade. Então quando a gente viu que havia essa movimentação, essa mobilização de pessoas a gente logo colou pra que a gente pudesse também estar junto nisso. [...] eu acho que quando a gente se une com outros grupos a gente vai dando as mãos, a gente vai fortalecendo. Então isso foi um grande posicionamento nosso de querer estar junto, de querer falar os números verdadeiros, o que estava acontecendo mesmo, que antes não era realidade. [...] Então foi bem bacana porque a gente trocava figurinhas com os outros jornais e com os outros movimentos de outras favelas. (Silva, 2023, informação verbal)

A cooperação social com as favelas promovida pela Fiocruz construiu projetos em conjunto com diversas comunidades além da Maré. Característica por desenvolver ações com representatividade e com vínculo à população para entender como funciona o território, o protagonismo da participação da população foi um dos diferenciais que marcou esta parceria (Henriques, 2023, informação verbal). As campanhas desenvolvidas com a periferia eram feitas com os moradores de favela e não para os moradores de favela, de forma que a causa era um grupo de pessoas em uma realidade onde [...] a gente não teve recursos adicionais, os recursos que a gente tinha eram os recursos humanos e a vontade de fazer (Henriques, 2023, informação verbal).

[...] tudo foram amadurecimentos dos processos que caminharam junto das descobertas científicas também, de tipo assim, teve uma época que a gente devia diminuir o máximo as superfícies de contato onde as pessoas pudessem transmitir o vírus, aí a gente adotou algumas saídas, identificou ao longo do processo pontos das comunidades junto das organizações comunitárias que era importante ter cartazes e orientações específicas tipo a fila da padaria, o ponto de mototáxi. (Henriques, 2023, informação verbal)

A partir disso, dado o alto volume de trabalho de todos que tentavam salvar vidas na pandemia, seja por meio da informação de qualidade, seja desenvolvendo ciência para combater o vírus, as equipes do Maré de Notícias e da Fiocruz não conseguiam realizar reuniões de pauta em conjunto, mas as trocas estavam à uma mensagem no WhatsApp de

distância e proporcionaram a construção coletiva das matérias durante o período (Silva, 2023, informação verbal).

[...] a gente criou um grupo no WhatsApp, então esse grupo que a gente pautava “ah a gente tá fazendo uma campanha e precisa de um personagem que faça não sei o quê”. “Ah a gente precisa de um médico” “Ah claro tem um médico aqui” e aí esses médicos começaram também a trabalhar um pouco com a gente nesse lugar trazendo um pouco disso [informações especialistas] e então a gente acionava quando necessário. (Moura, 2023, informação verbal)

Enquanto isso, a assistência básica para proporcionar o enfrentamento seguro do vírus aos moradores mais vulneráveis veio da Redes da Maré e de suas parcerias.

A Redes da Maré, como um todo né, como organização, é que pensou, esteve nesse lugar mais de assistência no sentido de garantir a segurança alimentar, garantir o mínimo ali no apoio ao saneamento básico pros moradores, apoio a questão da saúde mesmo né, disponibilizando testagem gratuita, telemedicina, apoio também ao isolamento seguro. [...] Foram distribuídas mais de 60 mil cestas básicas, então muitas famílias naquele momento contavam com esse apoio pra seguir, sabe? o enfrentamento desse momento que a gente sabe que foi único. (Pires, 2023, informação verbal)

E quanto mais a mobilização das campanhas institucionais da Redes da Maré crescia, mais pessoas e parcerias estavam envolvidas, o que resultou em um mapeamento involuntário de qual era a situação no Complexo. Com o trabalho de distribuição de cestas básicas, material higiênico e de limpeza para as pessoas e também quentinhas para quem estava contaminado e que não podia trabalhar, numa tentativa de promover um isolamento social seguro (Moura, 2023, informação verbal), a instituição acabou fazendo um mapeamento involuntário da situação dos bairros, o que mais tarde originou, através de uma iniciativa coletiva o Painel dos Invisíveis, o mapeamento periférico de dados com números reais sobre o vírus na favela, que subsidiou dados para fora, fazendo do Maré de Notícias uma fonte oficial sobre a Covid-19 no Complexo.

[...] foi um mapeamento a partir da mobilização comunitária. A gente não estava querendo metodologicamente fazer o levantamento, mas foi inevitável porque a gente começou a ter esse dado na mão e começou a minerar. No caso do maré de notícias a gente fez um mapa chamado mapa dos invisíveis onde a gente conseguiu ali mapear onde tinha por raça, gênero e favela onde tava isso e a gente começou a subsidiar para a prefeitura do Rio e para a Secretaria de Saúde da Prefeitura do Rio que não tinham esse dado a partir do que a gente tinha. Então era um dado que para eles era desconhecido no decorrer desse processo e a gente virou o agente de informação oficial porque como a gente tinha parceria também da Fiocruz isso também deu uma chancela que a gente pudesse dar essa informação. [...] Então isso começou a crescer e subsidiar e muita gente olhar pra gente nessa perspectiva dessa metodologia de mobilização comunitária. (Moura, 2023, informação verbal)

A partir deste momento, dado o sucesso da parceria entre o Maré de Notícias e a Fiocruz, a visibilidade e o destaque das ações promovidas pelo jornal atraiu o interesse da instituição que mais tarde veio a disponibilizar as vacinas em ações de imunização dentro do território, providenciando todo o tratamento contra o vírus dentro da favela, possibilitando acesso aos testes e munindo a clínica da saúde com materiais de enfrentamento ao vírus. Além desta parceria fundamental, o Maré de Notícias contou com diversas outras frentes de mobilização social pública e privada. Porém, por entender neste trabalho que depois do coronavírus as notícias falsas causaram enormes danos à população, ao invés de trazer aqui todas essas campanhas, vamos explorar a parceria do jornal com a Lupa, agência de verificação e checagem de informações que também foi parte importante na comunicação do jornal no Instagram.

### 5.1.5 Ações

O Complexo da Maré apresenta demandas e questões do território que revelam severas desigualdades no que diz respeito ao saneamento básico e acesso à água, itens vitais no enfrentamento da Covid-19. Neste sentido, o desenvolvimento de ações de apoio ao território para combater o vírus foi essencial durante a pandemia. O Maré de Notícias e a instituição Redes da Maré realizaram diversas campanhas durante o período, que só foram possíveis com o apoio de parcerias potentes que somaram à iniciativa. Entre essas parcerias, a da Fiocruz e da Agência Lupa<sup>154</sup> entram nesta análise por atuarem em duas frentes que consideramos essenciais nesta pesquisa: o contato direto com especialistas em uma rede de apoio que potencializou as estratégias e ações realizadas em prol da saúde no território e no apoio à instrumentalização dos jornalistas para desenvolver conteúdos de combate à desinformação.

A começar pelo trabalho de enfrentamento ao vírus, a campanha #MaréDizNãoAoCoronavírus teve início em março de 2020 e movimentou em média cerca de 300 pessoas por dia em todo o processo para viabilizar a ação, desde a organização, mobilização, comunicação, captação e prestação de contas até o processo de logística e distribuição<sup>155</sup>. A campanha teve seis frentes de atuação com ações de mobilização por um território seguro para enfrentar o vírus. Foram elas: segurança alimentar; atendimento à população em situação de rua; acesso a direitos e cuidados e prevenção em saúde; produção e difusão de informações e conteúdos seguros; geração de renda; e apoio a artistas e grupos

---

<sup>154</sup> [Agência Lupa](#). Acesso em 12/09/2024

<sup>155</sup> [Maré diz não ao Coronavírus](#). Acesso em 17/09/2024

culturais locais. Dentro da ação de difusão de informações, foram desenvolvidos uma série de produtos de comunicação para ajudar os moradores a se informarem da situação da pandemia nas favelas com indicações de como se prevenir. Entre eles a campanha “Se Liga no Corona!”<sup>156</sup>, feita em parceria com a Fiocruz.

Nesse processo em conjunto com a comunicação da redes a gente tinha que pensar em como mobilizar uma campanha visto que a gente começou a entender que tinha na Maré, por conta dessa coisa do trabalho, pessoas se sujeitavam a trabalhar indo de ônibus e tal de uma maneira muito arriscada ou então elas morreriam de fome porque não tinham trabalho. Então criamos aí esse Maré Diz Não ao Coronavírus que foi uma grande campanha da comunicação não só da Redes da Maré, mas como um todo. (Moura, 2023, informação verbal)

Dentro do universo desta campanha da Maré, a Fiocruz entra como parceira estratégica da favela para que se pudesse ter acesso a informação de qualidade que desse conta dos desafios da comunidade, criando então a campanha “Se Liga no Corona!”, que teve a organização conjunta dos coletivos populares Conselho Comunitário de Manguinhos, Conselho Gestor Intersetorial (CGI-Teias Manguinhos), Comissão de Agentes Comunitários de Saúde de Manguinhos (Comacs), Redes da Maré, Frente de Mobilização da Maré, Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré (Ceasm), Coletivo Favelas Contra o Coronavírus, Dicionário Carioca de Favelas Marielle Franco (Wikifavelas), Jornal Fala Manguinhos!, Jornal O Cidadão, Rede Emancipa de Educação Popular, Sindicato Estadual dos Profissionais de Educação do RJ (Sepe-RJ), Sindicato dos Trabalhadores da Fiocruz (Asfoc-SN) e Voz das Comunidades (Henriques, 2022, p. 155).

Isso foi uma campanha em parceria com a Fiocruz para que a gente pudesse ter informação de qualidade que desse conta da comunidade no sentido de “vamos usar álcool gel 70%?” “o que é álcool gel 70% pro povo que não tem o que comer?” “como é que eu posso substituir esse tipo de substância?”. Então foi eles ajudando a gente a ensinar como utilizar água sanitária no lugar do álcool, por exemplo. “Ah não tem como comprar máscara descartável”, vamos costurar. Então a gente começou a mobilizar costureiras, doação de tecido, para enfim... Era na verdade um tiro para redução do dano né e a gente não tinha o resultado mas tinha a redução do dano, então muito carro de som na rua “Se liga no Corona, fica em casa” [...] uma pessoa com coronavírus poderia conviver com uma outra pessoa que não estava em questão de isolamento, um fica na sala outro fica no quarto, enfim, tentando criar pensando na perspectiva de que a rua é prolongamento da casa do cidadão mareense, das pessoas, então com toda essa perspectiva, entendendo isso, virou um corpo enorme isso. (Moura, 2023, informação verbal)

---

<sup>156</sup> [Se Liga no Corona!](#) Acesso em 17/09/2024

Neste sentido, a construção da campanha consistiu essencialmente “[...] em um dos esforços da Fiocruz, conjugado com parceiros dos territórios de favelas, para que as orientações de prevenção à Covid-19 pudessem dialogar com pessoas de todas as classes sociais” (Henriques, 2022, p. 155), de forma que através do diálogo entre os representantes de favela fossem desenvolvidas ações que contemplassem todas as características ímpares dos territórios. Assim, o trabalho em conjunto entre a Fiocruz e os representantes da Maré garantiu desenvolver ações pertinentes ao contexto das favelas.

[...] a campanha ela já surge desse diagnóstico de que se fosse para fazer, para emitir mensagens descontextualizadas, isso o resto da mídia já tava fazendo, então pra gente fazer algo que se adequasse aquele contexto, a gente precisava ter uma grande capacidade de escuta, de acolhimento e de esforço institucional para articular os recursos que existiam. (Henriques, 2023, informação verbal)

O trabalho entre Maré e Fiocruz se tornou um espaço de reflexão no sentido amplo da saúde, mas que fez pensar as minúcias do território para elaborar soluções e mesmo com a desmobilização da campanha quando foi substituída por outras, como a campanha Conexão Saúde<sup>157</sup>, que ofereceu entre junho de 2020 e março de 2022 apoio a moradores da Maré e de Manguinhos para o enfrentamento da Covid-19, o relacionamento e a parceria permaneceram próximos (Silva, 2023, informação verbal).

E a partir desta articulação entre instituições e sociedade civil, ficou entendido para o Maré de Notícias que esta era uma metodologia que precisava ser replicada, mas agora em outro âmbito que também era muito perigoso e preocupante: a desinformação.

[...] a gente precisava entender e criar um núcleo de formação, não só da formação propriamente dita do jornalismo, mas do contexto de política, da questão da desinformação que foi uma coisa muito séria que tava acontecendo naquele momento, muito mesmo [...] Então a gente fez parceria com a agência Lupa que é uma agência de checagem e aí a gente criou um projeto chamado “Caiu na rede é fake” onde a gente fazia um trabalho de apuração dentro da comunidade com o que que chegava de WhatsApp e a partir disso a gente checava a informação, trazia com humor e devolvia para a comunidade em zap o que que era verdade, o que que era mentira. (Moura, 2023, informação verbal)

A parceria entre a Agência Lupa e o Maré de Notícias no projeto “Caiu na rede: é fake?” foi de outubro a dezembro de 2020 e tinha o objetivo de expandir a checagem de fatos no Brasil para combater a desinformação no país. O conteúdo semanal desenvolvido pelas equipes que participaram do projeto tinha o objetivo de verificar notícias falsas compartilhadas nas redes sociais e quem representou o Maré de Notícias na iniciativa foram

---

<sup>157</sup> [Conexão Saúde](#). Acesso em 17/09/2024

os comunicadores Matheus Affonso e Thaís Cavalcante, que faziam a checagem e a apresentação dos vídeos que eram publicados nas redes sociais, sob a supervisão de Daniele Moura e da equipe da Lupa.

[...] a gente começou recebendo uma oficina de checagem, então antes da gente começar a escrever, antes da gente começar a gravar a gente foi aprendendo como eles faziam a checagem de notícia que a gente sempre fez, claro, mas não era da mesma maneira porque eles são uma agência especializada, [...] e aí com essa oficina a gente aprendeu sobre fontes oficiais, sobre fontes não oficiais. (Cavalcante, 2023, informação verbal)

A parceria com a Lupa, além de fortalecer a capacitação da equipe jornalística do Maré de Notícias, contribuiu para o tema da desinformação, que principalmente no contexto periférico, foi um enorme risco para a população que ficou vulnerável a receitas milagrosas frente a um vírus mortal. Contudo, o Maré de Notícias trabalhou a checagem das informações transmitindo a verdade de acordo com as características da comunicação comunitária e da sua linha editorial, que sempre coloca o morador como peça central na comunicação e que, de certa forma, a fonte oficial são também os moradores (Cavalcante, 2023, informação verbal).

[...] A apuração tinha um trabalho muito pessoal, pelo menos falando de mim e da Maré de Notícias, do que a gente via enquanto jornalista, do que a gente ouvia e do que a gente recebia e também tinha a questão pessoal enquanto morador, como que a gente via o que as pessoas comentavam. Claro que boa parte das vezes a gente não podia sair de casa por causa da covid, mas quando a gente precisava sair a gente ouvia as pessoas falando e claro, compartilhando na internet, que foi acho que o principal problema que a gente encontrou. (Cavalcante, 2023, informação verbal)

Com isso, segundo Cavalcante (2023, informação verbal), após o treinamento de qualificação da Lupa, eram feitas reuniões de pauta para estabelecer o que era relevante checar, o que era mais urgente ou mais perigoso referente aquela notícia falsa que estava circulando e o que precisava ser reforçado ou desmentido, para que então fossem roteirizados e gravados os conteúdos.

[...] a gente tinha vídeos que eram gravados, acho que um minuto mais ou menos, se eu não me engano, e também tinha versão de texto que eram publicados tanto no site da lupa quanto no Maré de Notícias e os outros portais e jornais também publicavam as versões nos seus respectivos sites. (Cavalcante, 2023, informação verbal)

O trabalho feito em parceria com a Lupa se transformou em uma campanha potente nas redes sociais do Maré de Notícias e foi crucial para um momento em que a incerteza referente aos assuntos da pandemia era enorme e, portanto, difícil de desvendar o que era, de fato, verdade. Moura (2023, informação verbal) explica que é difícil mensurar os impactos que esta campanha teve na população, mas que acredita ter dado outra possibilidade de leitura

sobre os acontecimentos, atingindo principalmente a juventude, que conseqüentemente levava essa informação checada para dentro de casa, desmentindo as informações recebidas no WhatsApp. Mas que de toda forma, a desinformação “é uma luta contínua até hoje. Ela não acaba” (Moura, 2023, informação verbal).

## 5.2 Análise de publicações

Como forma de ilustrar a comunicação feita pelo Maré de Notícias no Instagram durante a pandemia de Covid-19, enquanto um jornal comunitário, esta segunda parte da análise contempla um período de 15 meses de publicações catalogadas em 9 editorias de organização nossa, para exemplificar as estratégias, posicionamentos editoriais e ações realizadas pelo jornal para combater o vírus no território. Neste sentido, o período do material catalogado, que vai de 28 de maio de 2020 — data da primeira publicação referente à campanha “Maré diz não ao Coronavírus” —, até 1 de agosto de 2021 — data que marca o início da campanha de vacinação contra a Covid-19 “#VacinaMaré” no território —, tem 231 publicações distribuídas em editorias que ajudam a tecer uma linha de raciocínio na comunicação feita na rede social. Partindo do trabalho jornalístico desenvolvido pelo Maré de Notícias, representado pela editoria “Jornalismo”, seguido de editorias comuns a veículos de comunicação comunitária (Peruzzo, 2003; 2006), tais quais “Comunidade”, “Cultura” e “Saúde/bem-estar”, assim como conteúdos mais aprofundados no tema da pandemia que foram nomeados como “Coronavírus”, “Campanhas”, “Vacinação” e, por fim, dois temas que foram percebidos com bastante presença durante o período catalogado e que denominamos como “Política” e “Operações policiais”, esta análise traz um panorama geral do que foi comunicado na rede e que vai ao encontro das estratégias e posicionamentos trazidos pelos entrevistados na primeira parte deste capítulo de análise.

Tabela 1 — Publicações por editoria feitas pelo jornal comunitário Maré de Notícias no Instagram durante o período de 28 de maio de 2020 a 1 de agosto de 2021.

Editoria	Quantidade de publicações
Jornalismo	41
Comunidade	20
Cultura	18
Saúde e bem-estar	12
Coronavírus	50
Campanhas	11
Vacinação	40
Política	19
Operações policiais	20

Fonte: Organização da autora

### 5.2.1 Jornalismo

A editoria “Jornalismo” comporta 41 conteúdos institucionais diversos sobre o Maré de Notícias, e é uma das editorias com maior quantidade de posts catalogada. Seus conteúdos variam entre divulgações mensais da edição do jornal impresso, destaques em projetos ou ações, eventos promovidos pelo jornal e/ou pela Redes da Maré, reuniões de pauta da equipe, história do jornal, conteúdos de valorização da história e das pessoas que fazem o Maré de Notícias, além de conteúdos jornalísticos seriados ou com certa periodicidade feitos na pandemia como o podcast “Ronda Maré de Notícias”, lives e/ou cursos sobre comunicação na pandemia e a divulgação dos materiais produzidos em parceria com a Agência Lupa “Caiu na rede: é fake?”. Esta editoria traz uma espécie de compilação de assuntos chave comunicados pelo Maré de Notícias na pandemia e demonstra a força da identidade do jornalismo comunitário ao falar de si e do território ao mesmo tempo. Neste sentido, trazemos como ilustração um post (Figura 2) sobre uma matéria do jornal que apresenta os distribuidores do Maré de Notícias por identificar neste conteúdo uma metalinguagem, onde o jornal fala dele mesmo.

Figura 2 — “Notícia de porta em porta”



Fonte: Instagram do jornal Maré de Notícias

## 5.2.2 Comunidade

Os 20 posts que compõem a editoria “Comunidade” trazem assuntos comuns a projetos, voluntariado, empreendedorismo, informações de utilidade pública, datas comemorativas, ações e projetos da comunidade, atos de solidariedade, práticas gastronômicas, desafios cotidianos da favela e problemas estruturais como falta d’água, e divulgação de ações organizadas pela comunidade no território. Nesta editoria podemos contemplar as características principais do jornalismo comunitário elaborado por Peruzzo (2003; 2006), visto que a comunicação aqui se dá numa lógica em que o morador fala dele mesmo e para ele mesmo em uma prática de valorização do território, das conquistas e, no contexto da pandemia, de superação de dificuldades em conjunto. Deste modo, nesta editoria optamos por uma das iniciativas da Redes da Maré no território em uma publicação (Figura 3) que traz um direcionamento de olhar para si através do registro das moradoras que participam do projeto.

Figura 3 — “Projeto Mulheres Ceramistas da Maré”

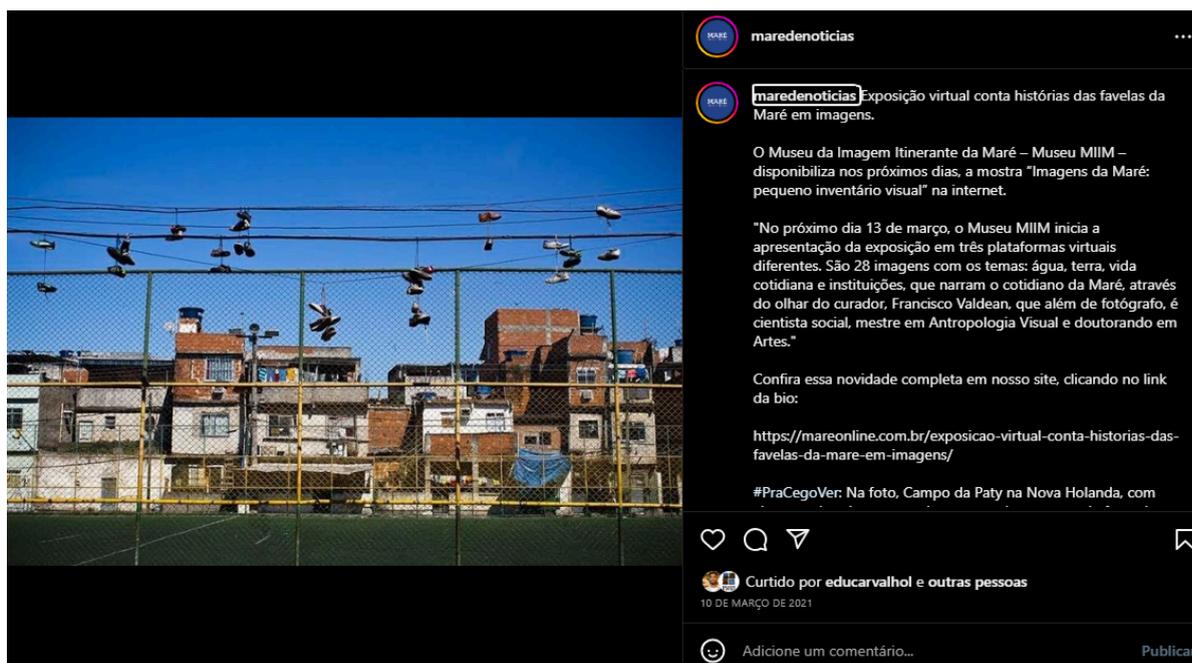


Fonte: Instagram do jornal Maré de Notícias

### 5.2.3 Cultura

A editoria de “Cultura” traz um panorama ainda mais íntimo da comunidade do Complexo da Maré através da arte com publicações catalogadas no período que destacam que, mesmo em meio a pandemia, a favela pulsa e vive com coragem. São 18 publicações que divulgam algumas das manifestações artísticas que aconteceram no território durante a pandemia, entre shows, apresentações teatrais, exposições cinematográficas, palestras, projetos de fotografia, festivais, mostras de arte e exposições que mostram a cara da Maré e que remontam mais uma vez o morador como protagonista do editorial de um jornal que não comunicou o medo durante a crise, mas a resistência, a cultura e a arte como formas válidas de enfrentar o vírus. Desta forma, optamos por ilustrar esta editoria com a publicação (Figura 4) que traz uma das várias atrações artísticas que aconteceram durante a pandemia e que evidencia a variedade de temáticas culturais na Maré.

Figura 4 — “Imagens da Maré: pequeno inventário visual”

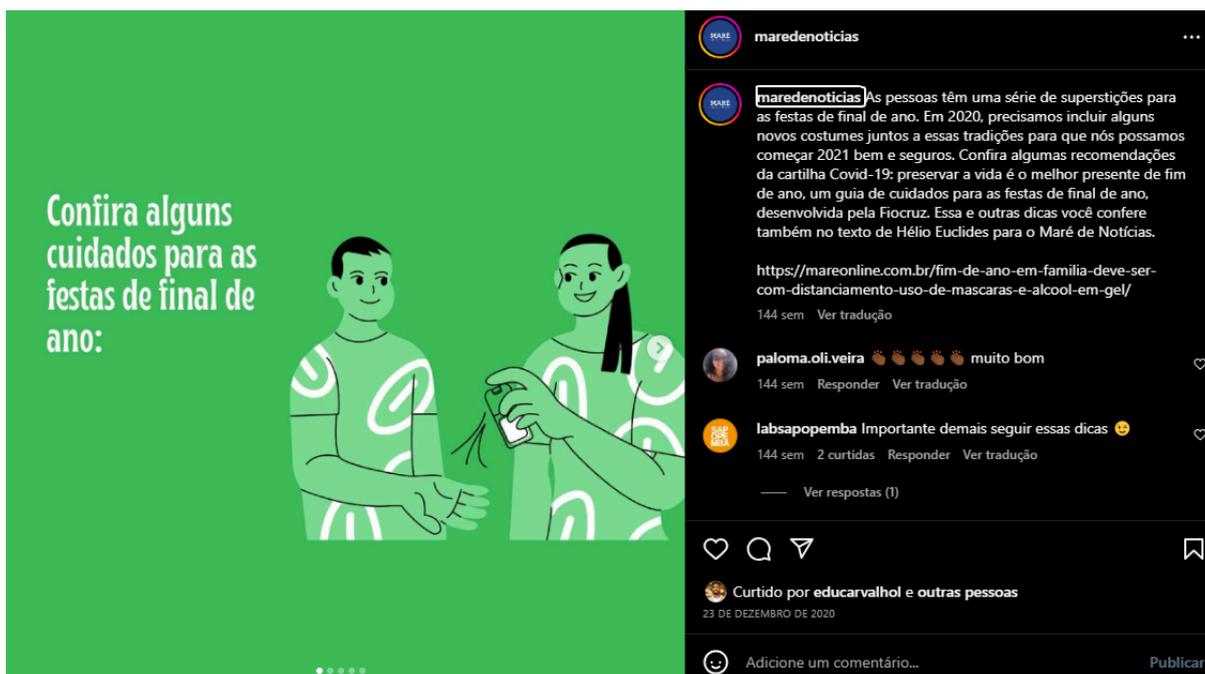


Fonte: Instagram do jornal Maré de Notícias

#### 5.2.4 Saúde e bem-estar

A editoria de saúde e bem-estar tem 12 publicações catalogadas no período e traz conteúdos diversos sobre cuidados de prevenção, não somente contra a Covid-19, mas também contra a dengue, o HIV/Aids e o câncer. O editorial também discute as mobilizações do território em prol da saúde dos moradores na pandemia, serviços de atendimento à saúde, recomendações para encontros presenciais de final de ano, bem como a divulgação de iniciativas sobre as vacinas e testagens rápidas para Covid-19. Nesta editoria começamos a perceber com mais força alguns conteúdos que remetem à editoria “Coronavírus”. Ao perceber aqui uma visão voltada para a atenção ao corpo, à saúde e ao ambiente, fatores que estão diretamente conectados com a premissa de colocar o morador como protagonista das situações, optamos pela Figura 5 para ilustrar esta editoria, uma vez que ele traz uma ilustração amigável que comunica bem as informações do post.

Figura 5 — “Cuidados para as festas de final de ano”

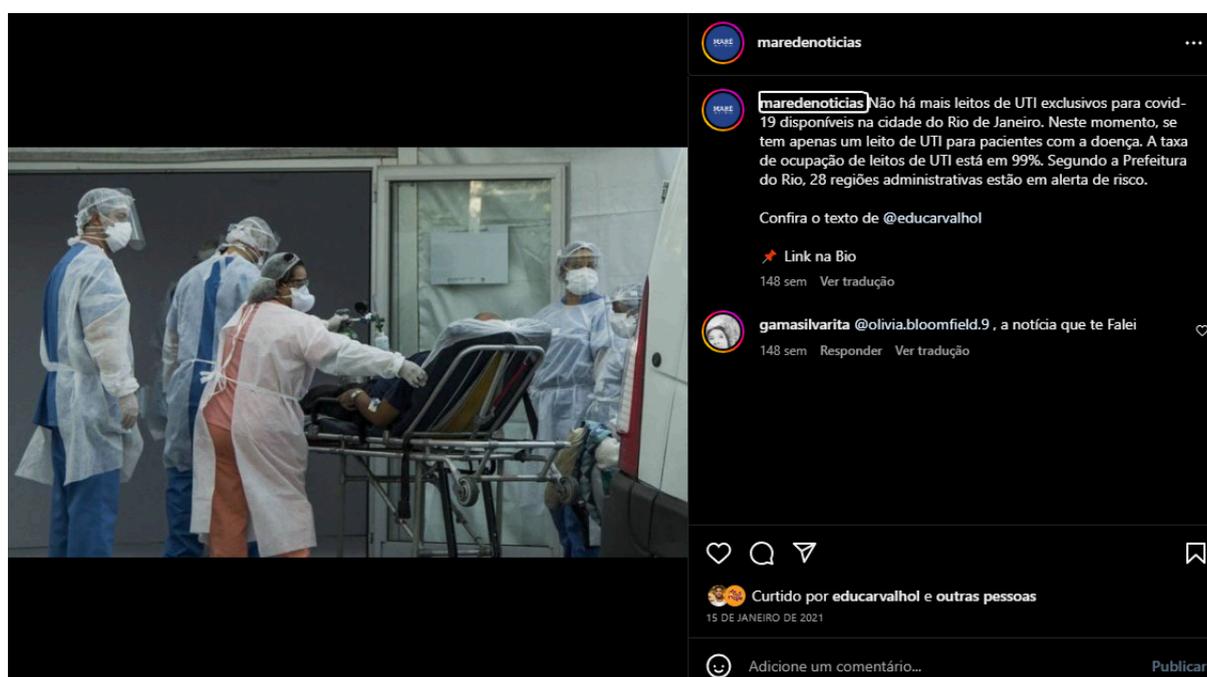


Fonte: Instagram do jornal Maré de Notícias

### 5.2.5 Coronavírus

“Coronavírus” é a editoria que tem mais publicações catalogadas no período. São 50 posts que trazem informações fundamentais para o enfrentamento do vírus, como recomendações da OMS, acompanhamento de casos pelo Painel Rio Covid-19 e a Ronda do Maré de Notícias, assim como informações sobre postos de saúde no território, novas cepas do vírus, mapas de risco, número de óbitos, boletins epidemiológicos, hospitais de campanha e informações sobre uso de máscaras e higiene. Fazem parte desta editoria também alguns assuntos que orbitam o tema, como saúde mental na pandemia, decretos da prefeitura ou do estado do Rio de Janeiro referentes a abertura e fechamento de comércios não essenciais, cancelamento de festejos nacionais de grandes aglomerados e o acompanhamento de novidades sobre as vacinas. Esta editoria traz um panorama geral sobre o que foi a pandemia de Covid-19 no Brasil e é surpreendente o quanto o Maré de Notícias, mesmo apresentando matérias e dados difíceis como os números de óbitos, conseguiu informar sobre a pandemia no Instagram sem espalhar o medo ou ocasionar uma verdadeira vertigem de informações. Para ilustrar esta editoria, optamos por esta publicação (Figura 6) porque entendemos que traz uma informação preocupante, mas ao mesmo tempo não faz alarde da situação. A imagem expõe as medidas de segurança contra o vírus em um contexto hospitalar e não passa a ideia de morte ou mortalidade, como normalmente se espera depois de ler uma notícia como esta.

Figura 6 — “Falta de leitos na cidade do Rio de Janeiro”



Fonte: Instagram do jornal Maré de Notícias

## 5.2.6 Campanhas

A editoria “Campanhas” conta com apenas 11 publicações catalogadas referentes às diversas ações de movimentos reivindicatórios ocorridas no território durante a pandemia. Esta foi uma escolha na hora de catalogar as publicações, visto que a temática de algumas campanhas eram bastante abrangentes, aparecendo em mais de uma editoria, como a campanha “#VacinaMaré”, por exemplo, que tem mais relevância dentro da editoria de vacinas. Por isso, optamos por fazer esse filtro e trazer nesta editoria apenas conteúdos que realmente apresentem a campanha ou explorem resultados sobre elas. Desta forma, entre as campanhas catalogadas estão: “Maré Diz Não ao Coronavírus”, que teve várias ações ramificadas para a contenção do vírus; a campanha “Não Somos Alvo”, que vai contra a proposta de facilitação do porte de arma nacional que estava sendo proposta pelo governo Bolsonaro; a campanha “Climão”, que procurou comunicar sobre as mudanças climáticas no território; a campanha de vacinação “Vacina Maré” que engajou toda a corrida da vacina até a vacinação no território de fato; a campanha de fortalecimento dos cuidados contra a covid “Usa Máscara Morador”; e por fim, a campanha “Se Liga no Corona!”, feita em parceria com a Fiocruz. Ainda que se justifique a escolha de catalogação descrita acima, também

evidenciamos que a comunicação sobre as campanhas nas redes estava representada mais no sentido de divulgar a ação, visto que a maioria das suas atividades eram práticas coletivas em movimento na rua, levando a ajuda até as pessoas, de forma que uma mobilização virtual em torno delas não era tão necessária. A publicação (Figura 7) escolhida para representar esta editoria revela exatamente isso. O post incentiva as pessoas a doar e fazer parte da ação e traz uma imagem da ação nas ruas, fortalecendo a ideia de uma comunidade que leva ajuda a quem precisa.

Figura 7 — “Campanha Maré diz não ao coronavírus”



Fonte: Instagram do jornal Maré de Notícias

### 5.2.7 Vacinação

A editoria “Vacinação” é a segunda catalogada com mais publicações. São 40 posts que falam sobre cronogramas de vacina, novidades sobre aprovações, compra, envio e chegada de vacinas, início e faixa etária de vacinação, bem como conteúdos referentes à campanha de vacinação da Maré propriamente dita. Nesta editoria evidenciamos uma enorme frequência de postagens sobre o tema a partir do momento em que começou a corrida científica para desenvolver um imunizante. Identificamos o fenômeno como complexo, visto que eram vários fatores ao redor da temática da vacina que precisavam ser comunicados, e por

isso, o alto índice de postagens sobre o assunto. Além disso, considerando a visão editorial do Maré de Notícias, em meio a tudo o que estava acontecendo, a vacina era um alívio e uma possibilidade de trazer a normalidade de volta para a vida dos moradores, e assim digna de ser comemorada e destacada. A publicação (Figura 8) que ilustra esta editoria evidencia a força da organização popular no desenvolvimento da campanha ao destacar um totem para álcool em gel com a marca da Redes da Maré e trazer na legenda a informação de que há vacina para todos e todas e que é hora de se vacinar.

Figura 8 — “Vacinação para todos na Maré”



Fonte: Instagram do jornal Maré de Notícias

## 5.2.8 Política

A editoria “Política” tem 19 publicações catalogadas no período. Entendemos a incidência desta comunicação como parte de uma preocupação comum do território frente às eleições municipais de 2020 que ocorreram em meio a pandemia, bem como os decretos que eram colocados e retirados a todo momento, e as diversas mudanças de cadeira nos cargos do governo federal que trouxeram muita insegurança política no momento da crise.

Neste sentido, os posts que compõem esta editoria tem o seu conteúdo focado em explorar o perfil dos candidatos à prefeitura do Rio de Janeiro, acompanhamento sobre o Auxílio Emergencial, decisões do governo sobre a vacinação, decisões e proibições do STF, instauração da CPI da Covid que investiga crimes cometidos pelo ex-presidente Jair Bolsonaro durante a pandemia, e a prisão do prefeito do Rio de Janeiro Marcello Crivela por suspeita de corrupção. Evidenciamos na cobertura destes eventos políticos uma cobrança popular bastante evidente, visto que a favela sofreu diversas violências aos seus direitos — não somente, mas principalmente — durante a pandemia e, deste modo, o Maré de Notícias procurou munir o eleitor com informação que pudesse fazê-lo tomar a melhor decisão para si e para a sua comunidade nas urnas.

Escolhemos esta publicação (Figura 9) para representar esta editoria, justamente porque o post traz o anúncio de pronunciamento de Bolsonaro sobre a vacinação de maneira bastante crítica, visto que em sua fala o ex-presidente afirma que 2021 seria o ano da vacinação e que o governo federal estava em uma luta incansável contra o coronavírus. Porém, como sabemos, o governo atrasou a compra de vacinas, contribuindo para a piora do cenário pandêmico e não o contrário. A imagem do post também complementa o posicionamento do Maré de Notícias ao mostrar Bolsonaro em uma pausa no vídeo do pronunciamento em que nenhuma legenda de sua fala aparece na imagem e ele está imóvel, o que abre brecha para a interpretação da prostração dele frente ao vírus e que é justamente o que o jornal deseja informar aos moradores.

Figura 9 — “Pronunciamento de Bolsonaro sobre as vacinas”



Fonte: Instagram do jornal Maré de Notícias

### 5.2.9 Operações policiais

A editoria “Operações policiais” acumula 20 publicações catalogadas durante o período analisado e revela a preocupação dos moradores com as intervenções policiais que estavam ocorrendo no território durante a pandemia mesmo após a ADFP 635, ou “ADPF das Favelas”, como ficou conhecida, entrar em vigor. Os conteúdos desta editoria trazem críticas veementes sobre as operações, acompanhamento de violações de direitos durante os dias de operação, alertas de operação, denúncias de mortes no território em decorrência das operações, além de situações de extrema violência, como a chacina causada pela polícia na favela do Jacarezinho em maio de 2021 e as 26 horas seguidas de operação policial na Maré em julho de 2021. Esta editoria, apesar de ser constituída de um tema complexo, doloroso e de extrema violência e falta de respeito com as vivências periféricas, apenas nos confirma a importância da comunicação efetuada pelo jornal comunitário Maré de Notícias e a sua presença neste território. Este jornal, além de uma excelente cobertura e atuação social durante a pandemia, fez jus, mais uma vez, à sua responsabilidade em amplificar a voz dos mais de 140 mil moradores do Complexo, ao fazer uma cobertura de indignação e repúdio ao Estado do Rio de Janeiro por ainda permitir e patrocinar ações policiais de extermínio como esta em um contexto em que a população periférica já estava sendo alvo do coronavírus. Além disso, o jornal também fez o acompanhamento do território em conjunto com os moradores

em uma série de alertas de operação, que ao colocar mais uma vez o morador como centro da sua atenção durante essas ocasiões, com certeza, ajudou a evitar mais mortes. Na publicação (Figura 10) que ilustra esta editoria, optamos por trazer um conteúdo que valoriza o morador na narrativa ao invés da polícia. Entre os vários conteúdos que mostram os agentes armados nas esquinas da favela ou seus camburões estacionados em praças, nesta imagem temos um jovem negro exigindo respeito em um post que fala sobre como identificar violações de direitos em abordagens policiais. A imagem é colorida, viva e traz a síntese do que o Maré de Notícias luta em conquistar para o território: paz.

Figura 10— “O que pode e o que não pode durante uma abordagem policial”



Fonte: Instagram do jornal Maré de Notícias

A análise de publicações no Instagram como complemento da análise de entrevistas com os jornalistas do Maré de Notícias traz as diferentes frentes de comunicação realizadas durante a pandemia de forma concisa e ilustra o que Peruzzo (2003) coloca como características da comunicação comunitária, como por exemplo, assuntos específicos da comunidade, o cidadão comum como quem produz, ampliação do exercício de direitos como objetivo principal, autonomia em relação ao governo e propriedade coletiva colocada a serviço da comunidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atuação do jornal comunitário Maré de Notícias durante a pandemia de Covid-19 demonstrou com excelência a crucial relevância do fazer jornalístico comunitário enquanto ferramenta de resistência contra-hegemônica na comunicação brasileira e trouxe a valorização e a memória do jornalismo negro, que através do aquilombamento cultural, político e reivindicatório contra-hegemônico prestou papel essencial na conquista de direitos para a população negra na sociedade brasileira.

Em um período de profunda crise sanitária e social, exacerbada pela atuação desastrosa e negacionista do governo Bolsonaro, o Maré de Notícias se destacou por fazer muito mais com o jornalismo ao oferecer à comunidade informações precisas, contextualizadas, checadas, verificadas e adaptadas às necessidades dos moradores. Ao mesmo tempo, se mostrou um meio engajado em um organismo vivo de instituições que se reuniram para superar este triste momento na história do nosso país, prestando apoio básico no território para possibilitar aos moradores um enfrentamento digno à doença.

A pandemia, ao escancarar desigualdades estruturais historicamente enraizadas neste país, revelou a fragilidade das políticas públicas no Brasil, especialmente em relação às populações periféricas e negras. Neste contexto, a necropolítica de Mbembe (2016), manifestou-se em seu extremo, legitimada por um governo que negligenciou medidas de proteção e disseminou a desinformação, contribuindo para uma escalada exponencial de muitas mortes que poderiam ter sido evitadas. Diante deste cenário de abandono agravado por uma mídia hegemônica que, muitas vezes, desconsidera as especificidades da realidade periférica e comunica a periferia de forma equivocada como um espaço marginal, o Maré de Notícias representou uma resposta articulada e necessária por meio de campanhas como “Maré diz não ao Coronavírus” e ações de combate à desinformação, como a participação no projeto “Caiu na rede: é fake?”, executando um trabalho que nasce completamente da mobilização social.

Assim, entendemos que o jornal não apenas informou sobre medidas de segurança sanitária, como também mobilizou a comunidade, consolidando um senso de pertencimento e solidariedade coletiva essenciais para o enfrentamento da pandemia no território, que teve entre tantos desafios, o desrespeito à determinação do STF de não haver operações policiais nas favelas por conta de que todas as famílias da comunidade estavam em casa.

Ao priorizar uma comunicação que reconhece e respeita as particularidades do seu território e prioriza a ótica do morador, o Maré de Notícias reafirmou a potência do jornalismo

comunitário como instrumento de transformação social (Peruzzo, 2003; 2006, Roviada, 2020; 2021, Silveira; Schwartz; Guimarães, 2016). Além disso, os usos do Instagram e do site, enquanto plataformas de convergência midiática que atuam em redes para fazer um jornalismo digital de qualidade (Castells, 1999; Canavilhas, 2003; Jenkins, 2009), foram exemplos bem-sucedidos de adaptação tecnológica e do trabalho multiplataforma dos jornalistas (Salaverría, 2003) que permitiu que a informação ultrapassasse os limites territoriais da Maré e alcançasse públicos diversos, fortalecendo redes de solidariedade e servindo de inspiração para outras iniciativas. Ainda, a credibilidade conquistada pelo jornal, fruto de seu compromisso ético, trabalho incansável, proximidade com o território e abordagem centrada no protagonismo dos moradores, demonstra que as mídias não-hegemônicas são mais do que capazes de se colocar frente aos grandes veículos tradicionais com impacto e relevância.

Assim, o Maré de Notícias, enquanto reafirma a importância de narrativas que priorizam a vivência e a voz das populações historicamente silenciadas (Araújo, 2019; 2021) e questiona a parcialidade e a seletividade da mídia mainstream (Traquina, 2005; Wolf, 2008), também aponta para reflexões urgentes sobre a necessidade de políticas públicas que fomentem o fortalecimento de mídias comunitárias, visto que em um país marcado por desigualdades estruturais como o Brasil, iniciativas como essa devem ser reconhecidas e incentivadas como parte fundamental da democratização da informação, uma vez que estudos recentes no campo da comunicação colocam as mídias comunitárias como um fenômeno efervescente para uma nova onda de produção jornalística fora do circuito mainstream no país.

Por fim, ao retomar a pergunta que norteou esta pesquisa, “como o jornal comunitário Maré de Notícias atuou de forma contra-hegemônica para informar sobre o coronavírus durante a pandemia de Covid-19 por meio do Instagram?”, concluímos que o jornal fez uso de uma combinação de manobras comunicacionais adaptadas ao território com eficácia e estratégia no uso de plataformas de redes sociais digitais, além de importantes parcerias advindas de um esforço social coletivo, compromisso constante com as demandas reais de sua comunidade, e uma articulação ágil e eficiente, que foi essencial no momento de crise.

A atuação do Maré de Notícias na pandemia destacou a comunicação comunitária periférica como um espaço participativo, colaborativo e que potencializa a convergência midiática para informar em multiplataformas, apesar dos desafios de acesso à internet existentes nas periferias brasileiras, realçando as possibilidades para o jornalismo comunitário na atualidade. A partir disso, reforçamos também a importância das novas tecnologias para o

fortalecimento do jornalismo comunitário uma vez que essas plataformas facilitam o acesso e ampliam a rede de alcance para conteúdos que não são contemplados pela mídia *mainstream*, possibilitando um reforço estratégico para as narrativas das mídias comunitárias.

O Maré de Notícias não apenas comunicou; ele resistiu, mobilizou e inspirou. Sua atuação reafirma a importância de fortalecer o jornalismo comunitário brasileiro como uma prática essencial para a defesa da vida, da cidadania e da justiça e segurança social, especialmente em tempos de crise. Esperamos que, de alguma forma, este trabalho possa levar outras comunidades a conhecerem a atuação do Maré de Notícias, de maneira que ele sirva de exemplo e inspiração, consolidando-se como símbolo de força, resiliência e organização coletiva que emerge historicamente, mesmo diante de contextos de adversidade extrema, do povo negro e das periferias brasileiras.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Silvio. L. **O que é racismo estrutural**. Editora Letramento: Belo Horizonte, 2018. Disponível em: <https://contrapoder.net/wp-content/uploads/2020/04/ALMEIDA-2019.-O-QUE-%C3%89-RACISMO-ESTRUTURAL.pdf>. Acesso em: 25 mai. 2022.
- ARAÚJO, Valmir T. Imprensa e cidadania negra no Brasil. In: SILVA, D. T. et al **Comunicação para a cidadania - 30 anos em luta e construção coletiva**. 1. ed. São Paulo: Intercom e Gênio Editorial, 2021. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/uploads/wysiwyg/comunicacao-para-a-cidadania-30-anos-de-luta-e-construcao-coletiva.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2022.
- ARAÚJO, Valmir T. O papel da imprensa negra brasileira. **Revista Alterjor**, São Paulo-SP, v.2, ed.20, Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP), 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/157190/154463>. Acesso em: 24 mai. 2022.
- ARAÚJO, Valmir. Negritude e Internet: imprensa negra nas mídias sociais. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42, 2019, Belém/PA. **Anais**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, v. 1, n. 1, ed. 42, p. 1-15. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1526-1.pdf>. Acesso em: 1 out. 2023.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011, 229 p.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Edições 70, 1977. Disponível em: [https://www.academia.edu/40820250/BARDIN\\_L\\_1977\\_An%C3%A1lise\\_de\\_conte%C3%BAdo\\_Lisboa\\_edi%C3%A7%C3%B5es\\_70\\_225](https://www.academia.edu/40820250/BARDIN_L_1977_An%C3%A1lise_de_conte%C3%BAdo_Lisboa_edi%C3%A7%C3%B5es_70_225). Acesso em: 27 nov. 2023.
- BASTOS, Pablo. N. Comunicação para a hegemonia popular: aproximações, conflitos e entrelaçamentos teóricos e políticos. In: SILVA, D. T. et al. **Comunicação para a cidadania - 30 anos em luta e construção coletiva**. 1. ed. São Paulo: Intercom e Gênio Editorial, 2021. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/uploads/wysiwyg/comunicacao-para-a-cidadania-30-anos-de-luta-e-construcao-coletiva.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2022.
- BELOCHIO, Vivian. O movimento Pro-Am e a prática da colaboração nos meios informativos: especificidades do jornalismo colaborativo em redes digitais. **Revista Verso e Reverso**, v. 24, n. 57, p. 134-144, Unisinos, set./dez. 2010. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/248/100>. Acesso em: 28 mai. 2024.
- BELOCHIO, Vivian. Jornalismo colaborativo em novas plataformas: estratégias do Pro-Am em aplicativos de redes sociais. **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos, v. 18, n. 3, p. 241-252, Unisinos, set./dez. 2016. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2016.183.02/5669>. Acesso em: 28 mai. 2024.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web, In **Informação e Comunicação Online (Vol. I). Jornalismo Online**. Disponível em: <https://labcomca.ubi.pt/informacao-e-comunicacao-online-vol-i-jornalismo-online/> Acesso em: 31 mai. 2024.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTILHO, Daniela Ribeiro; LEMOS, Esther Luíza de Souza. Necropolítica e governo Jair Bolsonaro: repercussões na seguridade social brasileira. **Serviço Social & Sociedade**, São Paulo, n. 141, p. 34-57, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rk/a/TyMKscqwjWfwpbScmWpwCvc/>. Acesso em: 01 jun. 2022.

CAVALCANTE DA SILVA, Thais. O papel das novas tecnologias no jornalismo comunitário: Voz das Comunidades, do impresso ao digital. **Revista de comunicação Dialógica**, Rio de Janeiro, n. 6, p. 10-33, jun./dez. 2021. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/rcd/article/view/62011/40371>. Acesso em: 9 jun. 2024.

CERQUEIRA, Daniel; BUENO, Samira (coord.). **Atlas da violência 2021**. São Paulo: FBSP, 2021. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/arquivos/artigos/5141-atlasdaviolencia2021completo.pdf>

CERQUEIRA, Daniel; BUENO, Samira (coord.). **Atlas da violência 2024**. Brasília: Ipea; FBSP, 2024. Disponível em: <https://publicacoes.forumseguranca.org.br/items/81f69453-baf0-4e6a-9f61-f4f6950b1317>

GIL, Antonio, C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6a ed. Atlas: São Paulo, 2008. Disponível em: <https://ayanrafael.com/wp-content/uploads/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2023.

HENRIQUES, Luiza Gomes. **Quando o outro fala por si**: Gradiente de participação popular em ações de comunicação da Fundação Oswaldo Cruz em tempos de epidemia. 2022. 216f. Dissertação (Mestrado em Informação e Comunicação em Saúde) - Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/55949>. Acesso em: 27 nov. 2023.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua de 2021: Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/25844-desigualdades-sociais-por-cor-ou-raca.html> Acesso em: 17 de outubro de 2023.

Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar – PENSSAN. **II Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da COVID-19 no Brasil**. [livro eletrônico]: II VIGISAN : relatório final - São Paulo, SP : Fundação Friedrich Ebert : Rede PENSSAN, 2022. Disponível em: <https://olheparaafome.com.br/#inquerito> Acesso em: 17 de outubro de 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MARTINS, Zilda, B. Esvaziamento do sujeito pelo discurso: mídia e a prática do esquecimento. **Revista Observatório**. v.4, n.3, 2018. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/5687/13709>. Acesso em: 01 jun. 2022.

MBEMBE, Achille. **Necropolítica**. Arte & Ensaios, Rio de Janeiro, n. 32, p. 123-151, 2016. Disponível em: <https://www.procomum.org/wp-content/uploads/2019/04/necropolitica.pdf>. Acesso em: 01 jun. 2022.

MEDRADO, Andrea L. M. Comunidade na cidade: mídias comunitárias como infraestruturas comunicacionais urbanas. **Revista EcoPós** v. 22, n. 2, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: [https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco\\_pos/article/view/9/pdf](https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/9/pdf). Acesso em: 23 fev. 2022.

MIANI, Rozinaldo. A. Imprensa e cidadania negra no Brasil. In: SILVA, D. T. et al. **Comunicação para a cidadania - 30 anos em luta e construção coletiva**. 1. ed. São Paulo: Intercom e Gênio Editorial, 2021. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/uploads/wysiwyg/comunicacao-para-a-cidadania-30-anos-de-luta-e-construcao-coletiva.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2022.

PERUZZO, Cicilia. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26, 2003, Belo Horizonte/MG. **Anais**. Núcleo de Pesquisa "Comunicação para a cidadania", v. 1, n. 1, ed. 1, p. s/p. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99061099541813324499037281994858501101.pdf>. Acesso em: 01 out. 2023.

PERUZZO, Cicilia. Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29, 2006, Brasília/DF. **Anais**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, v. 1, n. 1, ed. 1, p. 1-17. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>. Acesso em: 25 mai. 2022.

ROVIDA, Mara. Em quarentena - Um podcast da agência Mural de Jornalismo das Periferias. **Rumores**. v.15 n.30, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/183834/179138>. Acesso em: 01 out. 2023.

ROVIDA, Mara. Jornalismo das periferias: Uma pesquisa de campo na região metropolitana de São Paulo. **Revista FAMECOS**. v.27, 2020. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/37004/26474>. Acesso em: 01 out. 2023.

SALAVERRÍA, Ramón. Convergencia de los medios. **Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI**, marzo, número 08. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito, Ecuador, 2003, p. 32-39. Disponível em: [https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5097/1/Chasqui81\\_convergencia\\_de\\_los\\_medios.pdf](https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5097/1/Chasqui81_convergencia_de_los_medios.pdf). Acesso em: 13 jun. 2024.

SILVEIRA, Ada; SCHWARTZ, Clarissa; GUIMARÃES, Isabel. Jornalismo no “país da periferia”: noticiabilidade, ambivalência e liminaridade. *ALCEU*. v.17, n.33, 2016. Disponível em: <http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/art%2056-72.pdf>. Acesso em: 01 jun. 2022.

SODRÉ, Muniz. **Claros e Escuros**: identidade, povo e mídia no Brasil. Editora Vozes: Petrópolis, Rio de Janeiro. 2a ed., 1999. Disponível em: [https://cursosextensao.usp.br/pluginfile.php/877413/mod\\_resource/content/1/Claros%20e%20escuros%20identidade%20C%20povo%20e%20m%20C3%ADdia%20no%20Brasil.%20Petr%C3%B3polis%20Vozes.%20P%20C3%A1g.%20264%20a%20293.pdf](https://cursosextensao.usp.br/pluginfile.php/877413/mod_resource/content/1/Claros%20e%20escuros%20identidade%20C%20povo%20e%20m%20C3%ADdia%20no%20Brasil.%20Petr%C3%B3polis%20Vozes.%20P%20C3%A1g.%20264%20a%20293.pdf). Acesso em: 25 mai. 2022.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. Comunitarismo e Sociedade Incivil. *Revista FAMECOS*, v. 26 n.1, 2019. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/33027/18548>. Acesso em: 1 out. 2023.

SOUSA, Jorge P. **Elementos de jornalismo impresso**. Porto, Portugal. 2001. Disponível em: [https://www.kufunda.net/publicdocs/ELEMENTOS\\_DE\\_JORNALISMO\\_IMPRESSO\\_%20JPSousa.pdf](https://www.kufunda.net/publicdocs/ELEMENTOS_DE_JORNALISMO_IMPRESSO_%20JPSousa.pdf). Acesso em: 28 jun. 2022.

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

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

## ENTREVISTAS

**SILVA, Hélio Euclides da**. Entrevista I. [jan. 2023]. Entrevistadora: Caroline Cardias de Souza Ledesma. São Borja (RS), 2023. 1 arquivo .mp4 (1:03:44). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice I desta monografia.

**PIRES, Jéssica**. Entrevista II. [jan. 2023]. Entrevistadora: Caroline Cardias de Souza Ledesma. São Borja (RS), 2023. 10 arquivos .mp3 (00:19:35). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice II desta monografia.

**MOURA, Daniele**. Entrevista III. [out. 2023]. Entrevistadora: Caroline Cardias de Souza Ledesma. São Borja (RS), 2023. 1 arquivo .mp4 (00:45:08). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice III desta monografia.

**CAVALCANTE, Thaís**. Entrevista IV. [out. 2023]. Entrevistadora: Caroline Cardias de Souza Ledesma. São Borja (RS), 2023. 1 arquivo .mp4 (00:37:51). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice IV desta monografia.

**HENRIQUES, Luiza Gomes**. Entrevista V. [out. 2023]. Entrevistadora: Caroline Cardias de Souza Ledesma. São Borja (RS), 2023. 1 arquivo .mp4 (00:43:55). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice V desta monografia.

## APÊNDICES

### APÊNDICE I — Transcrição de entrevista com Hélio Euclides da Silva

Entrevista na íntegra disponível em: [Google Drive](#)

1. *Hélio, pra começar eu gostaria de saber mais sobre você. Eu sei que tu é formado em Jornalismo pela UNISUAM, fez parte de vários jornais e está no Maré de Notícias desde que foi fundado em 2009. Mas eu quero saber quem é o Hélio Euclides, há quanto tempo tu trabalha com comunicação e como e por que se deu esse interesse pela comunicação comunitária e como tu foi parar no Maré de Notícias.*

Meu nome é Hélio Euclides, né? Eu tenho quarenta e oito anos e aconteceu o seguinte, quando eu comecei a fazer cursos né de comunicação sempre quis... desde cedo eu acordava pela manhã e minha mãe já estava com o rádio ligado então tinha bem uma aproximação todo domingo meu pai comprava ia na banca de jornal a gente muito pobre mas meu pai sempre queria ler mesmo ele não sendo.. Não sabendo muito ler se queria ter o jornal em casa, que os filhos lessem o jornal, então muito aprendi as primeiras letras no jornal, minha mãe me mostrando os primeiros letras, então foi bem bem dessa forma e aí também tinha que ouvir o rádio pela manhã e tinha o locutor que era Haroldo de Andrade na Rádio Globo e ele era tijucano. Então a Tijuca tem muito assim bairrismo, né? A Tijuca tem a coisa assim de que quase é a zona sul dentro da zona norte né? É quase o Rio Grande do Sul dentro do eh uma região sul dentro do Brasil.

Então eu discordava muito do que ele falava coisas e quando eu adentro já ainda tem muito isso dentro da igreja católica né? Eu venho da teologia da libertação, né? Então lá eu convivi com muita pessoal da política dentro da igreja. Tinha um um espaço lá eu fui diretor de ONG e então já comecei a me engajar na política questão social e aí quando eu fui... Quando foi em 1999... Antes eu já tinha uma instituição lá que era muito forte na maré, né? E aí eu comecei lá, eu fiz um curso de cinco meses antes da capacitação solidária do Governo Federal, da esposa do Fernando Henrique. E aí eu fiz o curso cinco meses como ouvinte e depois disso fui chamado pra trabalhar no Jornal Cidadão. Jornal um dos primeiros jornais aqui que existiram na maré, depois que eu entrei pouco depois entrou a Renata Souza que hoje é deputado estadual aqui no Rio, entendeu? Então tem uma uma questão muito política a gente trabalhava já né?

E aí em 2007 a instituição teve um rompimento, né? E aí nasce a rede da maré na Nova Holanda. O grupo ficou no Morro do Timbau, que é o único morro da maré e o outro grupo que ficou na Nova Holanda. O Jornal do Cidadão ficou no Timbau, mas eu era noivo de uma coordenadora, de um projeto que desceu pra Nova Holanda, eu preferi não continuar e aí depois de nove meses começou os trabalhos pra... Primeiro na comunicação da instituição, né? Mas já na nesse mesmo ano já no início de 2009 a gente começou a falar sobre o jornal na área de notícias e antes disso como você falou que eu trabalhei em várias instituições, trabalhei na... fiz os meus estágios as horas complementares, na Fiocruz, né? Aprendi muito lá. Fico muito feliz da nossa presidente, de ela estar lá né [no governo]. Fiquei feliz de passar o Ano Novo esse ano com a camisa escrita, eu acredito na saúde, acredito no SUS, acredito na Fiocruz. Quer dizer, constituição que me recebeu de braços abertos quando eu estava ainda estudante Então devo muito a Fiocruz. Quando eu tive dengue na maré foi lá que eu fui atendido então tem todo um eu tenho todo um um laço nasceu trabalhei também com a no Instituto Nise da Silveira, então convivi com toda essa questão da psicanálise, né. O respeito com quem tem algo eh que não é normal pela sociedade né? A gente faz entrar o programa de rádio junto com esses os não era doente lá era cliente ele se chamava. E trabalhei na no Viva Rio, né? Aqui tem uma ONG aqui na Rádio Viva Favela bem bacana e mas pelas experiências que me ajudaram muito. E em 2009, dezembro de 2009 começa o jornal maré de notícias. Ontem a gente fez uma pesquisa de campo onde isso trouxe da faculdade, da academia, né? Na disciplina eu aprendi que é necessário uma pesquisa pra que a gente possa fazer o produto, ver que ele pode oferecer pra os clientes essas coisas tudo então eu trouxe isso da faculdade pra maré e também os dois primeiros números isso foi muito engraçado não tinha nome no jornal era você escolhe o nome do seu jornal. Estava indo aqui no Rio tinha um jornal grande chamava Extra também foi escolhido pela população. A gente também deu uma copiada nisso, mas de uma forma diferente acho que tinham as urnas das associações de moradores que passavam pelas escolas as crianças escreviam no nome e aí três pessoas escolheram, né? teve uma comissão de pessoas que escolheram e se eu não me engano a Flávia Oliveira que tava falando agora na Globo News ela foi uma das pessoas que escolheu o nome lá que decidiram o nome maré de notícias, e aí nessa escolha no terceiro número já veio o maré de notícias mas todas as pessoas escolheram o que foi sorteado e o menino que era o mais novo caiu no computador. A gente agora necessitando 150 exemplares é tradição e a gente quer agora achar como é que estão não sei como a gente vai achar esses três mas pelo menos o menino a gente quer saber como é que está hoje o que que ele diferenciou a vida dele alguma coisa. Então a gente quer entrevistar essa pessoa. Vamos ver se a gente consegue.

Já entrando no assunto da pandemia né? Antes da pandemia a gente tinha feito uma equipe. O Felipe é um cara assim que é o cara crânio da equipe assim na parte de internet tecnologia e ele tinha feito um site online ponto com ponto BR mas uma coisa bem tímida que a gente escrevia assim raramente não tinha muito propósito ainda assim estava descobrindo, era assim uma coisa de uma descoberta e na pandemia a gente descobriu que era o veículo que a gente precisar, viu? era assim uma coisa que a gente fazia, reuniões diárias, é uma coisa assim, eu fico pensando hoje como a gente conseguiu realizar reuniões online todo dia assim parecia maravilhoso...

*2. Enquanto comunicador do Maré, como você vê a relevância do jornal como a principal fonte de informação do complexo? Qual é o nível de aceitação do jornal entre os moradores? As pessoas são participativas e opinam sobre o que sai no jornal? Elas ajudam na proposta de pautas e interagem com o que é produzido?*

Eu acho que essa é a experiência que eu tive no Jornal do Cidadão foi muito importante pra... Foram anos assim de trabalho pessoas que mostra muita comunicação eu acho que isso me deixou muito experiente pra essa essa fundação desse jornal. O jornal maré de notícia ele tem um pouco mais de dez anos então no início foi difícil não é? Foi uma coisa fácil aceitação porque o morador tinha uma conhecia um outro jornal que tinha acabado e aí surgiu um jornal novo né era assim, o maré de notícia ele nasce no propósito assim ele nasce com é um jornal mais formal assim e os primeiros edições ele era bem quadrado assim a diagramação tinha muito artigo tinha jornais com duas folhas de artigos. Então aquele tijolão de um morador lê. Então foi uma não foi uma coisa assim fácil. a gente dificilmente a gente tem um artigo no numa área de notícia. A gente de vez em quando vem uma pessoa escreve está se pensando em voltar esse artigo sim eu acho uma boa ideia mas não concordo mais de voltar duas pessoas falando uma coisa mais leve, não sei se uma página inteira ou minha página porque é algo assim que era muito era muito forte e eu creio muito particularmente eh que o jornal tem que ser igual pescador, entendeu? Numa área de notícia é uma coisa que eu brigo muito e é uma coisa que tem lá desde o início que é um pedaço que é daí de ouro. Que é de ouro cede gratuitamente os caça-palavras, cruzadinhas jogo de sete erros, aí você vai me perguntar, por que que isso tem a ver com comunicação comunitária. A gente precisa ter essa argolinha assim, essa jogar a isca lá pro leitor, porque muitos leitores vão olhar primeira, eu já vi muita gente falar comigo, primeira coisa que eu olho no jornal são os cruzadinhos, são as palavras, depois eu vou na última página, então o pessoal pega a última página primeiro. Entendeu? No Jornal Cidadão a gente tinha um né? Muita gente chamava lá naquela época de

calhau, que é uma palavra que os jornalistas antigos usavam, que é quando você escreve um texto e não consegue o número de caracteres. Então você colocava embaixo do rodapé alguma coisa assim como tirar mancha de roupa como tirar o cheiro de queimados do arroz. Então tinha essas coisinhas assim que os moradores adoravam. E no maré de notícia sem isso ele não nunca teve isso. Então é muito difícil pro morador aceitar um jornal mais pesado politicamente. Mas entendeu? É muito complicado, entendeu? Então foi uma coisa difícil. E assim a instituição queria um jornal do Solo e a gente ficava tentando ali mudar aqui e aí hoje a gente eu acho que o jornal mais leve entendeu? Mas não deixou de ser mobilizador, eu acho que a palavra mobilização é primordial dentro do jornal. Mobilizar o morador pra que mude aquele ambiente. Né? Eu escrevi durante anos piadas dentro do jornal. Tinha essas piadinhas, tanto no Jornal Cidadão quanto no maré de notícias. E aí a última editora falou: olha, a gente está vivendo um momento político muito triste pra gente. Não tem como a gente contar uma piada dentro do jornal. Então a gente já tem mais ou menos um ano. Um ano que a gente não tem piadas de notícia. Eu entendo muito bem porque a gente vive um momento ainda de apreensão. Né? A gente tem o novo presidente mas a gente não está ainda satisfeito, a gente ainda tem uma apreensão. Então não é um momento de piada. Quem sabe um dia volte as piadas do maré de notícia mas não é o momento. Então a gente tinha e tem isso dentro do jornal né? Uma coisa que brinca mais, que deixa o jornal mais leve mas tem assim as matérias aí uma área de notícia do meio pra cá ele entrou muito na questão de segurança pública que não tinha lá atrás. A gente tinha medo. Como morador da maré a gente tinha medo de falar de segurança pública. A instituição queria que a gente falasse, mas a gente tinha receio. Segurança mesmo própria e aí a gente acabou não falando muito tempo mas depois a gente começou e incrível que a gente quando coloca alguma coisa na internet as pessoas nas redes sociais sobre segurança pública sempre tem aquelas uma voz que uma pessoa que vai falar assim é um grupo que defende bandido. Sempre vai ter isso. E aí o diferencial do Maria Jorge como eu sempre falo do maré de Notícias sobre segurança, sobre a questão de violência, aliás é a primeira matéria que a gente fez sobre foi sobre brigas entre grupos rivais armados, não era polícia. Então a primeira vez que falou sobre isso foi sobre essa questão. Então como a gente falou sobre isso se a gente defende bandido então é uma grande explicação é um grande documento nosso aí eu sempre falo que cada jornal é um documento a gente teve uma questão pessoal assim de esquerda mesmo que foram na instituição Rede da Maré pra questionar porque as ruas estavam mudando de nome na vila do João e a Eliana Souza que é nossa diretora pegou o jornal maré de notícia e falou há dois anos que Maria de Notícia fala sobre isso. Quem entendeu então o maré de notícias informou um documento de história entendeu?

Já é um contador de história, eu acho que jornalista tem que ser contador de história. Então a maré de notícias virou um um livro de histórias da Maré.

*Então, isso é uma participação ativa dos leitores. Tem-se essa participação ativa deles.*

Tem sim, porque desde lá do início, mesmo a gente ainda estava morador conhecendo ele participava, a gente lá no início recebia muita cartas assim pessoas deixavam na instituição um envelope com alguma coisa dentro com sugestões de pauta, de críticas, poesias, desenhos das crianças então a gente já recebia isso com o tempo foi eu passando pra e-mail depois WhatsApp mas a gente anda na rua, então eu eu gosto muito de falar que o jornalista hoje o grande mal eu acho que o medo da profissão de jornalismo acabar é a gente se transformar em jornalista de escritório, a gente ficar no ar condicionado ligado pesquisando notícias de outras pessoas que escreveram e não pegar e copiar e colar. Então eu sempre falo isso que as pessoas precisam andar na maré e esse andar você consegue trocar ideias com moradores. Muitas coisas que acontecem no Maré de Notícias os moradores falam ó isso aqui podia ser assim, isso aqui podia ser melhor. Então eu acho que a participação, a mudança do Maré de Notícias ela vem pela presença do morador e a comunicação voluntária tem que não pode esquecer isso a gente não é, o Hélio não é dono do jornal. A rede de americano pode ser do é o quem anda o jornal é um orador. Ele constrói se ele não quiser ler se se ele quando a gente for distribuir o jornal e ele não quiser receber acabou o jornal. Entendeu? Mesmo o Hélio querendo fazer jornal. Mesmo a Rede dos Americanos foi jornal. Mas se o morador é o grande, o principal instrumento desse jornal. Elemento desse jornal.

A gente precisa trazer coisas novas, mensagens novas, entendeu? Eu acho que se a gente quando faz uma matéria, traz alguma coisa nova, a matéria ela tem um alcance muito maior porque você não tem... Outro dia eu critiquei muito on-line estava... colocava tudo que era notícias assim aí o feriado quem que vai por em torno das matérias? Feriado vai abrir no o que vai abrir no feriado? E aí tinha todos os jornais do Rio de Janeiro era igual e até o maré de notícia era igual a notícia era assim copiou colou eu te contei e eu acho que uma área de notícia não tem que divulgar que que vai abrir no feriado isso aí a pessoa encontra em qualquer lugar. Se a gente precisa ter notícias da favela, precisa ser principalmente só da maré, mas da favela pra uma visão da favela sobre o que está acontecendo. Eu falei isso essa semana na reunião. Qual a visão da favela sobre o que aconteceu em Brasília esse final de semana? é diferente. é diferente do que todos os jornais estão publicando. Então é isso que eu acho que a gente tem que pensar é uma coisa que eu falei com os alunos da UFRJ hoje. Eu

fico muito triste quando o comunicador comunitário vai pra um lugar e fala que é a voz do morador. A gente não é a voz do morador. Morador tem voz. Morador não é mudo, morador não é calado, entendeu? Morador tem língua. Ele tem voz. O poder público que não quer ouvir o morador muitas vezes. Então o que é o jornal comunitário? Ele é aquele microfone pra essa pessoa. Ele vai ampliar a voz dessa pessoa. Ele vai fazer a ponte do poder público e vai mobilizar esse morador pra que ele não fique de braços cruzados, eu sempre falo isso, entendeu? porque senão a gente se transforma em Deus. jornalista não é Deus eu fico abismado com jornalista que fala, eu sei falar de todos os assuntos, não sei eu falo eu falo com o pessoal da UFRJ que tem a extensão da UFRJ que a gente fica três às vezes dois meses, três meses com eles e eu aprendo com os alunos entendeu? Eu não sou o Hélio sabe disso, sabe não eu aprendo com eles eles trazem energia da juventude, energia da academia pra gente a gente precisa disso, a gente não é Deus, a gente não sabe tudo, entendeu? Eu tinha um fiz um dos cursos que eu fiz com o que se chamava ele falava se você tiver no meio da roda que você não sabe o que eles estão falando, você não tem o que falar, não sai da roda, fica na roda, aprende o que eles estão falando ali pra que você possa comentar mais na frente. Contra ou a favor.

3. *Hélio, entrando agora mais no ponto chave da minha pesquisa, eu gostaria de saber como foi comunicar para os mais de 140 mil moradores da Maré sobre o Coronavírus no início da pandemia entre 2020 e 2021. A gente sabe que foi um período bastante complicado na questão da informação porque junto com o vírus veio uma crise sanitária sem precedentes e nós tínhamos um governo que não prestou a devida assistência para conter a crise. E aí, em se tratando de uma doença que a principal medida de contenção é o distanciamento social e higiene básica frequente, eu gostaria de saber como é que isso foi trabalhado no Maré, como vocês acompanharam a situação das famílias da periferia frente ao que estava acontecendo e qual era a estratégia de comunicação que foi usada para informar essas pessoas.*

No início, acho que foi mais difícil, né? Porque a gente não sabia o que que era. A gente não achava que ia ficar assim quinze dias, ia voltar ao normal. a gente acha, ah vamos fazer matérias assim do que a doença bem bem assim eh rala, né? Bem e aí foi quinze dias depois, e aí a gente aí quando passou de quinze dias a gente se assustou, agora a gente precisa correr atrás a gente não sabe o que que é e aí a gente procurou a Fiocruz e aí começamos a procurar especialista pra entender hein? E aí essas reuniões diárias era pra gente discutir assim o que cada um trazia de novo pra grupo entender o que que era a doença. A gente não sabia a

gente não entendia assim que que era Pandemia depois que era epidemia depois de pandemia a gente não tinha muita noção e aí foi muito bacana porque a gente às vezes ligava a televisão e estava um especialista da Fiocruz falando na, por exemplo, Globonews e a gente tinha ouvido o cara de manhã no maré de notícias. Então o cara estava muito próximo. A Margareth então eu esqueci o nome dela que era uma baita especialista e aí ela vivia na Globo News e vivia numa área de notícia falava caraca a gente está próximo da Fiocruz e era incrível assim que antes da pandemia a Fiocruz era distante. A gente não conseguia fazer matérias com eles. Era muito assim eu consegui uma vez fazer uma matéria sobre a violência até entrevistei a presidente mas foi uma coisa assim meio muito rara e aí a gente conseguiu essa parceria muito bom a gente entender isso. Eu até falei outro dia com o pessoal da Fiocruz, falei vamos ver se a gente não perde isso que a gente conquistou na pandemia. A gente teve tanta coisa ruim, mas a gente tira essa coisa boa de ter essa aproximação. E aí a gente também tinha objetivo. Não dá medo a gente não queria passar medo, a gente queria passar eh o que o especialista estava dizendo ali, mas o tratamento, o distanciamento, tudo o passo a passo mas não queria passar medo como tinha veículos passando medo assim que ia acabar o mundo e a não é não ia acabar o mundo só a gente precisava de seguir as linhas até a vacina aparecer e depois da vacina começou a dizer que ia, a vacina era a credibilidade. Mostrar que ele valoriza o cientista, da saúde, do SUS, todo mundo antes da pandemia falar, o SUS não presta, o SUS não serve. E a gente não, depois na pandemia começou a bater na tecla ao SUS, está aí é um é um, é algo que foi criado com a constituição e a gente precisa valorizar e aí veio a gente teve esse trabalho árduo diário né? Outro dia um estudante falou assim olha eu eu fui contar quantas matérias você escreveu nesses dois anos e fiquei assustado foram mais de duzentos matérias então com parceria com outros jornalistas da equipe mas aí ela falou vocês escreveram muito foi assim e foi essa questão se a gente todo dia tinha reunião, todo dia escrevia. E era assim foi cansativo, depois a gente foi diminuindo pra três vezes por semana, depois hoje são duas vezes por semana quente, mas foi algo assim bem forte mas é era isso de mostrar credibilidade, um dos profissionais, dos cientistas e junto com a Rede da Maré lutar contra o que tava acontecendo, que tinha números errados de doentes a gente começou a discutir a rua, isso foi no início, a gente não ia, depois começamos a ir a UPA procurar pessoas doentes e entrevistá-los. Então era assim, era um risco, né? Eu tinha eu tenho e mesmo assim eu ia né a Record entrevistou poxa você está na rua trabalhando e como é que é isso? Falei que eu tenho medo mas eu tenho que mostrar a notícia, tenho que... essa entrevista que eu vou trazer pode mudar muita coisa. Então a gente começou a ir à rua e entrevistar pessoas que estavam e mostrar números assim números e aí isso fez com que a própria

Fiocruz fizesse a parceria com a Redes da maré pra que tivesse todo tratamento dentro da favela assim dos testes e o melhoramento na clínica da saúde, material chegando então foi toda uma mudança de pensamento e o número foi mudando, foi foi melhorando a saúde da maré porque era eram muitos doentes, né? E a prefeitura não divulgava. maré de notícia foi firme nisso entendeu? Te dizer e aí também teve aqui no Rio tinha uns tipo seguranças do prefeito e a gente também teve eles no nosso pé, entendeu? Pra não deixar a gente divulgar que por exemplo tinha um posto de saúde na vila do João que estava caindo aos pedaços com infiltração e a gente não mistura entendeu nesse momento da pandemia. Então tinha essa questão, a gente não podia ficar calado. Até teve uma pesquisa do grupo dos Estados Unidos que foi divulgado até ontem e aí eles mostraram que quando a gente falava por exemplo de comida a gente trazia o assunto da do covid que era assim quando a gente fazia no você está apitando deixa eu tirar aqui o som tá? Agora quando a gente trazia por exemplo assim teve uma matéria sobre ervas medicinais, então a gente trazia essa questão da hérnia covid também falando assim oh você precisa aumentar a imunidade então suco de laranja quando você faz com uma uma erva lá alguma coisa assim com gengibre ou você fortifica, esse suco você fortifica o teu [sistema imunológico], a gente trazia isso. Então isso foi bacana porque a gente não fazia uma matéria mais leve mas que no fundo no fundo tinha algo ali por trás para falar da pandemia.

*4. Hélio tu comentou sobre as reuniões né? Que vocês fazem com a Fiocruz. Essas reuniões ainda acontecem?*

Não a gente não fazia fazia com a equipe, mas aí dessa reunião da equipe saía nomes de especialistas e a gente dessas reuniões falar olha vamos entrevistar tal pessoa. Sobre a questão da pandemia na infância. Como está, essas são as crianças que estão sofrendo. Então se sair um psicólogo lá da da Fiocruz aí um uma pessoa dava o nome outro tinha o contato e aí a gente ali naquela tinha que ter aquela reunião pra gente trocar figurinhas ali, trocar experiência um do outro pra que a gente pudesse construir a matéria. Então tinha toda uma construção coletiva dessa matéria. Então a reunião era diária pra isso, pra gente discutir quem a gente podia procurar. A UFRJ também teve uma grande procura. E aí a gente acabou já no meio da pandemia a gente já ia pra universidade eu consegui entrevistar pessoas da Universidade de Brasília, da USP, da UNICAMP, entendeu? A gente começou a dar o nome, porque não vamos lá entrevistar essa pessoa, então aí foi essa constituição coletiva.

5. *Tu acha que essa construção coletiva ela fortaleceu outras pautas depois da pandemia?*

Sim, sim, porque eu acho que a gente tem hoje uma visão, acho que da importância da internet que a gente não tinha essa visão entendeu? De que o online, esse corre é muito mais rápido que o jornal, que o jornal é mensal e aí circulação na maré então a gente tem essa visão hoje a importância da internet. É importante ter redes sociais que a gente fazia campanha, muitas campanhas dentro das do Instagram, do Twitter, do Facebook, então teve essa agilidade, né? E eu acho que hoje a gente tem assim um espaço mais aberto ou por essa esse trabalho que a gente fez dentro dessas instituições, criou assim um carimbo nosso assim de uma confiança pelo trabalho sério que a gente fez, entendeu? Acho que uma área de notícia hoje quando chega em algum lugar depois disso desse trabalho que a gente fez. Acho que tem outro olhar do que antes da pandemia. Eu não gosto muito de falar que a pandemia trouxe alguma coisa de bom mas acaba por um lado, por outro. Entendeu? Mas a gente teve que achar outras ferramentas pra e aí acabou agregando muito, né? A gente por exemplo aqui quando a gente é putz ser o único jornal da malha quando a gente trouxe a morte da Marielle essa questão toda foi no site foi assim choveu acesso. Mas pra gente não foi algo feliz, entendeu? A gente estava com a gente está com o coração. minha esposa falava aqui do meu lado a irmã dela, a gente falava assim, nossa é como se a dor fosse nesse momento assim o centro da cidade estivesse sendo agora o carro dela, entendeu? É a mesma dor então pra gente foi assim poderia assim a gente abrir um uma cidra vamos dizer assim soltar fogos de alegria pelo número de acesso mas a gente não tinha essa eh não tem até hoje essa alegria por esse motivo entendeu é muito diferente de outros jornais que vão comemorar, fala de mortes e comemora porque o cara está ligando a televisão pra assistir. A gente comunitário a gente não trabalha dessa forma. A gente acha que a gente não tem como sorrir com a notícia triste.

6. *Com a pandemia vieram muitos assuntos de fora né? Da comunidade. Teve aquele troca-troca político, teve vários problemas externos e internos no Brasil. E eu vi que em muitos posts lá do do Instagram vocês trouxeram algumas mudanças políticas do governo do Rio de Janeiro e tal e eu queria saber como é que vocês se organizaram então pra inserir essas novas editorias digamos assim esses novos assuntos que não fosse ocupar completamente? O que vocês costumavam trazer?*

O maré de notícias, como a gente não entendia muito sobre essa questão de site, a redes da maré contratou o Edu Carvalho que foi um jornalista que tinha essa visão, já tinha

um trabalho no globo news. Então ele trouxe essa rapidez pra gente, essa questão de que foi bom e ruim, né? Eu já falei que falar de outros assuntos que às vezes todos estão falando não é tão bom. Mas a gente depois foi reduzindo e foi fazendo uma centralização. Então a gente acha assim que a gente pode falar de notícias do Brasil eu acho que tem influência na maré ou nas outras favelas que vão ter, entendeu? Não adianta a gente falar que está chovendo por exemplo no sertão do nordeste. Só isso só vai só vai trazer se tiver alguma coisa do maranhense presente nisso. Então a gente precisa ter esse vínculo e a gente sabe por exemplo se muda o prefeito daqui da cidade vai influenciando a maré porque a maré faz parte da cidade do Rio de Janeiro, se muda o governo do estado, por exemplo, esse governo que está aqui hoje tem a questão das operações policiais isso vai influenciar muito dentro da maré. Se entra o governo Lula que é um governo popular, um governo que em oito anos fez um tratamento diferenciado pra fome mas ao mesmo tempo trabalhou a UPP... Então tem essa questão que a gente precisa trabalhar. A gente não pode bater palma só. Então essa coisa que a gente acha que pode falar de outros assuntos mas que tem algum vínculo, a maré não é uma ilha, não é. Ela é vinculada à cidade, ao estado e ao município. Tem o Jorge que é um jornalista que trabalha aqui com a gente que ele fala muito da cidade partida. A gente sabe que o Rio de Janeiro é uma cidade partida mas eu gosto de olhar muito pelo olhar de que é partida quando as pessoas querem porque de manhã cedo quando você passa na Avenida Brasil ou na linha amarela você vai ver um ponto de ônibus lotado de pessoas que estão ali pra esperar um ônibus e cheio pra Barra e pra Zona Sul. Pra construir a Barra e construir a zona sul pra trabalhar na casa daquele cara que está ali que nunca vai passar do túnel porque que tem tudo lá no condomínio dele, mas ele a maré como todas as outras favelas constrói a zona sul e a e a Barra. Então ela é partida pra aquele cara que não quer passar num túnel, mas ela é partida quando os recursos ficam presos na zona sul e na Barra e não vem pra zona norte para o subúrbio. Mas ele não é partida quando de manhã e o cara tem que ir trabalhar lá. Cuidar do filho do outro cara que é ir lá se babar lá na outra casa não é partida.

7. *Hélio, tu poderia me descrever um dia de trabalho no jornal quando o número de casos de covid estava bastante alto? Quais eram as medidas de prevenção que a equipe seguia e como eram apuradas as notícias do dia?*

A gente usou muito, não tem como negar que a gente usou muito WhatsApp, a gente tinha... Eu morei na maré há três anos atrás, hoje moro do lado da maré, consigo chegar de carro em cinco minutos e a pé vinte minutos na Nova Holanda. Então a gente tinha essa coisa do WhatsApp muito próximo, tanto que eu tenho dois chips de celular os dois estão cheio de

contatos que eu tenho de inúmeras pessoas lá da Maré. E mais a gente sabia que tinha que ir também lá, né? A gente fez com a redes da maré entregas, os repórteres fizeram também uma entrega de cestas junto com os outros funcionários da redes da maré e tinha esse contato com pessoas que estavam precisando de ajuda e que também estavam doentes né. Então a gente tinha essa experiência e podia contar isso. E aí muito do que a gente fez nas matérias foi contar o que a gente via. Entendeu? Que a gente falava quem vai hoje pra rua? Quem não vai? quem vai fazer a foto? Quem vai cobrir também os trabalhos da redes quando ela... A gente não sabia disso ainda que a gente inocentemente fez a limpeza de todas as ruas com água e sabão e achava que isso ia ficar seis meses sem sem espalhar o vírus depois descobriu que isso não tinha nada a ver não servia pra nada. Então a gente foi cumprir isso, a gente foi entrevistar moradores que achavam os moradores. No entanto tinha isso a gente não sabia muito, a gente ia descobrindo aos poucos e isso fazia parte. Então usamos muito telefone, segurança, a gente usava máscara tinha tudo álcool em gel, a rede disponibilizava isso pra gente depois quando a gente começou era a máscara de pano, depois foi uma máscara eu acho que é P2 que era mais segura que a rede disponibilizava. Então tinha toda uma segurança, né? Pra que a gente não tivesse contato. Eu contraí duas vezes, né? Uma vez foi na segunda eu não sei mas a primeira foi na vacina maré o que a fez a vacina total dos moradores duas vezes e nessa eu contraí, entendeu? Então tinha isso. A gente sabia que tinha o risco, a gente tinha que estar trabalhando dentro da maré.

8. *Em nenhum momento vocês pararam, vocês interromperam esse trabalho direto com a comunidade?*

Só interrompemos o impresso. O impresso a gente ficou com muito medo dos distribuidores pegarem né? Porque eles pegavam o jornal e passavam o jornal pras pessoas então se eles contraíssem eles podiam espalhar mais ainda. Então a gente teve que interromper a impressão algumas vezes, duas vezes se eu não me engano, acho que cinco meses depois, mais três meses, mas a gente trabalhava como se montava o impresso tinha que entregar no prazo, fazia o impresso e jogava on-line. Entendeu a gente fingia assim que vai sair, vamos fingir que vai sair e se a gente conseguir liberação... a gente trabalhava com os postos de saúde daqui falava não pode distribuir. Quando começou o jornal a ser impresso, não podia ficar exposto na sede da rede porque com dias entendeu? Então tinha todo um e aí a gente começou os distribuidores tinham que fazer até hoje até pouco tempo fazer o teste antes da distribuição de todos faziam teste não tinha tudo isso pra esse cuidado essa mudança de rotina do que antes a gente trabalhava.

9. *E durante esse momento vocês diminuíram a equipe pra poder ir nas pessoas com menos risco ou vocês fizeram o contrário vocês aumentaram o número de comunicadores pra poder cobrir mais em menos tempo né? Sem ter tanto risco.*

Acabou diminuindo a equipe não pela pandemia, a instituição rede da Maré ela viu que quando começou a pandemia a gente tinha um foi muito complicado, era muito trabalho divulgar a rede da maré e divulgar a maré entre as favelas e fazer esse trabalho. Então ela dividiu a comunicação. Alguns jornalistas, alguns repórteres foram pra comunicação institucional da rede falar só da rede da maré e outros ficaram na parte do maré de notícias. Entendeu? Então teve essa diminuição logo assim. O Maré de Notícias perdeu duas pessoas que foram começar esse grupo lá de trabalho institucional e aqui a gente ficou fazendo só as notícias. Então teve essa diminuição de duas pessoas na época mas que depois a gente hoje já voltou o número maior tudo mas nessa época precisou fazer essa divisão porque a gente não tinha mais pernas pra trabalhar doença e trabalhar a instituição do redes da maré que também estava fazendo um trabalho lindo, grande, que era distribuição de alimentos e trabalhar a saúde então não tinha mais a gente não tinha perto.

10. *Tu sabe me dizer mais ou menos quantas pessoas trabalhavam só no Maré de Notícias nesse momento?*

Acho que a nossa equipe ficou com nove, se eu não me engano. Nove pessoas. Hoje a gente tem eu acho que doze, se eu não me engano.

11. *Dentro desse contexto pandêmico, tu saberia me dizer algum momento em que o jornal ou que você enfrentou alguma crise em meio a tudo o que estava acontecendo? (ex: equipe com covid/morte/ saúde mental /fake news)*

A gente tinha medo, né? A gente ia pra rua com medo. Eu não vou negar. Apesar da rede assegurar tudo ali mas a gente tinha muito medo eu acho que a gente teve assim eu vou falar duas coisas, uma particular e outra mais quando o jornal impresso deixou de ir pra rua a gente ficou meio, pensei isso do jornal acabar, né? No primeiro momento da equipe acabar mas aí começou a vir com muita força o on-line e eu acho que isso nos fortaleceu também a gente tinha como instituição assim, a gente tinha muito receio de como ia ser os financiadores iam trabalhar com a Redes da maré. Se ia ter cortes, isso a gente não sabia no início se a gente no outro dia estaria trabalhando ou não. Como todo trabalhador na pandemia a gente tinha um receio de como vai ser o outro dia? E a gente ficou muito feliz quando a Redes divulgou pra

APAE os funcionários que iam que ninguém ia ser demitido. Então a gente teve um assim uma paz no coração porque a gente deitava na cama e não sabia assim eu falava poxa será que no outro dia eu vou estar ainda trabalhando porque não era culpa da rede. Era culpa do que estava acontecendo, né? A gente tinha tudo fechado, a gente tinha os financiadores, mas a redes soube administrar, soube mostrar que as pessoas estavam trabalhando às vezes não estava no seu setor naquele momento fazendo aquele trabalho que ele deveria estar fazendo mas estava fazendo outro em prol da da maré. Então teve muito isso e as parcerias continuaram acho que foi muito importante a valorização das pessoas e tanto da instituição quanto dos financiadores nesse momento. Isso é bem particular. Eu contei assim bem... Abri meu coração mesmo porque é algo bem assim.

*12. O Maré de Notícias é um jornal impresso. Pelo o que eu acompanhei no instagram do jornal, em algum momento as tiragens foram interrompidas, acredito que por causa do nível de fatalidade do coronavírus, mas depois, ele retornou. Você pode me confirmar como esse processo se deu e como funcionou o trabalho do jornal fora do impresso? Houve alguma redução na equipe, o trabalho ficou remoto em algum momento? Como a equipe se organizou para continuar informando neste momento?*

Respondida em outro momento

*13. Para acompanhar os casos e óbitos na Maré foi desenvolvido o Painel dos Invisíveis, a partir do monitoramento “De olho no Corona!”, que levantou dados sobre os impactos da pandemia na Maré. Essa articulação foi feita por uma rede de organizações que atuam na Maré, certo? Eu gostaria de saber como, exatamente, o Maré de Notícias contribuiu nesse levantamento.*

Eu acho que como veículo de comunicação a gente queria divulgar o máximo o que estava acontecendo. Então eu tinha essa necessidade de não só replicar o que a prefeitura falava, entendeu? A gente queria saber da verdade, então quando a gente viu que havia essa movimentação, essa mobilização de pessoas a gente logo colou, né? Pra que a gente pudesse também estar junto nisso. Eu acho que um dos viés da da rede da Maré porque no início quando separou as comunicações a gente ficou meio assim como vai ser a gente deixa de ser redes da maré mas a rede da maré ficou deixou claro que ela caminha junto com a gente até hoje, né? A gente é um projeto da Rede da Maré só que a gente hoje tem a liberdade de falar de mais sobre a maré, sobre as outras favelas do que antes, quem tinha muito tinha que falar

muito da instituição então quando a gente teve essa união com outros grupos a gente queria mesmo mostrar a realidade né e fortalecer eu acho que quando a gente pensa muito quando se une com outros grupos a gente vai dando as mãos, a gente vai fortalecendo. Então isso foi um grande posicionamento nosso de querer estar junto, de querer falar os números verdadeiros, né? O que tava acontecendo mesmo que antes não era realidade. A gente via isso muito no alemão aqui que é muito próximo. Complexo do alemão que via o número de falar, não. Está errado. Essa maré está assim, o alemão está, entendeu? Então a gente também foi bem bacana porque a gente trocava figurinhas com os outros jornais e com os outros movimentos de outras favelas. Entendeu? Então a gente conversava, a gente dialogava e isso foi muito bom. Eu acho que a gente, eu acho que a gente tem que continuar nessa linha, acho que a gente não pode parar, acho que a gente até diminuiu um pouco depois da pandemia mas eu acho que a gente tem que voltar a ter essa troca de experiências com outros jornais, com outros veículos, com outros movimentos de outras favelas.

*14. Enquanto mídia periférica, o Maré de Notícias, além de uma responsabilidade com as informações, tem também uma grande responsabilidade com a comunidade. Durante a pandemia o Maré esteve presente em diversos projetos sociais para prestar assistência aos moradores. Enquanto comunicador do Maré, como você descreve esse trabalho direto com a comunidade?*

Eu acho que além disso, por exemplo, quando você anda na favela da Maré, você conversa com os moradores. Muitas vezes você acalma o morador que está apreensivo com alguma coisa, você está ali acontecendo. Por exemplo, recentemente teve a falta d'água aqui na maré. Teve dias sem água, então a gente conseguia andar na comunidade, falar com o morador, dialogar melhor, né? Presidente da associação tá lutando pra isso, a gente tá vendo carro pipa tá vindo aí, então tem essa coisa assim de além do que está de que vai escrever que vai sair é tentar fazer parte da notícia. É não só escrever, não ficar só por trás da câmera, né? É a gente participar disso porque a gente faz parte do território, a gente tem que construir o território junto. Não só eu fico muito assim quando tem alguns repórteres falando assim olha se tiver desabando um prédio assim alguma coisa eu vou tentar filmar, mostrar o que está acontecendo. Mas eu sinto necessidade também de participar daquilo. De estar ali socorrendo alguém, de estar ali. Entendeu? Eu acho que você tem que estar ali junto com isso e tinha aqueles momentos ali da pandemia que a gente precisava conversar com as pessoas. Tem pessoas que falam mas eu não escuto mais nada da pandemia. Eu não ligo mais a televisão. E

a gente falava olha você precisa ser informado. O WhatsApp não é o teu veículo de notícia. Você precisa procurar ouvir o especialista. Você precisa saber o que é, e eu tinha isso. Você precisa ir ao teu posto médico lá. Você precisa ouvir o agente de saúde.

*15. Por fim, Hélio, eu quero saber como tu, que caminha com o Maré de Notícias desde o início, entende a importância da comunicação periférica e avalia o trabalho do qual tu fez parte durante o triste período que o nosso país enfrentou com a pandemia de Covid-19. Como é que tu vê a tua atuação e a dos teus colegas como jornalistas que trabalham para levar informação de qualidade e adaptada à realidade da periferia?*

A gente não quer, não quer repetir isso. Entendeu? Aí o que eu falei com você lá no início de conseguir muitos acessos por causa de algo triste. Então a gente não quer isso, a gente quer falar de coisas boas, a gente espera esses quatro anos aí pra esse governo federal que seja de notícias boas pra gente divulgar todo dia como a gente divulgou da Anielle e da Nísia Trindade. Então a gente tem essa expectativa, né? Mas quando a gente fez esse de olho no corona, a gente fez também um podcast com a UFRJ. Quando a gente fez esse trabalho a gente precisa pensar muito assim de que a gente está fazendo pro nosso amigo. Porque se a gente trabalha no território e tem muitos amigos lá a gente está fazendo pros nossos amigos. A gente está fazendo pro nosso vizinho a pessoa que morou ao nosso lado, que foi nosso vizinho que viu a gente nascer, viu a gente crescer. A gente está falando com nossos parentes. Tem parente na maré. Então eu tenho familiar. Eu estou escrevendo também pros familiares. Eu também estou escrevendo pra aquele cara que não me conhece mas que um dia eu quero conhecer. Entendeu? Então você precisa ter esse pensamento de que você não está escrevendo por escrever. A Dani Moura que coordenou a equipe nessa nessa fase e ela falava muito. Quando a gente escreve por escrever a gente perde a essência, o comunicador tem que ter a essência, tem que tentar ali passar sentimento não pode ser uma coisa fria, uma coisa assim formal, a gente precisa ter cor. A matéria precisa ter cor, a matéria precisa ter gente, precisa ter energia. entendeu? Então está em movimento. Então é quando a gente escreve que a gente pensa nisso. Escrever pra esse cara que não nos conhece que também não nos conhece mas que quer conhecer ou a gente quer conhecer eles pra que a gente tenha laços a gente quer formar laços que o o cara pode falar assim pô eu gosto do que o Hélio escreve e não me conhece nem não sei se vai me ver um dia às vezes eu passo por ele e ele não sabe que sou eu mas é saber que aquele cara, eu gostei desse texto, desse cara esse cara aí pô escreveu com coração esses cara entendeu? Falou a verdade pô liguei a televisão dando um negócio lá que o

é de notícia primeiro. Eu fui, por exemplo, a matéria, a matéria do IBGE que eu escrevi e a minha esposa viu no jornal hoje e falou assim, porra a matéria que tu escreveu eu gostei mais do que é do jornal hoje. Entendeu? A gente quer isso. Entendeu? A gente quando é isso que a gente quer. A gente não quer ganhar do jornal O Globo nem aqui do jornal O Dia, nem a gente não está concorrendo com eles. Mas a gente quer que o morador entenda a credibilidade do nosso trabalho, entendeu? Que ele tem assim a confiança que a gente vai falar a verdade.

## **APÊNDICE II** — Transcrição de entrevista com Jéssica Pires

Entrevista na íntegra disponível em: [Google Drive](#)

1. *Jéssica, pra começar eu gostaria de saber mais sobre você. Eu sei que tu és formada em Jornalismo, Publicidade Afirmativa e especializada em Comunicação Estratégica, e que você está no Maré de Notícias desde 2018. Mas eu quero saber quem é a Jéssica, há quanto tempo tu trabalha com comunicação, como se deu o teu interesse pela comunicação comunitária e como tu foi parar no Maré de Notícias.*

Lá na época de pré-vestibular, ensino médio, refletindo um pouco sobre o que eu iria cursar, eu sempre tive um desejo de fazer algo pro lado social, humano, e aí eu fiz um curso de fotografia na época do pré-vestibular, um curso de fotografia comunitária aqui na Maré também (sigla) que era de uma turma de fotógrafos do Imagens do Povo, que é um coletivo de fotografia que eu tenho uma admiração gigante, tem muito impacto e tem muito do que eu absorvi sobre o conceito da fotografia do Imagens do Povo na minha formação e em tudo o que eu faço, em todo o olhar que eu tenho para a comunicação, para audiovisual tem muito do Imagem do Povo. Inclusive, o meu TCC, o meu trabalho de conclusão da faculdade eu falei sobre o Imagens do Povo e aí eu fiz esse curso de fotografia e eu tinha algumas outras amigas que já tinham esse olhar também pro audiovisual, pra fotografia, amigas aqui da Maré também e aí, assim, sempre me incomodou também a forma como de alguma maneira os grandes veículos né, as grande mídias narravam, documentavam e invisibilizavam, distribuíaam o alcance gigante né, sobre o espaço de favela, sobre a Maré, que é um lugar que também me faz muito como ser humano, como mulher, como mãe, como profissional, então, esse momento de olhar pra fotografia do Imagens do Povo, olhar a fotografia como uma ferramenta importante e fundamental também, não só importante, mas fundamental para essa construção e disputa de narrativas, tanto sobre pessoas quando sobre territórios, sobre grupos sociais e tendo esse incômodo sobre como a mídia vinha construindo essa comunicação, esse

jornalismo sobre as favelas, eu decidi então fazer jornalismo. Logo na entrada da faculdade eu e essas amigas fundamos um coletivo de fotografia audiovisual que chama “Amaré vê”, de 2014, que depois cê dá uma olhada aí no Instagram, que tem como objetivo criar essas narrativas audiovisuais a partir do nosso olhar daqui de dentro da favela, a partir desse olhar de mulheres pretas, a partir do olhar das próprias outras pessoas que estão aqui, dos moradores que contam a partir das suas vidas a própria história dentro do território e muito num olhar de provocar esse direito à memória né, que poucos espaços de favela e periferia tem. Então é isso, assim. Eu trabalho com comunicação desde um pouco antes de 2014 e meu interesse pela comunicação comunitária veio dessas reflexões e desses momentos. Eu fui parar no Maré de Notícias assim, eu já acompanhava o trabalho da Maré, ela é uma organização que atua aqui na Maré há mais de 20 anos e aí quando eu me formei eu fui trabalhar em empresas privadas de comunicação, mas chegou um momento em que eu resolvi me dedicar só pra “Amaré vê” entendendo que de fato não era essa a comunicação construída por empresas privadas que eu acreditava e que me representava. Então eu resolvi me dedicar só a Amaré vê, isso em 2016, e aí logo depois rolou a possibilidade de fazer um processo seletivo na equipe do Maré de Notícias e aí eu fiz e acabei ficando.

*2. Jéssica, tu trabalhou com a comunicação institucional da Redes da Maré durante a pandemia e liderou a produção de conteúdo para projetos e campanhas deles. Como aconteceu esse trabalho durante o período pandêmico?*

Eu cheguei em 2018 no Maré de Notícias e aí fiquei em 2018, em 2019 eu engravidei da minha filha Mariah, e aí passei um tempo de licença. Em 2019 quando eu tô retornando pro trabalho presencial em fevereiro começa a pandemia em março e muitas pessoas da Redes ficaram trabalhando em campo né, com essas ações de entrega de cesta básica, de itens para apoio da higiene pessoal... Mas eu fiquei de casa, por conta da minha filha né que tinha 6 meses na época. E aí a princípio, o trabalho de produção do Maré de Notícias foi muito intenso, teve uma época que a gente fazia reuniões todos os dias, a gente produziu muito conteúdo, tanto nesse intuito de informar as pessoas no território sobre cuidados, sobre o comportamento do vírus, tinha um momento que era a coisa do apagamento dos dados, os espaços de favela são muito grandes e acontecia muita invisibilização dos casos, das mortes, então a gente trabalhou muito em cima disso, de falar para as pessoas sobre o que de fato estava acontecendo na Maré e aí foi um ritmo de fato muito intenso de trabalho e aí no meio do ano de 2020... Porque era uma equipe só que produzia a comunicação do Redes e o jornal,

mas só que com a pandemia e o surgimento dessa campanha que a Redes da Maré liderou (#MaréDizNãoAoCoronavírus). Muitos projetos que surgiram a partir da campanha, inclusive esse olhar pra saúde do território, demandou muito dessa equipe de comunicação institucional. Então se dividiu a equipe, uma equipe continuou produzindo jornal e uma equipe foi formada para comunicação institucional e aí eu fui pra comunicação institucional. E aí a gente criou muitos produtos interessantes, podcast, audiovisual e foi um momento de muito aprendizado e de muita produção também, olhando a linha do tempo da minha carreira profissional, de crescimento também, de amadurecimento, mas eu acho que a gente conseguiu de fato entregar produtos que eram necessários e que fizeram a diferença pras pessoas naquele momento. Tanto nesse lugar de informar as pessoas sobre a pandemia no geral, quanto o que a Redes da Maré tava fazendo nesse enfrentamento. Então foi um momento muito importante e fundamental.

3. *Enquanto mídia periférica, o Maré de Notícias, além de uma responsabilidade com as informações, tem também uma grande responsabilidade com a comunidade. Durante a pandemia o Maré esteve presente em diversos projetos sociais para prestar assistência aos moradores. Enquanto comunicadora do Maré, como você descreve esse trabalho direto com a comunidade?*

Então, quando cê fala sobre a Maré prestar assistência aos moradores, na verdade assim, o Maré de Notícias como um veículo de jornalismo comunitário a gente ficou muito nesse lugar de produzir conteúdo, produzir informação nessas frentes assim do combate a desinformação, prestando serviços sobre o que as pessoas precisavam saber naquele momento. A Redes da Maré, como um todo né, como organização, é que pensou, esteve nesse lugar mais de assistência no sentido de garantir a segurança alimentar, garantir o mínimo ali no apoio ao saneamento básico pros moradores, apoio a questão da saúde mesmo né, disponibilizando testagem gratuita, telemedicina, apoio também ao isolamento seguro. Mas num escopo mais geral da Redes da Maré. Eu descrevo como fundamental e como central para as pessoas terem passado por esse momento aqui na Maré né. Foram distribuídas mais de 60 mil cestas básicas, então muitas famílias naquele momento contavam com esse apoio pra seguir, sabe? o enfrentamento desse momento que a gente sabe que foi único, né. Então assim, foi uma ação e que hoje a Redes da Maré, apesar de ela ser conhecida nacionalmente, muitas pessoas não conheciam o trabalho aqui dentro desse território mesmo e aí com a campanha a

gente também chegou a muitos pontos da Maré que antes a gente não chegava. Tanto nesse lugar organizacional da Redes, quanto de fato também o Maré de Notícias.

4. *Você poderia me descrever um dia de trabalho no jornal quando o número de casos de covid estava bastante alto? Quais eram as medidas de prevenção que a equipe seguia e como eram apuradas as notícias do dia? Quantas pessoas trabalhavam no jornal nesse período e quantas trabalham hoje?*

Então sobre o momento ali do ápice da pandemia, a maioria da equipe ficou trabalhando de fato de casa e a gente ficou contando com essa estrutura das Redes né, as pessoas que estavam no campo já produzindo e pensando outros tipos de ação pra além da comunicação traziam pra gente as informações, eram grandes fontes de apuração. A Redes da Maré ficou num lugar de muita produção de conhecimento né, que faz parte da metodologia do Redes da Maré, esse olhar de produção de conhecimento, então a gente acabou bebendo muito dessa fonte de produção de conhecimento dos eixos da Redes da Maré. E aí tinham escalas, a equipe fazia rondas na rua, mas sempre com toda a proteção possível, equipamento de proteção individual. A dinâmica de trabalho na redação, que é um ambiente pequeno, não aconteceu porque os profissionais faziam ronda na rua, a gente contava com esse corpo de produção de conhecimento da Redes, mas a gente não se encontrava fisicamente na redação por conta desse cuidado que era necessário.

5. *O jornal impresso foi suspenso por um momento durante a pandemia, a partir daí, qual foi o principal canal que o jornal usou para continuar comunicando?*

Por três meses o jornal foi suspenso em 2020 porque a gente conta com uma distribuição porta a porta. São 10 distribuidores, a gente usa uma kombi pra circular as 16 favelas, então naquele momento de fato não seria seguro nem para os distribuidores, nem para os moradores que a gente fizesse essa distribuição, tivesse esse tipo de contato. Na paralela disso, a gente não deixou de produzir o digital, então o PDF dessas edições que não foram impressas estão disponíveis no site do Maré de Notícias e do Redes da Maré. E aí a gente também tem o site né, que a gente produz matérias pra além do que é produzido no impresso, então esse canal foi muito usado, tinham dias que a gente fazia reuniões de pauta todos os dias e aí ainda distribuindo total no site e nas redes sociais. A gente também fez um trabalho interessante com a produção de lambe-lambes, a gente produziu alguns conteúdos específicos

pros lambes e colou em alguns pontos aqui do território. A gente fez um trabalho muito forte também pelo whatsapp distribuindo essas pautas que a gente produzia pro site e produzindo áudios também, cards, bastante conteúdo pelo whatsapp e parceria também com outros coletivos de comunicação, com o pessoal da Fiocruz, acho que foi por aí.

*6. Agora eu queria focar mais no que é o meu objeto de pesquisa, Jéssica, que é o Instagram do Maré de Notícias. O Maré de Notícias começou no Instagram bem depois que o impresso estava circulando. Por que e para atingir qual público o Instagram foi criado? A equipe que cuida do Instagram é a mesma que trabalha no impresso?*

Sim, o jornal, o Maré de Notícias nessa versão impressa surgiu em 2009, a partir dessa metodologia do Redes da Maré de pensar produção de conhecimento, de pensar a mobilização dos moradores, buscando muito que eles próprios tenham essa autonomia na busca por garantia de direitos deles, sabe? Então a informação é central nesse sentido. É preciso que as pessoas tenham informação, realmente conheçam e saibam os seus direitos para que elas possam se ferramentalizar para ir buscá-los, né, para efetivar essa busca por direitos. E aí só em 2017 que a gente lançou o site, entendendo assim esse avanço nas tecnologias, entendo como as pessoas estavam consumindo informação naquele momento, mas sempre tendo como desafio também o recurso. A Redes da Maré tem um setor de captação de recursos, mas são muitos projetos né, então acaba que o Maré de Notícias acaba absorvendo um pouco da captação de recursos desses projetos pra bancar essa estrutura que infelizmente é cara né. Imprimir hoje o jornal é um desafio por conta também do custo, pra além do desafio da produção. Então em 2017 a gente conseguiu lançar o site, mas naquele momento ainda existia as redes sociais só da Redes da Maré, e entendo o Maré de Notícias como um projeto, a gente divulgava nas redes sociais da Redes da Maré as publicações né, as notícias do Maré de Notícias. E aí quando se pensa essa divisão dessa equipe, que se pensa as redes sociais exclusivas e dedicadas né, pensando que são comunicações de fato diferentes e a gente precisava de alguma forma trabalhar esse conteúdo nas redes sociais de formas diferentes também, desse institucional e desse comunitário. Então pra atingir um público no geral a gente conversa, obviamente, naturalmente muito mais com o território do que com o público externo a partir do instagram e de outras redes sociais também, mas a partir de um objetivo também de incidir tanto na produção de pautas né, sobre favelas, quanto, enfim, nessa busca por direitos que são negligenciados pelo estado nesse território, a gente também precisa

conversar com outros públicos e as redes sociais acabam sendo um lugar mais democrático pra isso. A equipe que cuida do Instagram, são pessoas específicas que cuidam das redes sociais, mas a produção de conteúdo é feita por uma mesma equipe, sim. Os jornalistas escrevem tanto pro impresso quanto pro site.

7. *Tu saberias me dizer qual é hoje o alcance médio do Instagram do jornal e qual era em 2020/2021?*

Quem trouxe esses dados foi a Daniele Moura.

8. *Tu saberia me dizer qual tipo de conteúdo gerava mais interação nas redes no início da pandemia?*

A gente sempre sente que pautas, que são de fato, muito mais territoriais né, que geram algum tipo de identificação de representatividade alcançam mais né. Um exemplo que eu tenho rápido pra te dar foi um post que a gente fez no dia 19 de janeiro que é o dia de uma lei municipal que instituiu em 1994 a Maré como bairro e então a gente fala um pouco sobre isso, né. Sobre o fato de a Maré ser um bairro e qual a Maré que a gente quer, enfim. Esse foi um reels que a gente preparou, que tem umas imagens e uma narração de um texto escrito por um dos repórteres e foi conteúdo que ele até hoje, desde a criação do instagram que mais alcançou pessoas. Então é isso, quando as pessoas se veem, veem o território representado, se identificam com a pauta de fato, a gente alcança muito mais. Antes dele, foi um vídeo de uns meninos aqui da Maré, quatro meninos se eu não me engano, que foram assistir a final da Libertadores né, do jogo do Flamengo fora do país e aí é isso, um time que conversa muito com o território, a coisa da possibilidade das crianças terem ido rendeu bastante alcance. Então isso são pautas que as pessoas de alguma forma se veem né, porque o que a gente observa é que os grandes veículos, os veículos que tem mais alcance, eles de fato, assim, apesar de a gente já ter avançado de alguma forma, acho que muito por conta dessa incidência das mídias comunitárias, dos veículos comunitários nesses grande veículos, o que a gente via até certo momento né, não era o interesse de contar as histórias de uma forma mais global sobre esses espaços, as favelas eram representadas e contadas e construídas apenas pelo viés da violência, da marginalização, do racismo. E coisas que nem todas as pessoas de fato se viam representadas nessas narrativas. Então quando a gente conta de fato sobre a realidade né, pra além assim, a gente pode informar sobre as ações afirmativas, as potências, as histórias de sucesso desses território, não somente, mas mesmo as histórias, por exemplo né, a questão de

segurança pública são pautas que a gente precisa dar também, mas que a gente conta olhando pra integralidade, pra como essas coisas também acabam atravessando o cotidiano das pessoas. Então acho que é por aí, assim, quando a gente conta histórias que as pessoas se veem representadas, a gente acaba alcançando bastante.

*9. Qual foi o tipo de estratégia de comunicação empregada durante a pandemia no Instagram?*

Bom, especificamente, no Instagram, a ideia sempre foi muito olhando nesse horizonte de combater desinformação, inclusive a gente produziu uma série chamada “Caiu na rede é fake” em que era isso, a gente trazia informações checadas né, foi uma parceria com a Agência Lupa na época. Então a gente checava informações que estavam circulando e aí os nossos comunicadores produziam vídeos contra argumentando, trazendo a informação correta sobre aquilo que tava rolando. Fora isso, matérias e reportagens que traziam informações que precisavam ser veiculadas e distribuídas para os moradores naquele momento.

*10. O que sai no impresso e o que sai no Instagram tem alguma ligação ou são conteúdos diferentes?*

Então, o impresso ele é mensal, são 16 páginas e então a gente tem um limite aí de matérias pra gente conseguir incluir nesse material. Todas as matérias do impresso saem no instagram e nas redes sociais. Mas a gente tem muito fluxo de produção, tanto pro site quanto pro instagram. No site a gente sobe matérias diariamente, então todas as matérias que saem no site, saem também no instagram e no twitter né, facebook, as nossas redes sociais e tem conteúdos também mais rápidos, demandas mais rápidas que a gente distribui também só no instagram. Por exemplo, no final do ano agora a gente teve uma questão com a falta de água né, a gente ficou mais de 20 dias, alguns territórios aqui, sem água, a gente postava bastante informação nas redes sociais sobre essa situação da água. Então pautas que são muito mais quentes, que a gente precisa informar com uma velocidade maior, a gente costuma soltar nas redes sociais né.

*11. Vocês já avaliaram de alguma forma o que os moradores acham do jornal?*

A nossa distribuição né, que eu tinha comentado, ela acontece com distribuidores que são veiculados a um outro projeto do Redes da Maré que é o Espaço Normal que é um espaço que é referência no cuidado com pessoas em situação de rua e pessoas que fazem o uso de álcool e outras drogas. É uma parceria muito importante pra gente, que a gente conseguiu de alguma forma organizar que os frequentadores do espaço fazem essa distribuição do jornal pra gente mensalmente. Então são pessoas que circulam muito no território, conhecem muito do território, conhecem os projetos da Redes da Maré e aí a gente faz uma reunião de planejamento de distribuição e de leitura do jornal e aí explica pros distribuidores a ideia da pauta, o objetivo, quais foram os desafios, porque a gente tá construindo aquela narrativa naquele momento. E aí esses distribuidores já saem né, com essa informação e a gente faz uma reunião de avaliação da distribuição que aí eles trazem muito o feedback dos moradores assim, o que as pessoas comentaram sobre as matérias, o que elas sentem falta, o que elas gostariam de ver, e isso acaba pautando a nossa produção, essa distribuição e esse diálogo dos moradores com os distribuidores acabam pautando a nossa produção e também avaliando o que a gente produziu. A gente tem uma perspectiva de fazer nesse ano de fato uma pesquisa qualitativa no território. A gente está construindo a pesquisa nesse momento e a gente deve fazer. Mas mensalmente a gente faz essa avaliação com o apoio dos distribuidores do jornal, sim.

### **APÊNDICE III** — Transcrição de entrevista com Daniele Moura

Entrevista na íntegra disponível em: [Google Drive](#)

#### *1. Apresentação + panorama geral do trabalho feito na Maré*

Então, eu sou Dani Moura, sou jornalista pela Faculdades Integradas Hélio Alonso aqui da Facha. Sou do interior do estado, sou de Macaé, nasci do interior de uma família de uma professora e um técnico de contabilidade, sou a primogênita e eu faço parte da primeira geração de pessoas que foram à universidade da minha família. Eu vim pro Rio de Janeiro com 16 anos para conseguir estudar, fiz a formação em jornalismo, trabalhei boa parte da faculdade para poder pagar a faculdade e trabalhei em muitas situações desde a assessoria administrativa, recepcionista, produção, televisão, tudo que você pode imaginar assim. Então consegui aí uma experiência bastante importante em todas as áreas né da comunicação propriamente dita não só do jornalismo mas da comunicação. E aí consegui um estágio na coca-cola e aí entrei pro âmbito do audiovisual então foi aonde que eu me especializei em

produção executiva, dali eu fui para TV Globo, fiquei alguns anos na TV Globo como produtora de reportagem, depois como jornalista e depois como repórter. Fiz Fantástico, fiz Linha Direta, a primeira versão da Linha Direta, e aí me especializei em jornalismo investigativo, sobretudo em áreas que a maior parte dos Jornalistas não ia então favelas e periferias. Como era um lugar muito próximo a mim eu nunca tive medo de fazer parte dessa realidade porque na verdade era um pouco a minha. Então trabalhei muito tempo com Tim Lopes também, não estava na fila da droga por uma questão de coincidência da vida para estar aqui e viva e saí da TV pra Fundação Roberto Marinho.

Eu engravidei do meu filho, hoje tem 22 anos, eu achei que o Linha Direta não ia segurar minha onda psicologicamente falando e aí fui para Fundação Roberto Marinho e lá entrei como coordenação do jornalismo da sucursal aqui do Rio, tinha Rio e São Paulo na época, depois eu fiquei editando o jornal da futura, depois eu fiz apresentação e edição, depois eu fiz a edição e apresentação de um outro programa chamado Sala de Notícias e lá eu conheci a Eliana Silva Souza que é fundadora da Redes da Maré. Ela era uma espécie de consultora de pauta e aí eu conheci a maré né assim propriamente dito isso em 2005, 2006 que tava exatamente no auge da intervenção militar na Maré. Então eu eu peguei essa época acompanhando pelo Futura, me apaixonei assim, a maré tem muitas peculiaridades, é uma potência incrível e aí quando eu saí da fundação Alberto Marinho e fui para Record, a Eliana me chamou para fazer a edição do jornal. Eu na época falei “ah não dá para mim, eu tô enfim enrolada com outras questões quero dar atenção” e aí indiquei um amigo. Esse amigo ficou dois meses, depois esse amigo saiu e aí a Eliana falou “Dani preciso de você por favor, por favor”, e aí eu absorvi junto da Record o trabalho de coordenação, na verdade o trabalho inicial de edição do Maré de Notícias.

Naquela época o Redes da Maré não tinha setor de comunicação, então era tudo junto e aí eu comecei a abrir as redes sociais da Redes da Maré que não existia, comecei a entender essa lida com a imprensa porque eu vinha da rede de redações então tinha toda essa questão e como eu tava na Record que era um lugar muito sanguinário no sentido de uma redação que olha pro conflito o tempo inteiro e não para a solução e foi muito fácil para que eu pudesse também intervir nessa mediação dessa cobertura de poder explicar que a gente precisava escutar o morador de que a gente precisava falar com a perspectiva da ótica do morador, como é que a gente vai aceitar tantos dias sem escola, será que vocês vão falar do impacto que isso tem na comunidade, na economia, enfim tem muitas questões que isso se dá e aí comecei a fortalecer um pouco esse lado da assessoria de imprensa que não existia naquele momento e criei o setor de comunicação da Redes da Maré, tentando aí dividir o que

era comunicação institucional e o que era jornalismo comunitário. Então eu tentei assim, eu coordenava as duas mas tentei subdividir a equipe num olhar um pouco mais institucionalizado para essa assessoria de imprensa, o que a gente tá falando o que a gente tá impondo no sentido da incidência política perante a Redes da Maré e o que é jornalismo comunitário, como é que a gente apura o que acontece na Maré para o morador da Maré. Na época, o jornal tinha 50.000 exemplares distribuídos gratuitamente de porta em porta e isso era 2012, 2013 mais ou menos e dali fiquei na coordenação do Redes da Maré até junho de 2020. Isso porque chegou a pandemia e a gente entendeu que era uma monstruosidade e nenhuma pessoa em sã consciência conseguiria segurar essas duas questões, nem sei como é que a gente conseguiu fazer isso no decorrer desses anos porque de fato foi bem pesado, a gente absorvia 48 projetos da Redes da Maré, então você fazer a comunicação interna e externa de 48 projetos e ainda assim cuidar de uma redação com jornal impresso...

E aí em 2017 a gente resolveu fundar o Maré Online, a gente criou, eu e Felipe, numa perspectiva também de absorver o conteúdo para fora da Maré, tentar não ficar também preso só o que tava impresso como é que a gente consegue também dissipar esse conteúdo de maneira mais equilibrada essa matéria para aquela rede social, aquela matéria para aquela rede social. Aí nesse momento a gente cria em 2017 o Maré Online que aí dá uma outra perspectiva também de divulgação do que a gente tinha para fazer e a gente começou essa incidência política bastante forte nas redações do Rio, sobretudo TV Globo, Record, SBT... Como eu fui de redação muitos anos as pessoas lincavam a minha figura com a rede da Maré então o tempo inteiro ficavam “ah você tem um personagem para ajudar a gente?” e eu dizia “não tenho não, eu só tenho um personagem para ajudar vocês se vocês ajudarem a gente numa perspectiva de cobertura correta” e assim foi. A gente de fato virou fonte né, a gente conseguiu de fato intervir um pouco nessa narrativa porque é uma disputa de narrativa.

E aí 2020, 16 de março, vem a pandemia e a gente que distribui o jornal na rua ficamos meio “o que que a gente vai fazer agora?”. Naquela época o jornal era distribuído pelo pessoal de um projeto chamado Entre Bicos que é um pessoal de saúde mental e população em situação de rua. Então essas pessoas que faziam a distribuição do jornal né tomavam seus banhos e vestiam suas roupas e iam pra rua todo mês. Muitas delas conseguiram alugar né, tem uma uma volta social aí a partir desse trabalho. E aí o meu medo eram pessoas que não tiveram acesso à saúde historicamente como é que essas pessoas vão estar na rua né. Assim como o escudo para isso não dava, então a gente suspendeu a impressão e foi pro online, criamos aí uma editoria do coronavírus e pensamos numa Ronda diária. Essa Ronda diária a gente fazia não só pro Maré online mas a gente espalhava isso por

listas de transmissão, pelas minhas listas inclusive pessoal e para os jornalistas, então a gente também dava subsídio para imprensa do que estava acontecendo na Redes da Maré, nas 16 favelas da Maré. Nesse processo em conjunto com a comunicação da redes a gente tinha que pensar em como a gente tinha que mobilizar uma campanha visto que a gente começou a entender que tinha na Maré, por conta dessa coisa do trabalho, pessoas se sujeitavam a trabalhar indo de ônibus e tal de uma maneira muito arriscada ou então elas morreriam de fome porque não tinham trabalho. Então criamos aí esse Maré diz não a coronavírus que foi uma grande campanha da comunicação não só da Redes da Maré, mas como um todo, a gente uniu os quatro eixos na época, são cinco mas na época quatro eixos em uma grande campanha de doação.

E aí a comunicação foi enlouquecedora porque imagina era o tempo inteiro você tendo que comunicar o que a gente precisava de dinheiro para poder comprar mantimento e nós somos vizinhos da Fiocruz, então na época a Nísia Trindade era a presidente né da Fiocruz e ela entrou em contato com a gente procurando essa parceria já no dia 16 de Março. Então no dia 17, a uma da tarde, nos reunimos nós do maré de notícias e comunicação da redes, eixo de Segurança Pública, eixo de desenvolvimento territorial, Manguinhos, presidência da Fiocruz, presidência de Manguinhos, de fármacos, presidência da comunicação que eles fazem estratégica de comunidades né ao redor e aí criamos uma campanha chamada se liga no Corona. Isso foi uma campanha em parceria com a Fiocruz para que a gente pudesse ter informação de qualidade que desse conta da comunidade no sentido de “vamos usar álcool gel 70%?” “o que é álcool gel 70% pro povo que não tem o que comer?” “como é que eu posso substituir esse tipo de substância?”. Então foi eles ajudando a gente a ensinar como utilizar água sanitária no lugar do álcool. “Ah não tem como comprar máscara descartável”, vamos costurar. Então a gente começou a mobilizar costureiras, doação de tecido, para enfim... Era na verdade um tiro para redução do dano né e a gente não tinha o resultado mas tinha a redução do dano, então muito carro de som na rua “Se liga no Corona, fica em casa, cuidado com aquilo... se você tem...” fizemos radionovelas contando como é que, por exemplo, uma pessoa com coronavírus poderia conviver com uma outra pessoa que não estava em questão de isolamento, um fica na sala outro fica no quarto, enfim, tentando criar pensando na perspectiva de que a rua é prolongamento da casa do cidadão mareense, das pessoas, então com toda essa perspectiva, entendendo isso, virou um corpo enorme isso. Você chegou a ver no [redesdamare.org.br](http://redesdamare.org.br) isso ficou gigantesco então a gente não se deu conta nessa hora já começou a ter gente tipo comunicação institucional ajudando a fazer campanha porque a gente não ia conseguir.

E aí entrou uma galera de captação que não existia, a gente criou meio que uma gerência de crise. Nessa gerência de crise a gente dividiu ali o que era institucionalidade para parceria de captação de dinheiro que aí saio eu um pouco desse lugar e fico mais no conteúdo como divulgação né. Então como é que a gente na verdade cobre para dentro, como é que eu cubro essa campanha para dentro da Maré, como é que eu cubro essa campanha para fora da Maré e como é que eu divulgo pro morador da Maré os perigos do coronavírus. Então nós fizemos lambes que são aquelas aqueles você cola nas paredes dizendo como é que você se protege, quantidade de casos e de mortes nas favelas, são 16, e diante disso a gente começa a fazer uma parceria de fato com a questão da mobilização comunitária entendendo o seguinte: no meio dessa campanha a Fiocruz e outras organizações da sociedade civil ajudaram a gente a criar centros de informação, nesses centros a gente dava cesta básica, material higiênico e de limpeza para as pessoas e também comida, quarentinha para as pessoas que estavam contaminadas e que não poderiam trabalhar pra gente assegurar um pouco do isolamento que a gente chama de isolamento social seguro.

Com isso a gente colocou muita gente na rua todos muito aparatos, não aquela coisa toda, mas na rua fazendo esse tipo de entrega tanto de comida, tanto de de quarentinha, quanto de cesta básica, quanto de material e com isso a gente começou a ter uma noção de quem tava ou não tava com covid. Então foi um mapeamento a partir da mobilização comunitária. A gente não tava querendo metodologicamente fazer o levantamento mas foi inevitável porque a gente começou a ter esse dado na mão e a partir desse dado na mão a gente começou a minerar, no caso do maré de notícias a gente fez um mapa chamado mapa dos invisíveis onde a gente conseguiu ali mapear onde tinha por raça, gênero e favela onde tava isso e a gente começou a subsidiar para a prefeitura do Rio e para a Secretaria de Saúde da Prefeitura do Rio que não tinham esse dado a partir do que a gente tinha. Então era um dado que para eles era desconhecido no decorrer desse processo e a gente virou o agente de informação oficial porque como a gente tinha parceria também da Fiocruz isso também deu uma chancela que a gente pudesse dar essa informação e a gente conseguiu também verba para criar aí um mecanismo metodológico né e aí a gente criou os boletins do coronavírus onde a gente ia ali mapeava tanto quantas cestas básicas que a gente estava doando, quantos materiais, quantas toneladas de alimentos, enfim, e em paralelo a isso a gente mandando ver nessa parceria do se Liga no Corona onde a gente também começou a fazer parte do painel unificador das favelas, que é iniciativa coletiva. E aí a gente começou a ser também a referência dessa metodologia de cobertura de dados tanto para prefeitura do Rio, Secretaria de Saúde, quanto painel unificador da covid e o nosso painel dos invisíveis. Em paralelo a isso e com só oito pessoas

na equipe a gente ainda mantinha a ronda diária, então assim foi um ano de 2020 que eu nunca trabalhei tanto na minha vida assim eu dormia 4 horas por dia enquanto as pessoas viam séries né, eu tenho pessoalmente essa lacuna né, a minha vida foi toda para a questão então assim da morte, dos números de quem tava, então foi um momento muito que a gente na hora não percebeu um pouco do impacto na saúde mental né.

Quando em julho a gente conseguiu fazer parte da questão da vacina com a Fiocruz, a AstraZeneca e a Oxford veio pro Brasil nessa perspectiva de parceria para a construção da AstraZeneca, do teste inicial, e nós fomos as pessoas né da Maré convidadas para fazer esse teste eu falei “não tem mais condição, a gente precisa dividir a comunicação da Redes da Maré e vai ter que ter um outro parâmetro” porque essa campanha aí veio Ministro de Saúde para a Maré, entende, e naquela época bolsonaro... Então assim não dava, tinha que ter um cuidado muito grande com essa comunicação de incidência e não daria, teria que ter muito mais gente e de um cuidado muito maior e aí eu fiquei só, só é ótimo né, com o maré de notícias em maré online e com isso a gente voltou a fazer em junho já com a primeira vacinação essa campanha muito grande de mobilização. A partir também do Maré de notícias para mobilizar a população à vacinação a gente criou um boletim, esse boletim havia dados e a gente criou um encarte no jornal, então a gente passou, acho que foram seis ou oito encartes que a gente fazia dentro do jornal. Então tinha o jornal e quando a gente voltou a ser impresso a gente tinha dentro um parâmetro do que era pra população, do que tava acontecendo, quantos casos, a idade, bairro né porque o maré é um bairro mas tem 16 favelas e de Manguinhos também porque é nosso vizinho. Então isso começou a crescer e subsidiar e muita gente olhar pra gente nessa perspectiva dessa metodologia de mobilização comunitária.

A partir de uma comunicação de incidência a gente fez a campanha e fomos super bem na vacinação né, 96% da população vacinada, foi um recorde da população da Maré, depois chegou a segunda etapa da vacinação que não foi tão bem assim mas foi super boa no sentido de conseguir criar essa perspectiva de trabalho. Com isso eu comecei a entender que essa metodologia era uma metodologia que precisava ser replicada, a gente precisava entender e criar um núcleo de formação, não só da formação propriamente dita do jornalismo, mas do contexto de política, da questão da desinformação que foi uma coisa muito séria que tava acontecendo naquele momento, muito mesmo, como é que a gente podia bancar isso... Então a gente fez parceria com a agência Lupa que é uma agência de checagem e aí a gente criou um projeto chamado “Caiu na rede é fake” onde a gente fazia um trabalho de apuração dentro da comunidade com o que que chegava de WhatsApp e a partir disso a gente checava informação, trazia com humor e devolvia para a comunidade em zap o que que era verdade, o

que que era mentira. Nesse momento também eu comecei a ensinar pros meninos como se portar na TV, como utilizar um pouco desse parâmetro do que eu tinha já de experiência, a gente trouxe a Jéssica que era já era nossa repórter lá atrás e que teria ido para a comunicação, nesse momento de junho a gente trouxe ela de volta para ela coordenar o Maré de Notícias e assim eu passei um ano com ela de junho de 2000 até dezembro de 21 fazendo meio que essa mediação, essa formação para que ela pudesse pegar essa coordenação e de fato pensar na perspectiva formativa, entendendo que a gente precisava manter uma referência da maré para a maré de você criar um fluxo de trabalho de comunicadores da Maré, e aí a gente conseguiu uma grana da da Alfabet da Google e conseguimos aí abrir a primeira turma do núcleo de formação do LabMaré. Em concomitância a isso eu também abri um curso com a UFRJ, de extensão, de alunos da comunicação da escola de comunicação e também de outros, a gente ampliou isso para para a coordenação de comunicação da UFRJ. Então são alunos de qualquer área na verdade que tem interesse em trabalhar com comunicação comunitária. Então a cada três, quatro meses são de três a cinco jovens que vem pra gente, a gente forma e eles levam um pouco dessa bagagem, escrevem, têm suas matérias publicadas também no online ou no impresso e isso também dá para eles um respaldo.

E aí agora o que eu faço hoje é exatamente isso assim, eu estou na captação né, a Jéssica segura um pouco a coordenação, é claro que se ela tem dúvida né um pouco da editoria ali eu tô ajudando assim nessa questão mais pesada da incidência de um texto mais complicado até na questão da edição de texto, mas hoje eu escrevo para captar dinheiro pro edital e coordeno esse núcleo de formação tanto para a UFRJ quanto pro laboratório e para a equipe também que eu faço uns cursos de formação continuada pra equipe.

2. *Você disse que foram oito pessoas da equipe da Maré durante esse tempo para tudo. Você saberia me dizer quem são essas oito pessoas?*

Em janeiro, éramos eu, Edu Carvalho, Felipe Mendonça, Hélio, Andressa Cabral que era Editora, Mateus Afonso, Douglas Lopes e a própria Jéssica, depois a Jéssica saiu a gente teve que contratar.

3. *Como que se deu essa parceria com o espaço normal para vocês fazerem essa distribuição?*

Então a gente fazia a distribuição junto com a associação de moradores. A gente dava uma quantidade de jornal, de fardo de jornal para Associação de Moradores e eles faziam a distribuição. A gente começou a perceber que eles não distribuía e aí junto com Henrique que era o coordenador do Entre Bicos, desse projeto que dava geração de renda para essa galera, a gente pensou em criar uma dinâmica de trabalho porque a gente tinha muita vontade de trabalhar, eu tinha muita vontade de trabalhar com eles, eu tenho essa coisa da saúde mental muito próxima assim gosto muito, tenho muita familiaridade de relação com essas pessoas, são pessoas muito especiais assim, não especiais no sentido de ser diferente, eu acho que especial no sentido de ser sensíveis de terem um olhar pro mundo muito incrível assim. Aí nessa perspectiva eu tinha muita vontade de trazê-los para essa geração de renda e aí o Henrique falou assim “vamos fazer com Entre Bicos” e eu falei “cara, vamos!” aí na hora pensamos ninguém melhor do que eles que moram na rua ou que moraram na rua que vão conhecer a rua então a gente vai cobrir a maré inteira como nunca a gente cobriu né. E aí as pessoas não reconheciam eles, isso era muito interessante, eles tomavam banho no espaço que é um espaço de referência em população em situação de rua, então lá tem banheiro tem roupas, as pessoas chegam lá tomam seu banho e saem de lá, almoçam, conversam, enfim é um espaço de convivência só não pode dormir, mas você pode ir e de fato sair de lá uma pessoa mais habitável para a sociedade. Então as pessoas não reconheciam eles e eles se permitiram muitas vezes estar em processos que eles jamais imaginavam estar sabe então isso foi muito lindo e o negócio ficou muito potente, foram três anos assim onde a gente começou isso em 2018 de uma maneira muito linda assim então a maior parte deles já tem aí aluguel, já tem seus telefones, enfim, é muito legal. Então teve essa ideia e deu super certo, a gente conseguiu cobrir de fato muita gente e aí a gente pensou em várias dinâmicas formativas porque tinham muitos que não tinham letramento, então começaram a fazer EJA na própria Redes da Maré para conseguir aprender a escrever e aí a gente fazia debates de temas que envolviam saúde mental, temas também sobre o jornal, então a gente tinha uma leitura que era uma prévia do jornal com todo mundo junto explicando as matérias do jornal para que eles pudessem explicar para os moradores. Então assim, isso era muito lindo, era um carinho muito grande que eu tive por esse projeto e quando eu sai da coordenação, infelizmente o projeto parou porque o Henrique também foi embora para os Estados Unidos e não conseguiu sustentar porque as pessoas que a gente já tinha feito já tão em outra dimensão, já trabalham e a gente precisa fazer de novo outra formação e aí de fato é um trabalho muito delicado que requer muito tempo e dinheiro, enfim, a gente ainda não conseguiu.

A distribuição do impresso hoje não acontece mais desse jeito. A distribuição durante o forte da pandemia foi interrompida por três meses, mas antes ali até abril, maio de 2020 fizemos assim de uma maneira reduzida né, a gente já tinha aí máscara, já tinha material que a gente poderia sentir um pouco mais confortável para essa distribuição e as equipes, os jornalistas trabalhavam de casa quando o impresso foi interrompido e todo mundo fez parte também desse voluntariado da campanha, então muita gente tava também na frente dessa coisa da doação, de sendo motorista, enfim, e também durante isso ajudava muito a gente a entender a maré né, não era só de casa não, tinha gente em casa mas tinha gente na rua também.

*4. E os materiais que saem no Instagram eles são dedicados ou eles vêm reaproveitados do impresso ou do site?*

Então a gente trata conteúdo né, a gente faz de uma forma com que a gente pudesse entregar esse conteúdo mais digital possível. Então o que acontecia, a gente nessa época percebeu que a gente precisava de uma pessoa só pra rede social e foi exatamente nessa época porque tinha que fazer essa coisa da arte, do título, de pensar nisso, então foi nesse momento que a gente começou “pera aí vamos parar, vamos conversar e vamos pensar o que a gente pode fazer” então a gente pegava o material do impresso, tratava e entregava, entende? Isso só não acontece, por exemplo, em operação policial. A gente também começou a entender que tinha esse lugar também importante de disseminar informação mas rapidamente, então não só do impresso mas também do online, então tudo que vai do online vai pro Instagram, mas nem tudo que tá no impresso tá no Instagram. Tem uns que a gente sempre coloca para poder divulgar também e tal, mas, por exemplo, a agenda cultural é muito local, então a gente começou a entender como é que a gente vai fazer isso. Então a gente começou a pegar um perfil. Aí pega um perfil de uma pessoa e aí fala da agenda, então a gente começou a entender e criar estratégias para as redes sociais distintas.

*5. Você mencionou antes sobre a parceria de vocês com a Fiocruz. Eu quero pautar isso bastante e eu queria entender como funcionava, se vocês faziam reuniões de pauta juntos ou se vocês só pegavam, por exemplo, as fontes que poderiam dar os caminhos para vocês chegarem nas nas respostas, como que funcionava?*

A gente não tinha tempo para fazer reunião de pauta em conjunto. A gente tinha pautas diárias, nossas reuniões eram diárias, nesse momento foi um ano e meio de reunião todo dia, mesmo sendo o jornal mensal porque a gente entendeu que era um lugar muito importante online para que isso pudesse acontecer. Então era esse lugar que tava indo o tempo inteiro e com isso a gente, depois do dia 16 de março, a gente criou um grupo no WhatsApp, então esse grupo que a gente pautava “ah a gente tá fazendo uma campanha e precisa de um personagem que faça não sei o quê”, isso todo mundo tanto de lá e a gente aqui se misturava. “Ah a gente precisa de um médico” “Ah claro tem um médico aqui” e aí esses médicos começaram também a trabalhar um pouco com a gente nesse lugar trazendo um pouco disso e então a gente acionava quando necessário. O Se Liga do Corona, que foi no início, a gente teve reunião semanal, por exemplo...

*6. A editoria de saúde do site eu percebi que ela é bastante forte mesmo antes da pandemia. Eu queria entender contigo como que essa parceria com a Fiocruz contribuiu para o depois da pandemia, como que isso pode ter dado um auxílio pra equipe fortalecendo os contatos de vocês.*

Total. A gente ficou mais, odeio essa palavra tá, mas mais empoderado. Deu pra gente um gás que a gente não sabia que a gente tinha. É importante para caramba, sabe, eu pessoalmente já tinha um pouco dessa chaminha porque quando eu entrei eu me lembro que fazer uma matéria sobre tuberculose e aí o senhorzinho bateu lá na porta e falou assim “quem é Daniele?” eu falei “ah sou eu” ele falou assim “eu queria te agradecer porque eu descobri que eu tinha tuberculose depois que eu li a matéria e eu vi que no posto de saúde tinha o remédio eu já tinha desistido uma vez”. Então a gente já tinha entendido que a prestação de serviço por meio da saúde era algo muito importante porque o nosso público é um público mais velho, era um público que podia ajudar a gente nessa, que precisava desse subsídio informativo nessa questão da saúde e que de fato isso salvava vidas. Quando veio o coronavírus isso só potencializou uma certa suspeita que a gente tinha, por causa desse senhor que foi bater na porta da gente. Então assim, isso fortaleceu muito, a gente percebeu que eles adoraram o escoamento dessas informações. Aí foram várias parcerias pelo jornal, um pouco a informação dos espaços que a Fiocruz precisava pro trabalho da Maré porque a Maré também era centro de experimentação para eles, então juntou a fome com a vontade de comer e aí ao longo desse processo o museu da vida também fez contato com a gente, então a gente

também hoje tem essa parceria com a ciência no sentido de ter matérias que falam da ciência que trazem um pouco da ciência pra população de uma maneira mais fácil.

*7. Então tu pode dizer que a linha editorial da saúde na pandemia foi de serviço?*

Serviço, perfeito. A nossa linha editorial é o morador, a nossa persona é o morador. Então o que essa informação vai mudar pra vida dessa pessoa, o que deve ajudar na vida dessa pessoa, então sempre a nossa vertente é o morador. É legal falar da Maré fora da Maré, é legal, mas primeiro a gente precisa ser... A minha musa, que eu digo que é a Eliana Silva Souza, diz uma coisa que eu amo. Ela fala “não adianta você ser querido fora de casa, você precisa ser amado dentro de casa”. Então é nessa perspectiva que o jornal nasce e cresce.

*8. E sobre a parceria com a Lupa, como é que tu vê assim que foi a aceitação do pessoal sobre esse conteúdo porque, enfim, a gente também viveu um período terrível de fake News, um desgoverno desgraçado e muitas situações muito difíceis. Como que você entende que a essa parceria com a lupa deu um up nessa parte?*

Então, essa luta é uma luta contínua até hoje assim, ela não acaba. Eu acho que tá pior inclusive agora. A gente não consegue ver o impacto que isso teve na comunidade, o que a gente acha que a gente fez foi ter dado para essas pessoas uma outra possibilidade de leitura, sobretudo pros jovens, porque foi Instagram então pra juventude a gente conseguiu intervir, a juventude falava para os seus pais, seus avós e tal, então eu não posso responder para você assim porque naquela época a gente também nem mapeava, eu devia ter pensado em mapeamento de assunto né, mas assim era tanta coisa para fazer que não deu para isso fazer junto.

*9. E quanto tempo durou essa parceria com a Lupa?*

Foram uns três a quatro meses desde a formação até a exibição né, porque teve a primeira formação, eles passaram para uma oficina e depois da oficina eu tive que também dar para eles uma certa aula de vídeo e depois a gente teve essa coisa da checagem. E aí depois começamos a produzir e aí o negócio foi andando.

Entrevista na íntegra disponível em: [Google Drive](#)

### *1. Apresentação*

Então deixa eu me apresentar. Eu sou Thais Cavalcante, sou cria da Maré, especialmente na Nova Holanda. Atualmente não tô morando lá, tô no Cachambi há dois anos, mas estou lá toda semana porque meus pais moram lá e eu continuo atuando com jornalismo comunitário, então só mudei o endereço mesmo. Sou jornalista há mais de 10 anos, especialmente com o jornalismo comunitário, com comunicação comunitária. A minha trajetória eu comecei no jornal cidadão, jornal impresso e depois rádio maré. Enfim, tenho uma longa trajetória aí de coisas que eu fiz né, pude contribuir e enfim, foram muito importantes para mim né. Comecei a ir como voluntária mesmo, aprendendo ainda no ensino médio e já, enfim, escrevendo, entregando jornal de porta em porta e quando eu vi eu já tava fazendo jornalismo, mesmo sem saber muito bem o que era. Me formei e hoje eu tenho pós-graduação em conteúdo e estratégia. Então entendo isso também como o jornalismo online, como isso é importante também pra gente poder alcançar outras pessoas, então eu atuo hoje escrevendo no jornal impresso do do Voz das Comunidades e Maré de Notícias e em breve também vou escrever pro Fala Roça. Então eu tô aí como jornalista freela hoje e para mim é muito bom porque já tenho essa colaboração com todo mundo também, tô criando agora a edição de um projeto meu uma newsletter chamada localiza mídia, uma newsletter para jovens estudantes de favela, ela é muito voltada para uma curadoria de notícias de jornais de favela feitos por jornais de favela para esses jovens que querem passar na faculdade, então esse vai ser o público da minha produção, uma curadoria de jornais comunitários, que inclusive vai lançar a primeira edição nessa sexta. Atualmente também tô dando assistência na comunicação do projeto caravana que é um projeto feito pela Abraji e aí ele durante dois anos vai oferecer a formação para 10 organizações de mídia de todo o Brasil né então a gente ajuda aí a ter essa articulação entre o que a as mídias precisam de formação para eles também poderem formar colaboradores nos próprios territórios. Então tô aí nesse projeto colaborando, também ajudei a criar o Véu em Pauta que hoje já é uma agência de Notícias e é isso né meu propósito aí é disputar essa narrativa, promover debate, falar da favela e especificamente da Favela da Maré que é onde né eu sou cria e é onde eu conheço mais e que eu sou apaixonada.

2. *Aproveitando o teu gancho então eu queria que você começasse a falar sobre o projeto com a Lupa. Pelo que eu vi lá no site da Maré ele tinha formato de reportagem né, vocês faziam reportagens checadas a respeito dos temas que chegavam para vocês e tinham chamadas em formato de vídeo no Instagram pro pessoal conferir o conteúdo, certo? E aí lá no site tem 17 textos. São somente aqueles conteúdos que tem? Quanto tempo mais ou menos foi essa parceria com vocês?*

Então o caiu na rede é fake foi um projeto bem legal, eu tava como repórter fixa do Maré de Notícias um pouquinho antes e aí fui chamada também para ser repórter especial da Lupa e foi um projeto de checagem de notícia muito importante que já tinha colaboração com o Voz das Comunidades e o Favela em Pauta também e depois entrou o Maré de notícias quando eles viram que tava enfim dando muito sucesso e esse período aí foi entre outubro e dezembro de 2020, então a gente estava numa onda muito complicada de pandemia com muitas notícias falsas circulando principalmente em grupos de WhatsApp e a gente teve essa oportunidade de trabalhar com a lupa. Então eu fui uma das jornalistas para representar a Maré de Notícias e fiquei na apresentação e a gente tinha vídeos que eram gravados, acho que um minuto mais ou menos, se eu não me engano, e também tinha versão de texto que eram publicados tanto no site da lupa quanto no Maré de Notícias e os outros portais e jornais também publicavam as versões nos seus respectivos sites. Teve até uma matéria impressa do Maré de Notícias que a gente falou sobre isso, sobre o projeto, sobre toda a desinformação que tava tendo na pandemia, o quanto isso era perigoso pra democracia, pra vida das pessoas, então era muito importante esse trabalho e a gente resolveu focar não só na saúde. Isso já tava sendo feito muito nesse período, temas sobre saúde, sobre o covid, não só sobre isso né, por exemplo, tinha o Honda Maré na época que já trazia um pouco disso e enfim, outros conteúdos de checagem de notícias. A ideia era falar sobre tudo porque as pessoas não estavam falando em casa, estavam presas em casa falando só sobre a pandemia e foi importante porque a gente começou recebendo uma oficina de checagem, então antes da gente começar a escrever, antes da gente começar a gravar a gente foi aprendendo com a lupa né como como eles faziam a checagem de notícia que a gente sempre fez, claro, mas não era da mesma maneira porque eles são uma agência especializada, acho que a primeira do Brasil, se eu não me engano, e aí com essa oficina a gente aprendeu sobre fontes oficiais, sobre fontes não oficiais e isso muito sobre como checar, como lidar com isso e no caso do jornal comunitário a fonte não oficial para fora da favela são as pessoas comuns, mas pro jornalismo comunitário a nossa fonte oficial são os moradores, então também tem um pouco disso né. A

gente valoriza muito o que as pessoas estão falando, o que as pessoas estão compartilhando e vivendo, então também tinha essa questão que é importante a gente considerar, então a fonte oficial não é só a fonte da assessoria de imprensa né também é muito da comunidade. A gente aprendeu também sobre a metodologia de trabalho, então modelo de roteiro, enfim, muitas coisas, o que pode ser checado, quais são os caminhos para fazer isso acontecer, um pouquinho sobre lei de acesso à informação também porque é muito difícil né, a gente ainda que esteja num veículo comunitário ter essa credibilidade às vezes para poder mandar uma pergunta por e-mail e ser retornado com credibilidade, ainda que a gente seja formado, sendo de favela é um pouco mais difícil então a gente aprendeu também sobre lei de de informação e tudo mais e isso é importante né. Você trouxe lá uma das perguntas que seriam como que as checagens contribuíram para a minha atuação, eu fiquei pensando um pouco sobre isso e todo o trabalho que a gente faz acho que é uma uma forma de aprendizado. E aí foi muito interessante esse trabalho porque eu aprendi na teoria né. Então teve a parte mais teórica que a gente aprendeu e a gente ouviu né na oficina, mas também teve a parte prática e então toda vez que a gente escrevia o roteiro para poder fazer a reunião de pauta, na verdade primeiro, para ver quais eram as notícias que eram relevantes para as pessoas, que eram possíveis da gente ter um retorno de fontes de organizações, de quem tava sendo citado ali então, enfim, tinha todo esse esse trabalho de também ter a pauta aprovada, então isso era uma coisa que a gente conseguia entender bem o que era o que não era e de ter o nosso roteiro comentado, de ter o roteiro revisado e de uma rigorosidade mesmo, era bem rigoroso o processo e deu para aprender muito, então a gente aprendeu muito, eu aprendi muito na prática mesmo.

3. *Como vocês decidiam esses temas? Era ali nas reuniões de pauta ou também chegava alguma coisa para vocês através das redes, pessoal perguntava alguma coisa? Quem era a equipe, quantas pessoas que trabalhavam nessa checagem pelo maré de notícias e qual era o tempo médio assim que vocês levavam para apurar cada pauta?*

Então não era uma reunião tradicional que a gente chega com as pautas. A apuração tinha um trabalho muito pessoal, pelo menos falando de mim e da Maré de Notícias, do que a gente via enquanto jornalista, do que a gente ouvia e do que a gente recebia né também tinha a questão pessoal enquanto morador, como que a gente via o que as pessoas comentavam. Claro que boa parte das vezes a gente não podia sair de casa por causa da covid, mas quando a gente precisava sair a gente ouvia as pessoas falando e claro compartilhando na internet que foi acho que o principal problema que a gente encontrou. Então a gente chegava nessa reunião

com alguns assuntos, algumas fake news para apresentar mesmo, por exemplo, falso sorteio de cartão reforma no valor de 5.000. Então qual é a relevância disso para uma pessoa que perdeu o benefício dela durante a pandemia e o quão isso pode prejudicar ela se ela se inscreve, passa todos os dados dela para uma plataforma que é falsa e então a gente procura entender também o que as pessoas estão falando mais né. Então um dos temas também que eram muito trazidos eram eleições, a gente tava em período eleitoral e muitas coisas surgiam, fotos de espaços que iam fechar, se ia fechar, o que que ia acontecer, se não ia ter mais votação, se ia, então a gente entendia o quanto isso era importante pras pessoas também e não só ver que tava errado, mas desmentir e mandar de volta no grupo, colocar no Instagram para quem viu pelo Instagram também acompanhar. Então foi muito importante assim a gente perceber de que maneira que isso poderia impactar nas pessoas e aí era discutido entre todo mundo, todas as equipes dos jornais estavam presentes e eram muitos critérios, relevância sobre o que as pessoas estão falando, sobre o que é mais urgente, o que é mais perigoso, o que tem que ser falado de qualquer maneira e que precisa ser desmentido ou reforçado. Então a gente trazia pautas que eram importantes nesse processo da escrita do roteiro que também era muito rigoroso porque a gente tinha que apresentar e tinham quatro pessoas que acompanharam a gente toda semana e a gente gravava os vídeos também com todo cuidado e aí eles davam essa orientação. Também no Maré Notícias tinha as epis pra gente poder usar, tinha todo o conexão saúde na época, então a gente tinha também essa chance de se cuidar enquanto a gente estava presencialmente gravando né e foi um período muito difícil porque a gente trabalhava muito e além desse projeto a gente escrevia muito sobre pandemia, então era bem triste, bem doloroso tá vendo as pessoas morrendo, as pessoas sem se cuidar, toda essa situação que a gente vivia no governo e também tentar aguentar aí para poder trazer mais informação e um pouco mais de consciência mesmo. E é difícil, a gente sabe que é muito difícil, é praticamente um trabalho de formiguinha mas com os jornais juntos né, as equipe juntas, a gente conseguiu impactar muita gente. E uma coisa que eu queria compartilhar com você é uma matéria que eu fiz sobre o teleférico do Alemão sobre as obras que atrasaram e a reforma vai aumentar o valor e tal e acho que muito desse aprendizado de checagem de notícias que, eu não escrevo tantas matérias assim mais investigativas nesse sentido, mas nessa reportagem eu acabei mergulhando aí sem querer mesmo nesse assunto e eu vi que podia ser cavado, então eu acho que um pouco do que eu aprendi também nesse projeto eu pude construir outras coisas e ter um olhar muito mais fundo quando a gente acha que precisa. Nesse caso eu consegui, acabou sendo até matéria de capa no voz e outros veículos pautaram isso também e foi muito importante assim, eu acho que tudo é um aprendizado pra gente né.

Você tinha colocado sobre a importância disso na vida dos moradores. Acho que é uma pergunta muito profunda, muito forte, mas pensando eu acho que a comunicação comunitária no geral é muito importante para pessoas que estão nos seus territórios porque primeiro elas se reconhecem como parte da cidade, como parte da própria história, elas estão ali construindo aquele espaço, são parte daquilo ali, então elas não são marginalizadas, não são marginais, não são criminosas, elas estão em um contexto social que é feito muito para prejudicar a vida mesmo, a vivência. Então ter uma comunicação comunitária, um jornal que tá ali né, ter moradores ali contando as próprias histórias né, além de mostrar que é possível você dizer que você é favelado que você faz parte daquilo ali, que isso também é motivo de orgulho, também é uma forma de você preservar a memória das pessoas, elas vão estar ali se enxergando no jornal, elas vão ter essa história para contar pros netos e também pra história da cidade, pros jornais tradicionais eles têm esse espaço de, enfim, impresso de milhares de cópias né, os jornais comunitários eles estão ganhando esse espaço, então enfim, [NA MARÉ] são 50.000 exemplares e é muita coisa que tá sendo compartilhada, a história das pessoas sendo contada e a gente reforça que a favela não é só violência e problemas sociais, claro tem e a gente precisa também falar sobre isso, mas também que a favela e as pessoas que estão ali precisam conhecer as suas histórias para poder defender essas histórias e lutar pelas vidas, lutar pela vida da família, a vida do próprio espaço né e preservar isso, preservar essa memória que é tão importante pra cidade e pro país porque sem os moradores, nada acontece, sem a favela nada acontece.

#### **APÊNDICE V** — Transcrição de entrevista com Luiza Gomes Henriques

Entrevista na íntegra disponível em: [Google Drive](#)

##### *1. Qual era a sua atuação na Fiocruz durante a campanha? Qual é hoje?*

Como você já sabe meu nome é Luiza Gomes, eu trabalho desde 2015 na comunicação da cooperação social da presidência da Fiocruz, que é uma coordenação, já foi Assessoria, hoje em dia a denominação é de coordenação, que iniciou os trabalhos atuando muito em Manguinhos e Maré, mas que hoje tem projetos que atuam em nível nacional e é um órgão que tem como finalidade, além de tecer estratégia de promoção da saúde em parceria com organizações de base comunitária, também enquanto um órgão da presidência, difundir metodologias participativas como formas de construir o trabalho de promoção da saúde que

leve em consideração o protagonismo das populações e o protagonismo das populações inclusive sobre sua própria saúde né. Então assim, uma das marcas do trabalho da cooperação social é esse de muitas vezes inclusive construir os projetos junto das organizações que são identificadas como tendo um trabalho com lastro, com representatividade, com um vínculo com a população, com o entendimento de como que funciona o território, enfim, existem alguns critérios mas essa visão de participação e de protagonismo da população é um dos marcos da cooperação social e essa é uma informação importante porque isso explica como que a campanha foi tecida e, inclusive, no período da pandemia e especialmente no começo eu lembro de acompanhar algumas entrevistas da presidente Nisia em que um dos predicados que ela usava pra campanha era de que era uma campanha feita com a população moradora de favela e não para a população moradora de favela. Então isso foi algo que é um espaço que nenhum processo institucional, ainda mais, numa numa instituição tão grande e complexa quanto a Fiocruz dá para você dizer que a causa é um órgão, a causa é um grupo de pessoas né. Os processos sociais são difíceis de serem explicados como tendo uma causa só, geralmente são multifatoriais, mas a cooperação social é um desses lugares institucionais de discutir e promover, inclusive, fazer alguns tipos de questionamentos internos mesmo sobre a forma como as coisas são feitas. Então a gente é muito ativo nessa preocupação com o protagonismo e com a participação que é um princípio do SUS né, participação social, então bom eu trabalho lá desde 2015, em 2020 já havia um diálogo estabelecido entre a Fiocruz e a Redes da Maré e assim, não vou nem citar outras organizações comunitárias porque são muitas e são de muito tempo com as quais a Fiocruz, em particular, a cooperação social se articula. A gente já tinha casos, acho que um ou dois casos de covid no Brasil e a Redes da Maré questionou a Fiocruz sobre o que poderia ser feito em termos de prevenção, de iniciativas de prevenção, para pro território de favela, para a Maré, mas pros territórios de favela considerando que a gente não entendia muito ainda sobre a dinâmica de propagação e contaminação e tudo, mas já existia uma preocupação de que num território densamente povoado, com vários déficits de funcionamento das políticas públicas, enfim, das questões de habitação inclusive né que poderiam fazer com que a situação se tornasse muito crítica muito rápido e com dificuldade de remediar, até porque a gente não tinha vacina né. Então essa primeira reunião startou um processo para dentro da Fiocruz e tramitou desse grupo que estava se reunindo para coordenação de comunicação social da presidência, que não é onde eu trabalho, só os nomes são par coordenação de comunicação social que é que cuida de assessoria de imprensa, cuida da comunicação da Fiocruz, fala pela instituição de uma forma centralizada porque a gente tem várias unidades né. Então passou para a comunicação social e

a coordenação de comunicação social passou a bola para mim porque ela estava envolvida com outras coisas e porque dado recorte de território popular isso fazia mais sentido tá com a comunicação de um órgão que lida com essas questões dos movimentos populares.

## *2. Como funcionou a colaboração da Fiocruz com a Maré?*

Já te digo fazendo o possível porque a gente não teve recursos adicionais, os recursos que a gente tinha eram os recursos humanos e a vontade de fazer, então assim a gente teve uma primeira reunião presencial ainda num espaço aberto e aí já nessa primeira reunião da campanha quando a gente não tinha nenhum nome ainda, a gente envolveu além de pessoas da Redes da Maré, que compareceram em peso, até porque eles são muito estruturados em termos de comunicação e eu não lembro se nesse momento a gente envolveu outra organização da Maré, mas eu acho que não. E aí nesse primeiro espaço a gente definiu como que ia ser. A gente definiu, por exemplo, que a gente ia passar a se reunir virtualmente, a gente definiu que inicialmente a gente tava trabalhando com a ideia de folhetos, depois a gente descartou a ideia dos folhetos aí passou a trabalhar com cartazes, enfim, isso tudo foram amadurecimentos do processo que caminharam junto das descobertas científicas também, de tipo assim, teve uma época que a gente devia diminuir o máximo as superfícies de contato onde as pessoas pudessem transmitir o vírus, aí a gente adotou algumas saídas, identificou ao longo do processo pontos das comunidades junto das organizações comunitárias que era importante ter cartazes e orientações específicas tipo a fila da padaria, o ponto de mototáxi e um dos detalhes mas que eu acho que representam como que a gente realmente trabalhou junto é que a orientação geral naquela época era do uso do álcool gel, e uma das primeiras perguntas que foram feitas inclusive na live de lançamento da campanha Se liga no Corona, que foi em março de 2020 ou abril de 2020, e uma das coisas que perguntaram era em relação ao álcool em gel. Hoje a gente já tá batido assim mas foi uma das coisas que a gente procurou com os pesquisadores da instituição uma alternativa e aí falaram da solução de levar um um potinho de água com detergente é claro que a água não é uma uma coisa que tá dada para a maior parte da cidade, não está dada para a favela, então isso também foi visto assim, nem para tudo a gente conseguia todas as soluções mas foi um trabalho que se constituiu essencialmente desse diálogo e em várias situações a gente, eu como coordenadora mesmo assim, quem tava de frente das decisões, eu precisava contar com o olhar das pessoas que estavam vivendo aquela realidade para que a gente tomasse as decisões pertinentes àquele contexto porque a campanha ela já surge desse diagnóstico de que se fosse para fazer, para

emitir mensagens descontextualizadas, isso o resto da mídia já tava fazendo, então pra gente fazer algo que se adequasse aquele contexto, a gente precisava ter uma grande capacidade de escuta, de acolhimento e de esforço institucional para articular os recursos que existiam. Assim os saberes, por exemplo, alguns setores da Fiocruz a gente passava o chapéu para imprimir cartazes, inclusive para depois, para outras organizações que não participaram dessas discussões mas que souberam da campanha houve vários pedidos dessa coletivos para impressão, a gente arrumou um jeito de imprimir e entregar, a gente fez podcast que circularam em rádios públicas de Pernambuco e da Bahia, a gente acabou assim realmente conseguindo uma embora fosse muito aquém do que a gente projetava como necessidade, em vários momentos a gente não tinha gente para editar os áudios ou tava identificando assim um período bom de tipo trabalhar determinado conteúdo mas a gente tinha algumas algumas outras dificuldades com os designers porque eram poucas pessoas, a cooperação social em particular ela praticamente ficou um tempo, como as nossas ações são muito territoriais, envolvem ir até os locais e a gente ficou um bom tempo até descobrir além da campanha como que os outros projetos poderiam se adequar, então a campanha virou uma concentração dos nossos esforços.

3. *A campanha tomou proporções exponenciais. Quem era a equipe que mobilizou as ações e como deram conta?*

A gente ficou um bom tempo fazendo reuniões semanais e assim antes do lançamento dos primeiros materiais a gente se reunia mais de uma vez por semana, duas três vezes na semana, feriado, final de semana a gente tava realmente precisando porque a gente lançou um conjunto muito grande, lançou vídeo ao mesmo tempo né aí fez a vinheta para vídeo, a identidade visual, os cartazes, os áudios, foi tudo de uma vez, a gente criou um pacote e lançou então esse começo foi uma média de duas, três vezes na semana depois passou a ser semanal. E aí acho que depois de 2021, depois das primeiras doses da vacina, acho que já passou a ser quinzenal e aí foi desmobilizado até porque no que diz respeito como você tá com foco na Maré acho que é importante dizer isso que quando entrou um projeto chamado conexão saúde e o vacina Maré, uma parte inclusive das pessoas que estavam trabalhando na campanha a gente sentiu que passou a concentrar o foco das ações nessa outra iniciativa também de promoção da Saúde, então houve uma perda de intensidade devido a uma gradual normalização da situação epidemiológica né. Então assim realmente não tá datado um fim,

mas a gente se desmobilizou e a campanha hoje não tá mais ativa, existe o grupo de WhatsApp mas houve uma reconfiguração dos esforços e foi basicamente isso assim.

#### *4. Como se deu a participação popular durante a campanha?*

Então, era através dessas reuniões que eu não sei se eu chamaria de reunião de pauta porque assim a gente tinha uma parte da reunião que era basicamente o que eu chamaria de análise de conjuntura na verdade, de conjuntura política, de conjuntura de se tinha vacina no posto, se as pessoas estavam aderindo ou não, o que o pessoal tava ouvindo, seja nos espaços de militância, seja nos espaços da igreja, seja nos espaços, enfim, nos seus grupos de pertencimento, então era um momento de ouvir sobre como quais as feições da pandemia na favela naquele momento, se tinha alguma fake news mais forte rolando a gente procurava trabalhar em cima dela de uma forma não daquela forma de checagem, fato ou fake a gente não chegou a trabalhar nessa linha, até porque tinha outras agências inclusive de favela trabalhando nisso, se não me engano o Voz das Comunidades fez um um período longo de checagem de notícias fake e tal, assim com muita competência, então essa análise de conjuntura era essencial nesse momento de escuta e aí juntos a gente pensava o que poderia ser feito. Por exemplo, teve uma das iniciativas que foi uma live com a Margarete Dalcolmo, como foi até uma uma iniciativa do Conexão saúde Manguinhos, mas que teve articulação da Campanha também porque assim como muitas dessas iniciativas tem a participação das mesmas pessoas, então uma pessoa vai carregando várias, seus pertencimentos... Então a gente fez várias parcerias que às vezes até o nome da campanha não aparece, mas a campanha compareceu em uma parte. Então essa foi uma Live organizada pelo conexão saúde Manguinhos que a campanha articulou a presença da Margarete dalcolmo tirando as dúvidas do pessoal de Manguinhos mas mais de quem também tivesse na na Live né, então assim, para alguns tipos de situação de comunicação que precisava ser resolvida a gente pensava junto as estratégias. Então teve essa que foi uma live, teve outras que foi a gente levantou algumas perguntas do jornal que foi essa organização que mais participou, a gente abriu para todas as organizações que estavam presentes, mas a maior parte das perguntas veio do jornal cidadão da Maré que é ligado ao Ceasm. A gente abriu para que os coletivos captassem as perguntas das pessoas, as dúvidas mais comuns, e a gente transformou em pílulas que foram gravadas em parceria com o canal saúde, que também tá na coordenação da campanha se liga no Corona. E aí o canal saúde gravou com a Margarete Dalcolmo um vídeo curtinho de tira dúvidas que ficou passando entre a programação. Então essa foi uma das iniciativas logo no

começo os primeiros materiais na primeira reunião, primeira ou segunda, os materiais que deram origem e aos vídeos aos cards e os spots no começo foram dúvidas já levantadas pelas organizações sobre a covid. E essas dúvidas elas foram aparecendo ao longo da campanha também mas de uma forma sistemática foi nesse primeiro momento e na gravação dos vídeos da Margarete, o resto foi com base no que eu te falei que eu chamo de análise de conjuntura porque envolve inclusive os poderes políticos no território, como é que tava a estratégia de saúde da família, as pessoas estavam tendo epi, não tava, porque no começo os agentes comunitários de saúde nem eles tinham epi suficiente para trabalhar, então assim todas essas questões apareciam porque a gente não pensa saúde na Fiocruz como um todo e na cooperação mais ainda que tem um olhar para que a gente chama de determinação social da saúde. Acho que a saúde é determinada socialmente pelas condições de vida, pela genética, pelas condições de vida, de mobilidade, de emprego, de alimentação, segurança alimentar, então a gente era um espaço assim de vida mesmo né, não na saúde no sentido estrito, mas de vida de refletir sobre as condições de vida naquele momento naqueles territórios e pensar junto as soluções.

5. *Você entende que os objetivos da campanha foram alcançados?*

Sim, foram alcançados. Quando a gente fala de comunicação e das nossas tentativas de mensurar os impactos, por exemplo, de uma ação de comunicação, existe uma grande dificuldade né, a não ser que se faça uma pesquisa de fato e que você na sua pesquisa tenha assim uma metodologia que permita a avaliação não só de fatores quantitativos mas de qualitativos também, porque a comunicação ocorre principalmente quando existe um grau de sensibilização pro que tá sendo dito, e uma das coisas inclusive que eu discuto nessa dissertação é que muitas das coisas que a gente chama de comunicação não é comunicação, é informação, é divulgação de informação, então por conta disso, se você for trabalhar com essa perspectiva é ainda mais difícil você dizer se algo foi alcançado ou não porque a os efeitos, os ecos daquelas mensagens que estão sendo elaboradas no âmbito da campanha precisam fazer sentido num nível muito profundo pra pessoa mudar um hábito, por exemplo, para deixar de fazer de uma forma e fazer de outra. Isso qualquer pessoa que já tentou mudar um hábito sabe o que do que eu tô falando, não é instantâneo, é preciso entender que para as pessoas essa esse tipo de visão de comunicação para modelagem de comportamentos é algo que vem no campo da saúde, na história da saúde coletiva de uma via bastante autoritária que as autoridades sanitárias exerciam sobre a população e a gente na comunicação tem a obrigação de olhar para

isso de outra forma, é claro que a ciência não deve deixar de anunciar aquilo que tá sendo visto nos seus estudos, mas a gente também não pode ter a ilusão de que ainda mais no momento que a gente tá vivendo de desconstrução dessa legitimidade das instituições como um todo, das instituições políticas, das instituições científicas, das instituições ligadas ao jornalismo, inclusive no momento que tudo isso tá sendo relativizado a gente pensar em um grande êxito, a gente não pode ser muito ufanista, a gente tem que entender que o que tá mais próximo de uma percepção de êxito, a gente ao envolver as organizações dos territórios, essas organizações têm as suas próprias redes, elas são ouvidas, seguidas, entendidas como como legítimas e a Fiocruz tem o seu nome também, mas é diferente quando a gente tá tentando trabalhar algo em nível territorial, a gente precisa reconhecer quem fala nesse território quem é ouve nesse território. Então essa estratégia a gente pode afirmar com certeza que ela é a mais indicada para quando você tem um público selecionado e essas organizações foram muito ativas inclusive nas divulgações, tanto nas ações territoriais de mobilização, quanto nas redes sociais também. Tem outro indicador que eu acho que é interessante, a gente divulgou num mailing de rádios comunitárias do Brasil todo e depois de um tempo a gente começou a ser procurado por elas para pedir autorização para usar e a gente tomou conhecimento de médicos da Clínica da Família lá da Rocinha usando esses materiais, sendo que a gente não tinha inicialmente nenhuma organização da Rocinha participando com a gente, mas a gente participava enquanto campanha de outros espaços de articulação de prevenção a Covid-19 nas favelas como o painel Covid-19 nas favelas. Então acho que isso também potencializou os resultados mas acho que como indicador é isso, depois de um tempo a gente começou a ser procurado pelas organizações pra impressão dos materiais, para pedir autorização, isso eu tô falando mais da campanha enquanto produtora dos seus próprios enunciados, a partir desse grupo de trabalho, mas a gente teve também uma outra iniciativa que também foi o Selo Fiocruz Tá Junto que a gente recebeu uns 300 pedidos de materiais para inserção do selo e o fluxo era a pessoa submetia o material, podia ser de áudio, de vídeo, de texto, e a gente tramitava isso para dentro da instituição para que algum pesquisador validasse se aquela loja tava fazendo do jeito certo, aí submetia um protocolo, via se estava alinhado com protocolo. Nesse recorte do selo, um outro indicador é que a gente recebeu materiais de todos os lugares do Brasil, a gente recebeu material inclusive de uma agência da ONU que eles estavam fazendo um material voltado pras favelas e queria certificar com a gente com, a campanha se liga no Corona, se eles estavam seguindo os protocolos adequados para aquele contexto e acho que isso é também um bom indicador. Então sim, os objetivos foram alcançados, agora é isso em comunicação a gente não tem aquela tangibilidade de quantas pessoas foram

vacinadas por conta da campanha, quantas pessoas mudaram um hábito, teria que fazer uma pesquisa.

*6. Depois desse momento mais crítico essas parcerias se fortaleceram? Vocês têm um contato mais forte com essas comunidades com as ações que acontecem nessas comunidades em relação à saúde?*

Uma das coisas que eu acho que reflete o grau de mobilização que a Fiocruz entrou com a pandemia na articulação com essas organizações populares é que a gente viu unidades que nunca tinham feito lives com lideranças populares fazendo, então isso eu acho que criou dentro da Fiocruz um entendimento da importância desse trabalho em articulação de ter pesquisas mesmo que estavam sendo desenvolvidas enquanto a pandemia tava acontecendo que visar que com foco na informação e saúde envolvendo organizações que trabalhavam com informação e comunicação no territórios, uma aproximação dessas organizações, inclusive no campo da pesquisa, não só no campo da comunicação, isso aparece lá nas conclusões da dissertação, então isso para mim é um grande indicador de que a cultura institucional da Fiocruz foi influenciada por essa mobilização e aí eu posso te dizer principalmente da cooperação social que é onde eu trabalho, além desse dado geral, dessa observação e que eu acho que ela é fundamentada porque eu fiz esse levantamento no período de mestrado, falando da pesquisa, identificando onde que essas populações estavam, quais eram as circunstâncias que essas populações estavam aparecendo nos materiais de comunicação e como que essa participação tava sendo descrita, então como isso foi estudado eu posso dizer que houve um aumento desse desse tipo de atividade em articulação. Agora falando da minha vivência na cooperação social como comunicadora também, pensando especialmente em uma das iniciativas nossas que continua bem forte até hoje que que começou com o nome radar Covid-19 favelas, mas hoje a gente trabalha com o nome radar saúde favela porque já não é tanto com foco na covid, mas com foco na saúde no sentido ampliado, esse projeto foi um dos que tem uma centralidade na cooperação social, que tem uma rede de coletivos imensa assim e a gente publicava bimensal no começo, ou mensalmente os informativos com denúncias ou narrativas mesmo sobre a covid naquele território, podia ser uma coisa até vivencial, podia ser uma coisa literária, a gente tinha uma certa flexibilidade editorial, até entendendo a necessidade que é uma discussão de comunicação de potencializar essas vozes que não são ouvidas. Então tinha um direcionamento político dentro dessa abertura editorial pro que os territórios sentiam que precisassem ser ditos sobre a a covid-19, como que ela tava

se dando ali desde a relação entre uma coisa que foi muito discutida nesse informativo que foi uma liminar que tinha proibido as intervenções policiais em período de pandemia e que foi desrespeitada várias vezes com operações, com morte inclusive, e a covid acontecendo. Esse foi um dos temas que apareceu, então não era só uma coisa, mais uma vez, a gente não trabalha muito com essa lógica da Saúde enquanto um fenômeno estritamente biológico, microorganismos, bactérias, etc, a gente trabalha nessa visão mais social mesmo né. E aí esse trabalho se fortaleceu e continua forte, inclusive a gente começou trabalhando com a questão da saúde indígena nos territórios urbanos nesse contexto da covid e a agora a gente tem uma outras parcerias que a gente leva pra Semana Nacional de Ciência e Tecnologia, levou no ano passado, esse ano não deu, a gente vai fazer uma edição especial sobre a saúde indígena, enfim, porque tem uma questão de invisibilidade étnica porque eles são tidos como ribeirinhos e isso reflete na saúde lá em Rondônia. Então assim houve essa visibilidade a que eu me referi que essas iniciativas de covid na interface com organizações populares tiveram na própria Fiocruz e fora permitiram que a gente pudesse diversificar os nossos contatos tanto com as organizações populares quanto para dentro da Fiocruz com unidades e pesquisadores que estavam interessados nos temas que a gente estava publicando e aí hoje a gente trabalha com um leque de temas ainda maior e agora tá trabalhando até mais com outros formatos também, com podcasts e tal, mas no geral assim, além de ter visto o aumento dessas iniciativas naquela época, eu sinto que as populações vulnerabilizadas, a inteligência que existe nas favelas, começou a ser mais apropriado e aí a gente vê isso diluído em vários posicionamentos institucionais. Um desdobramento direto da campanha, por exemplo, foi uma chamada pública que a gente realizou com uma base operativa da Fiocruz Brasília que foi uma parceria da cooperação social com o canal saúde que também tava no se liga no Corona e que foi um grande parceiro também da campanha ao longo do tempo. Então no período mesmo que a pandemia tava acontecendo, acho que foi um uma reunião do Fórum de assessores de comunicação da Fiocruz, no final do ano de 2021 se eu não me engano, a gente começou a trabalhar em cima de reforço para a comunicação comunitária em saúde, tipo assim, como que a Fiocruz poderia dispor do que ela já possui de conhecimento e trazer a experiência desses coletivos para lapidar e para que eles próprios fossem difusores de mensagens de saúde pros seus públicos. Então a gente começou isso final de 2021 e aí em 2022 a gente conseguiu... a Fiocruz Brasília já tinha um alinhamento com a OPAS, então a gente conseguiu em articulação com eles, recursos do governo canadense para essa chamada pública, para que essas iniciativas de comunicação e saúde pudessem ser fortalecidas, então ali tem podcasts voltados para a saúde da população de terreiro, podcasts produzidos por

agentes comunitários de saúde nas cinco regiões brasileiras... Então esse foi um desdobramento direto dessa articulação institucional e o indireto a gente ainda não tem o resultado final, mas a gente construiu um projeto recentemente, eu e uma colega que é da casa de Osvaldo Cruz em que a gente aproximou o raízes em movimento que é um um um coletivo do Complexo do Alemão, o fala Manguinhos, a gente vai acionar a uma pessoa que era da frente Maré e o datalab. A gente reuniu essas organizações e aí isso meio que vai ramificando de uma forma que é difícil você metrificar, então a gente tá com um projeto que foi aprovado de um edital interno de promoção da saúde para mapear os coletivos de comunicação para fazer uma cartografia desses coletivos de comunicação e numa parte a gente vai entrevistar as pessoas responsáveis pela comunicação sobre essa relação entre comunicação comunitária e saúde, qual a importância da comunicação comunitária, e aí a gente vai ter que construir alguma coisa na conversa com eles, então isso também é um desdobramento dessa dessa campanha de alguma forma indireta.

**APÊNDICE VI** — Fichamentos de leituras. Disponível no [Google Drive](#).

**APÊNDICE VII** — Catalogação de publicações. Disponível no [Google Drive](#).

**APÊNDICE VIII** — Cronograma de entregas. Disponível no [Google Drive](#).