A INSURGÊNCIA DE UM DISCURSO DE DISSENSO: APROPRIAÇÕES DO JORNAL "VOZ DA COMUNIDADE" NO *FACEBOOK*

Maurício Lavarda do Nascimento[1]
Rosane Rosa[2]

RESUMO: Refletimos sobre os processos de participação, resignificação e apropriação nas postagens da *Fan Page* do Jornal Voz da Comunidade no *Facebook*. Para tanto, realizamos análise de conteúdo das postagens do jornal durante os meses de março e abril de 2013,acompanhamento netnográfico de março a dezembro de 2013, análise das conversações e entrevista em profundidade com o editor-chefe do jornal, Rene Silva Santos. Constamos que predominam as publicações sobre a cultura local, porém, as conversações que geraram maior tensão na ambiência digital foram às temáticas da pacificação, da falta de infraestrutura e da violência policial. O estudo evidenciou também a importância da democratização da comunicação a começar pela Escola por meio da educomunicação para, posteriormente, expandir esse saber à comunidade.

PALAVRAS-CHAVE: *Educomunicação; Empoderamento; Jornal Voz da Comunidade; Redes sociais digitais.*

[1] Mestrando em Comunicação Midiática, Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Especialista em Comunicação e Projetos de Mídia, Centro Universitário Franciscano - Unifra. E-mail: mauriciolavarda@hotmail.com

[2] Doutorado em Ciências da Informação e da Comunicação no PPGCOM da UFRGS. Profa. Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação, do Programa de Pos-graduação em Comunicação e do Programa Tecnologias Educacionais em Rede da Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: rosanerosar@gmail.com

Introdução

Cresce o número de sujeitos que reivindicam e praticam um direito social insurgente, ou seja, o exercício da "cidadania comunicativa". Essa insurgência pode emergir de sujeitos com um capital social[3] proveniente de lutas estudantis e/ou comunitárias para a conquista dos direitos básicos. Muitos desses cidadãos são pobres economicamente, mas não politicamente, por isso, não se reconhecem na representação que a mídia hegemônica faz de sua comunidade, incluindo o fenômeno da militarização das favelas e o da criminalização da pobreza (ROSA, 2009).Assim, buscam empoderar-se comunicacionalmente, para, politicamente, assumirem um papel e um espaço que possibilita a autorrepresentação da comunidade.

Para exemplificar esse empoderamento popular, nos reportamos ao levantamento Mídia e Favela (2012), realizado pelo Observatório de Favelas, ao qual identificou que 104 veículos de comunicação são produzidos em favelas e espaços populares da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, representando uma importante pluralidade de vozes e representações dessas realidades. Por outro lado, paradoxalmente, na mídia hegemônica apenas sete grupos controlam oitenta por cento dos veículos de comunicação do país, evidenciando um oligopólio midiático e econômico.

O estudo Mídia e Favela (2012), também investigou,durante seis meses, três veículos de grande circulação no Rio de Janeiro: O Globo, Extra e Meia-Hora, em que foram selecionadas640 matérias nas quais favelas e espaços populares estivessem como tema central ou transversal. A pesquisa evidencia que no período analisado"violência, criminalidade e drogas" predominaram na construção das narrativas jornalísticas sobre estes territórios, chegando a corresponder a mais de setenta por cento das pautas.

Como evidenciado no estudo, a mídia comercial geralmente representa essas comunidades ressaltando aspectos negativos e estigmatizados. Por outro lado, conforme ressaltado no relatório Mídia e Favela (2012), apesar de as grandes corporações ainda controlarem a maior parte dos veículos de comunicação, e, consequentemente, a produção e reprodução de discursos sobre a favela, essa representação não é

[3] No sentido dado por Bourdieu (1980).

homogênea, pois há uma verdadeira luta de diversos atores sociais em diferentes espaços que passam a participar cada vez mais ativamente nesse processo de significação.

No contexto da sociedade midiatizada, lutas comunitárias e estudantis podem ser potencializadas, por meio das mídias digitais em que aos poucos, esses cidadãos, moradores das periferias e espaços populares, começam de alguma forma, a ser incluídos digitalmente. Peruzzo (2011) reforça que o processo de inclusão individual e comunitária nos meios digitais é ascendente, fortificando as lutas presenciais por direitos sociais, comunicativo-culturais ou políticos de cidadania.

A inclusão é facilitada por empreendimentos dentro das próprias comunidades, como Telecentros, laboratórios e oficinas em escolas públicas, organizações não-governamentais (ONG's) que disponibilizam pontos de acessos a internet, *lanhouses* comunitárias e incentivos do poder público por meio de políticas públicas de inclusão digital.

À medida que o acesso democrático à rede é ampliado por meio de políticas públicas, com a implementação de praças, bairros e cidades digitais, os grupos sociais que antes não tinham voznos meios de comunicação tradicionais, tem ao seu alcance meios e espaços que permitem a produção, a multiplicação, a comparação, a troca e a avaliação de conteúdos e experiências a nível "glocal".

Por outro lado, por mais que haja esforços de inclusão desses sujeitos no ciberespaço, é importante ressaltar que existe um sistema de exclusão de ordem econômica, que impossibilita que esses sujeitos desenvolvam a sua competência comunicacional e tecnológica. Esse sistema de exclusão é de domínio hierarquizado. Boaventura de Sousa Santos (2007: 63), explica esse processo de inclusão\exclusão por meio do conceito da Sociologia das Ausências:

> [...] cada vez mais gente passa do sistema de desigualdade ao sistema de exclusão; de estar dentro de uma maneira subordinada a estar fora, a sair do contrato social, da sociedade civil: são os desocupados que não têm esperança de voltar a ser ocupados, e os jovens em milhares de guetos urbanos das grandes cidades. (SANTOS, 2007:63)

Essa desesperança imobiliza os excluídos dificultando a passagem de indivíduo a sujeito. Na visão de Touraine (2006), sujeito é o indivíduo que não aceita as condições sociais que lhes são impostas. Dessa resistência decorre uma afirmação de si, como ator social e sujeito pessoal. Conforme o autor (p. 102): "a crise da sociedade pode nos salvar de uma catástrofe se esta levar à construção da ideia de sujeito, à busca de uma ação, que não procure nem o lucro, nem o poder, nem a glória, mas que afirme a dignidade de cada ser humano".

Este processo de transformação do indivíduo em sujeito ocorre não externamente, mas no interior do mesmo como explica Touraine (2006: 112):

> O sujeito é mais forte e mais consciente de si mesmo quando se defende contra os ataques que ameaçam sua autonomia e sua capacidade de perceber-se como um sujeito integrado, ou pelo menos lutando para sê-lo, para reconhecer e ser reconhecido como tal. (TOURAINE, 2006: 112)

Nesse âmbito o sujeito é aquele que defende sua posição de identidade e de direitos, mesmo que se encontre em uma condição de pobreza econômica evidencia que é liberto da pobreza política (DEMO, 2007).

A partir desse cenário de representação hegemônica e contra-hegemônica, bem como de inclusão e de exclusão, objetiva-se investigar sobre o papel do jovem como sujeito capaz de mobilizar e articular sua comunidade para a produção comunicacional, por meio de dispositivos midiáticos utilizados de forma alternativa buscando dar visibilidade e representar a comunidade em que vive por meio das redes sociais na internet.

Para tanto, é analisado o caso do Jornal Voz da Comunidade, produzido no Morro do Adeus (RJ), uma das treze favelas do Complexo do Alemão, localizado na Zona Norte do Rio de Janeiro. Tendo em vista que o *Facebook*[4] é uma das principais redes sociais apropriadas pelos jovens produtores do Jornal Voz da Comunidade, surgiram algumas questões que nortearam nossa pesquisa, são elas: Como o Voz da Comunidade visibiliza as pautas comunitárias via *Facebook*? Que tensões enfrenta ao buscar essa visibilidade? Como os sujeitos da comunidade interagem nesse processo?

[4] O *Facebook* é um site de rede social criado em 2004, em que é possível compartilhar fotos, textos, vídeos e interagir com outras pessoas que também fazer parte da rede. O seu cadastro é gratuito.

Buscamos investigar as interações entre e com os sujeitos que curtem[5] a *Fan Page*[6], bem como compreender os processos de participação, (re)significação e apropriação da comunidade no conteúdo disponibilizado.

Quanto às opções metodológicas, optamos pelo acompanhamento netnográfico de março a dezembro de 2013 (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011), análise de conteúdo das postagens na *Fan Page* do jornal durante os meses de março e abril de 2013 (BARDIN, 2004). Como técnica de coleta de dados, foi utilizada a entrevista em profundidade com o editor-chefe (DUARTE, 2011) e análise das conversações (RECUERO, 2012) na *FanPage* oficial do jornal. Optamos por essas técnicas e métodos devido à complexidade do objeto em estudo: "A combinação multimétodos reforça e desvela o caráter epistêmico da etnografia e está presente em estudos que priorizam objetos distintos da comunicação digital e operam em níveis macro, micro e mezzo" (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011:188).

As postagens da *Fan Page* foram classificadas e tabuladas de acordo com os seguintes parâmetros: data de postagem, tipo de publicação, assunto, número de curtidas, número de compartilhamentos, número de comentários e referência a outros veículos de comunicação, bem como um espaço de observação utilizado pelo pesquisador para anotações. Os tipos de publicação foram agrupados da seguinte forma: *Grupo 1:* (imagem) - fotografia, foto de capa, fotolegenda e álbum de fotos. *Grupo 2:* (publicidade): publicidade, publieditorial e divulgação. *Grupo 3:* (conteúdo editorial): chamadas para o Portal Voz das Comunidade (geralmente acompanhadas de frase e/ou fotografia e link para o portal), programação de eventos culturais, frases, e postagens de notícias do Voz da Comunidade; *Grupo 4:* (compartilhamento)**:** compartilhamento de links, compartilhamento de notícias, compartilhamento fotografias e de conteúdo de outros atores da rede. *Grupo 5:* (interação): enquetes e perguntas. *Grupo 6:* outros (algumas poucas postagens que não se adequaram as demais categorias). É importante

[5] Curtir é um tipo de interação reativa dentro do *Facebook*. Ao curtir o conteúdo de outro interagente na rede, se está confirmando que aquele é um conteúdo relevante. Ao curtir uma *FanPage* (página de organizações e empresas) o interagente está indicando que o conteúdo postado pela organização é de seu interesse.

[6] É um tipo de página específica para que organizações com ou sem fins lucrativos possam interagir na rede social. Qualquer pessoa que esteja cadastrada no *Facebook* pode "curtir" uma *Fan Page*, não sendo necessária a confirmação de criação do laço social pela organização, como no caso dos perfis de pessoa física.

ressaltar que a escolha por agrupar os dados coletados em grupos também se justifica por facilitar a análise dos dados em nível macro.

Após a categorização deste conteúdo e análise das conversações das publicações, foi possível identificar se a comunidade se engajava com o conteúdo, o tipo de conteúdo que ganhava mais visibilidade e que tensões ocorriam nas conversações dessas postagens.

A trajetória de René e do Jornal *Voz da Comunidade*

Este relato tem como fonte o editor-chefe do "Voz da Comunidade" Rene Silva Santos, em entrevista realizada no Rio de Janeiro, no dia 05 de fevereiro de 2013. Optou-se por realizar a entrevista com o editor-chefe do jornal, pois se compreende que a partir de sua iniciativa outros jovens também puderam ingressar e se engajar no projeto, tendo em vista que inicialmente somente o jovem vendia espaços publicitários, apurava informações, redigia notícias, editava, diagramava e distribuía a versão impressa do jornal em sua comunidade. Portanto, sem dúvida, é o protagonista dessa história.

Rene teve o primeiro contato com a comunicação midiática aos 11 anos de idade, por meio da escola. Na época, mesmo não sabendo utilizar o computador adequadamente, decidiu que gostaria de participar do jornal do grêmio estudantil escolar, tendo em vista que observava a efetividade política deste veículo. Devido à idade inferior necessária para ingresso no jornal (que era produzido por alunos de 13 e 14 anos, que estavam na sétima e oitava série), inicialmente não foi permitida sua participação. Após insistência pelo interesse em colaborar com o jornal e com a melhoria da comunidade escolar, foi permitido seu ingresso no grupo de produtores do jornal escolar.

A partir dessa experiência educomunicativa, observou que tinha interesse na produção midiática, principalmente com um viés contra-hegemônico, tendo em vista que o jornal escolar servia como mediador das demandas diárias da escola junto ao poder público. Como exemplo, o jovem relatou a falta de materiais para as aulas de

educação física, materiais esses que eram reivindicados no jornal escolar, que era encaminhado para a Secretaria de Educação do Município.

Do caminho da escola para casa o jovem também observava diversos problemas sociais, como ruas esburacadas, postes sem iluminação, quadras e praças quebradas. Então, empoderado comunicacionalmente por meio de sua participação no processo educomunicativo da Escola, decidiu criar um jornal que tivesse como público principal os moradores do Complexo do Alemão, tendo em vista que acreditava que este veículo seria uma alternativa de intervenção na comunidade e pressão ao poder público na resolução dos problemas que enfrentam no cotidiano comunitário.

Com o apoio da direção da escola, foi possível viabilizar o jornal Voz da Comunidade através da utilização dos recursos tecnológicos e materiais disponibilizados para o jovem no contraturno escolar. Conforme relata Silva (2013):

> Começamos a fazer o jornal. A diretora dava todo apoio na questão de fazer a impressão na escola. A primeira edição saiu com apenas 50 exemplares. Deu para entregar para metade da minha rua e acabou, era muito pouco. Eu fiz uma vez, as pessoas gostaram e então começou a aparecer um monte de problemas para serem divulgados. No início era um papel A4 dobrado, depois passei para duas folhas. Aí a diretora falou, que conforme nós estávamos aumentando a produção, o jornal não poderia mais ser produzido na escola, pois usávamos material da prefeitura, então eu fui procurar uma gráfica. Só que o mínimo para imprimir eram 1000 unidades, continuamos a fazer na escola uma quantidade pequena por mais dois anos. (SILVA, 2013, p. 5)

Não contente com a quantidade de jornais distribuídos e por conta da inviabilidade de imprimir o jornal na escola, buscou apoio junto aos comerciantes locais, com o intuito de manter o jornal com recursos da própria comunidade e não mais da escola:

> Cobrávamos entre R$ 5,00 e 10,00 de acordo com o tamanho e cores do anúncio. Comprei um computador a prestação, paguei quase por 3 anos, e comecei a fazer o jornal de dentro de casa, ele foi aumentando, tendo mais páginas. Percebi que nesse momento não podíamos tratar somente de problemas sociais, mas também inserir assuntos de interesse da comunidade como eventos locais (SILVA, 2013).

Aos poucos foi ganhando legitimidade e visibilidade junto aos moradores do Complexo do Alemão, então outros jovens também se identificaram com a proposta do jornal e começaram a colaborar na produção jornalística:

> Por cerca de um ano e meio eu fazia sozinho e depois outras pessoas de 12 e 13 anos começaram a participar. Por nós sermos muito novos, algumas pessoas da mídia vieram fazer reportagem sobre as crianças da comunidade do Complexo do Alemão que haviam criado um jornal comunitário e estavam conseguindo resolver os problemas sociais, ganhamos bastante visibilidade (SILVA, 2013).

A ocupação e a visibilidade midiática

Em novembro de 2010 o Complexo do Alemão ganhou destaque na mídia nacional e internacional, em que as imagens dos traficantes fugindo da localidade e a troca de tiros foram exibidas em grande parte dos veículos de comunicação do mundo. Rene e o Jornal Voz da Comunidade surgiram como protagonistas e fontes oficiais desse fato. Conforme relata:

> Eu estava no *Twitter* conversando com meus amigos. Professores e amigos da escola que não moravam na comunidade começaram a perguntar se eu estava seguro. Outras pessoas também começaram a me seguir no *Twitter*. Até que famosos também começaram a entrar em contato, tais como a Glória Perez, Preta Gil, Willian Bonner, Pedro Bial, entre outros jornalistas. Eu tinha cerca de 800 seguidores no *Twitter*, em uma hora fiquei com 6.000 seguidores. Em questão de minutos estava no *Trend Topics* do *Twitter* como um dos assuntos mais falados, junto com Complexo do Alemão, BOPE, e o Voz da Comunidade(SILVA, 2013).

Tendo em vista a repercussão de seu relato sobre a ocupação por meio do *Twitter*, familiares e amigos ficaram preocupados porque ele estava muito exposto, então, posteriormente começou a utilizar o perfil do jornal: “A televisão e os jornais estavam falando sobre mim. Meus pais ficaram com medo de eu sofrer algum tipo de represália tanto do tráfico, quanto da polícia. Porém, não falei nada de mais, só falava o que estava acontecendo na visão de um morador”.

Um mês antes da ocupação Rene havia ganhado um *iPhone*[7], o que acabou gerando estranhamento por parte do público, por se apropriar de um dispositivo móvel considerado elitista: “Em todas as reportagens eu saia tuitando do celular, então as pessoas comentavam: como alguém da favela poderia ter um *iPhone*? Que só podia ser armação da mídia”, relatou com bom-humor.

Com toda a repercussão nas mídias tradicionais e nas mídias sociais, o número de seguidores no perfil oficial do jornal no *Twitter* também teve um acréscimo considerável:

[7] Smartphone produzido pela empresa Apple. Um dos mais caros no segmento de dispositivos móveis.

> Quando eu entrei no *Twitter* oficial do Voz da Comunidade já tinham 4.000 seguidores, antes haviam apenas 180. Aí que eu comecei a relatar o que estava acontecendo, antes estava apenas respondendo. Colocava a hora, localidade e o que estava acontecendo. As mensagens eram retwitadas por centenas de pessoas. Cada vez mais as pessoas começaram a perguntar e a mandar mensagem (SILVA, 2013).

Atualmente[8] o número de seguidores ultrapassa75.000. O jovem nunca havia saído do Rio de Janeiro, após sua repercussão na mídia, foi convidado a relatar sua experiência: "Meu primeiro convite foi para participar da *CampusParty*, em São Paulo, onde eu palestrei e contei como tudo aconteceu. Na plateia estava a Ingrid Zavarezi, da TV Globo. Quando acabou a palestra ela veio conversar comigo para mim trabalhar como consultor da Malhação, pois iriam tratar de temáticas como favela e internet".

Mediação e agendamento por meio do *Voz na Comunidade*

Segundo Rene, muitas pessoas da comunidade já reconhecem o jornal como uma ferramenta em que podem resolver os problemas sociais junto ao poder público. Porém, alguns acreditam que é mais fácil resolver com a grande mídia, pois quando se tem um grande veículo, o impacto é mais expressivo. Conforme o jovem, muitas coisas que publicam têm repercussão rápida e que muitas vezes o jornal é utilizado como fonte pela mídia comercial.

Ao ser perguntado sobre o agendamento de grandes veículos de comunicação na ocasião da ocupação pelas forças militares, o jovem reforçou a espetacularização dos fatos e do papel que teve enquanto mediador das informações, servindo como uma das principais fontes para a cobertura da mídia hegemônica:

> Na época da ocupação pautamos bastante a grande mídia. Eles usavam o Voz da Comunidade até mesmo para corrigir coisas que as outras emissoras exibiam. Exemplo, uma emissora estava falando que a rua da Grota estava em obras e outra emissora falando que ela estava daquele jeito em decorrência do tiroteio ocorrido mais cedo. E eu ia sempre corrigindo as informações, falando que era uma obra do PAC que está parada por conta da invasão da polícia, que a obra não tinha como funcionar naquele momento. Eu ia repassando essas informações para as pessoas ficarem sabendo. Outro exemplo foi quando a grande mídia falou que o comércio estava fechando mais cedo por pressão do tráfico. Mas, que, na verdade, era algo normal, porque o comércio realmente fecha as duas horas aos domingos no Alemão. Por isso, a gente ia corrigindo as informações e fomos ganhando confiança

[8]Acesso em 24/09/2014

> das pessoas. Pois elas foram vendo que a mídia estava sendo muito sensacionalista, que estavam publicando informação sem verificar a sua veracidade (SILVA, 2013).

Além do espetáculo em relação aos exemplos citados, a própria interação, que em princípio acontecia entre Rene e as pessoas que interagiam como ele no *Twitter*também foi espetacularizada, o que acabou posteriormente impactando as coberturas midiáticas de grande emissoras do mundo:

> Os portais de notícia começaram a publicar que eu estava relatando a invasão do complexo do alemão. Mas, na verdade, eu só estava respondendo as pessoas sobre o que estava acontecendo. A mídia logo já transformou em algo como: ´Um menino do Complexo do Alemão está twittando tudo que está acontecendo´. Então ganhei muito mais seguidores. Na época, falei ao vivo em diversos programas de televisão também. Não pude falar em todos porque era uma correria, só queriam que eu falasse naquele dia. Transformaram meus comentários no *Twitter* em algo gigante. A própria mídia tem esse poder de transformar algo pequeno em algo gigante. (SILVA, 2013).

De certa forma, a mídia hegemônica busca cooptar esses jovens para aumentar ainda mais a sua penetrabilidade no tecido social com programas que visam às classes populares. Rene já prestou assessorias a programas da Rede Globo como o Esquenta!. Porém, ao ser indagado sobre a questão, afirma que busca romper com estereótipos das representações midiáticas sobre os moradores de espaços populares como a favela. Além disso, salienta que após a pacificação o tratamento midiático sobre a favela mudou bastante:

> Eu vejo que agora ela (a mídia) fala sobre coisas que antes a mídia não falava. Antes da pacificação só viam a favela como raiz do tráfico, nunca tinham visto projetos sociais, ONG's, e de repente quando acontece a ocupação eles vem que tem muita coisa para ser divulgada. Ou seja, antes a mídia só cobria quando tinha tiroteio e guerra (SILVA, 2013).

Ou seja, isso pode indicar que a mídia ou não entrava nesses espaços por repressão do tráfico, ou por apoiar a política pública de pacificação dos morros, tornando esse fato como algo positivo para a reintegração desses sujeitos na vida cotidiana.

Rene também foi um dos quatro representantes do Brasil no revezamento da tocha olímpica em Londres, o que reforça o argumento de que ele é um símbolo da insurgência desses sujeitos, que se empoderamcomunicionalmente para a conquista e

luta de seus direitos. “Enfim, de alguma forma virei uma referência para outras comunidades. Quando fazem reportagens sobre comunicação comunitária sempre perguntam se a pessoa se inspirou em mim. Na favela da Rocinha um jornal falou assim: o Rene da Rocinha. Então já acaba se tornando uma referência”, explica.

Como pode ser observado na trajetória de Rene e do Voz da Comunidade, assim como acontece em outros projetos de comunicação popular e alternativa, a iniciativa surge a partir de um sujeito que se mobiliza para dar voz a sua comunidade. Por outro lado, não se pode esquecer que atualmente em torno de 30 pessoas, entre moradores, estudantes de jornalismo e profissionais, também colaboraram na construção dessa história.

Voz da Comunidade no Facebook

Entre os meses de março e abril foram feitas 427 postagens na *Fan Page* do *Voz da Comunidade*. Conteúdos jornalísticos e fotografias foram os mais divulgados na *Fan* neste período. Conforme demonstrado no quadro 1.

Quadro 1. Quantificação das publicações do *Voz da Comunidade* no *Facebook*.

Categoria da publicação	**Grupo 1** Imagem	**Grupo 2** publicidade	**Grupo 3**conteúdo editorial	**Grupo 4** compartilhamento	**Grupo 5** interação	**Grupo 6**outros
Número de postagens	138	50	136	83	11	9

Fonte: construído pelos autores

Dessas publicações, a maioria das pautas estavam ligadas a atividades culturais, como é o caso das “Estações Culturais”, um dos conteúdos mais visibilizados pelo jornal durante esse período. Esse dado acaba sendo coerente com a proposta de um veículo comunitário e alternativo na grande rede, conforme referenciado por Paiva (2003), um veículo comunitário deve valorizar a cultura local. Por outro lado, ocorreram apenas 11 postagens de interação (enquetes, perguntas, etc), o que demostra que há pouca interação com os *fans*, ou mesmo, que raramente ocorre estímulo ao debate sobre questões ligadas à cultura local, por exemplo.

No que diz respeito às imagens, percebe-se que muitas fotografias mostram o morro como algo belo, assim, pode-se entender que existe um processo de (re)afirmação da identidade local. O morro serve de marcação simbólica, como algo a ser admirado, não como reduto do tráfico de drogas, como geralmente é retratado pela mídia hegemônica. Identificamos também que as fotografias foram o tipo de postagem que mais tiveram repercussão enquanto interação reativa, por meio das curtidas.

O teleférico também parece ser motivo de orgulho para a comunidade enquanto objeto simbólico, mas que ainda é tema de descontentamento por não facilitar a movimentação de muitos moradores, e sim de ter tornado o Complexo do Alemão em ponto turístico, como observado na análise netnográfica.

Identificamos também que a maioria das postagens realizadas pelos jovens são adequadas ao meio, demonstrando que apesar de não terem qualificação formal na área, tem competência técnica suficiente para dar visibilidade à sua comunidade. O que pode indicar para uma das potencialidades dos sites de redes sociais enquanto meio de divulgação popular e alternativo, devido à facilidade de produção de conteúdo.

Publicações relacionadas à novela "Salve Jorge" e postagens relacionadas à televisão geraram bastante repercussão no período analisado, principalmente porque o Complexo do Alemão era um dos ambientes em que se passava a novela da Rede Globo. Isso pode indicar que a grande mídia ainda tem um grande poder de agendamento. Paradoxalmente, causas sociais ou problemas de descaso público tiveram um baixo engajamento dos atores sociais que curtem a *Fan Page*do Voz da Comunidade, salvo no caso de violência policial contra a população.

Também foi possível identificar que a *FanPage* serve como veículo de convergência entre os demais meios de comunicação apropriados pelos jovens. Muitas publicações servem para dar visibilidade às matérias disponibilizadas no portal, sendo que muitas dessas postagens trazem título, fotografia e um *link* direcionando para a matéria completa no portal. É importante lembrar que essas matérias não se referem somente ao Complexo do Alemão, pois o Portal Voz das Comunidades também cobre notícias da Rocinha, Santa Marta, Vigário Geral, Vila Cruzeiro e Maré, evidenciando um cenário de convergência comunicacional e identitária entre as comunidades.

A maioria das publicações curtidas foram aquelas que continham apenas imagem e legenda de apoio, ou seja, publicações que tem consumo rápido e são mais propícias a interações reativas do que interações dialógicas. Outro dado interessante descoberto na análise é que apesar do conteúdo de outras comunidades também ser divulgado na *Fan Page* devido à integração editorial com o portal Voz das Comunidade, o conteúdo sobre o Complexo do Alemão foi a que mais ganhou visibilidade.

Em relação aos compartilhamentos, destaca-se a fotografia sobre alagamento na favela da Grota[9]. Em alguns casos o problema foi encarado com descontração por alguns atores, porém, existem compartilhamentos que buscam tensionar a questão junto a grande mídia e ao poder público.

Nas postagens referentes à violência policial contra um morador do Complexo do Alemão foi possível identificar diversas tensões com o Governo e a polícia pacificadora. Novamente o descaso do poder público e a falta de treinamento policial foram tema nas conversações, conforme exemplificado abaixo:

> Policiais das unidades chamadas UPP no complexo do alemão. São pessoas totalmente despreparadas para este tipo de serviço. Policiais recém formados, inexperientes que si quer tem próprio auto controle para controlar moradores em alguma situação, colocando-se em risco suas vidas e a vida da população que está ao seu redor. Desprezível e Envergonhadora e policia do Rio de Janeiro. (Publicado em 4 de abril de 2013 às 10:57)

Na publicação com maior número de comentários, assim como na quarta publicação mais comentada, no período analisado, foi possível observar que alguns moradores relatavam se haviam ouvido tiros em sua região, porém, não ocorreu nenhuma tensão na conversação nem entre os atores, nem em relação à polícia.

Na análise das conversações realizadas, pode-se compreender que são poucas as conversações dialógicas geradas por parte do Voz da Comunidade com aqueles que publicam, mesmo quando fazem perguntas diretas a este veículo comunitário, tornando a *Fan Page* apenas como um canal de produção de conteúdo e não dialógico.

Isso pode sinalizar para uma fragilidade do Voz da Comunidade, principalmente porque se observa por meio das falas desses interagentes que são

[9] Uma das treze favelas do Complexo do Alemão.

pessoas que vivem na comunidade e que muitas vezes precisavam divulgar algum problema. Ou seja, em diversos casos o morador não participou do processo comunicacional, ao menos no que diz respeito à *Fan Page* no *Facebook*, conforme ilustra nos exemplos abaixo:

> **Sujeito 1**
>
> TEM UMA CASA NA DR NOGUSH Q TEM UMA PISCINA GRANDE Q ESTA CHEIO DE AGUA SUJA DEVE ESTA COM MOSQUITO DA DENGUE QUERIA Q VCS TIRASEM FOTO E COLOCA SE NA VOZ DA COMUNIDADE POR FAVOR NO TELEFERICO DA PRA VER A PISCINA ISSO TUDO E PELA NOSSA COMINIDADE ABRAÇO ESPERO RESPOSTA
>
> Mensagem publicada no dia 02 de março de 2013
>
> **Sujeito 1**
>
> A MINHA PERGUNTA NAO FOI RESPONDIDA
>
> VCS PRECIZAM DA AJUDA DAS PESSOAS DA COMUNIDADE
> Mensagens publicadas no dia 06 de março de 2013
>
> **Sujeito 2**
>
> Porque a Voz da comunidade nao publica o que realmente esta acontecendo aqui dentro? Por exemplo o ocorrido de hoje a tarde.
> Mensagem publicada no dia 30 de março de 2013

Porém, é importante que nem sempre as dúvidas não são respondidas. Assim, pode-se inferir que o Voz da Comunidade pode ter dificuldades, ou por falta de competência técnica, ou mesmo pela ausência de recursos humanos suficientes para manter uma interação ativa com quem curte a *Fan Page*. Nesse sentido, não conseguem responder, devido à demanda advinda não somente pelo *Facebook*, mas também pelo *Twitter*, e-mail, celular, ou mesmo sugestão de pautas feitas pessoalmente na sede do jornal ou na rua.

Em junho de 2013, em torno de 12.000 pessoas curtiam a *Fan Page*do Voz da Comunidade. No final de 2013,em torno de 32.000 sujeitos acompanham a página, em

setembro de 2014 verificamos que o número se manteve. O número de seguidores no *Twitter* desse mesmo veículo alternativo, que em junho de 2013 era de mais 122.000, subiu para 149.000 seguidores.

Considerações Finais

Este estudo evidenciou a importância da democratização da comunicação a começar pela Escola por meio da Educomunicação. Foi lá que Rene teve sua primeira experiência no jornal da Escola. Assim, tornou-se um educomunicador, primeiramente no ambiente formal de aprendizagem e depois passou a multiplicar esse saber e experiência na comunidade.

A pesquisa permite afirmar que Rene e sua equipe constituem-se em sujeitos coletivos de resistência apropriando-seda comunicação como mediação em um "processo educativo" para defesa de seus direitos e da sua comunidade. Na visão de Peruzzo (2013, p.176),

> O exercício do direito à comunicação popular, comunitária e alternativa se entrelaça aos modos de educação informal (processada no dia a dia e por meio das praticas no âmbito da comunicação) e da educação não formal (participação em treinamentos, oficinas proporcionadas por instituições) que ocorrem no contexto das lutas sociais e possibilitam rico processo de educomunicação. (PERUZZO, 2013, p.176).

Esses processos educomunicativos em ambientes informais, não formais e formais de aprendizagem (SOARES, 2011), como o desencadeado por Rene e sua equipe tem contribuído, significativamente, na luta e no exercício da cidadania. Esses sujeitos de ação política passam a protagonizar a própria história e a de sua comunidade, ou seja, editam e coeditam o mundo onde estão inseridos. (BACCEGA, 2011).

Verificamos que o jovem Rene e sua equipe, moradores do Complexo do Alemão, enfrentaram o desafio de utilizar o saber educomunicativo para fazer insurgir a voz da comunidade por meio dos recursos disponíveis, principalmente das mídias digitais. Assim, o seu olhar e representação contra hegemônica transcendeu a territorialidade do espaço da favela conquistando destaque nacional e mundial.

Esses educomunicadores comunitários souberam se apropriar do potencial das mídias digitais para intervir e pautar a "Voz da Comunidade" nas agendas individuais, na mídia tradicional e junto ao poder público. Dessa forma, reafirmaram uma identidade de sujeitos críticos, políticos e emancipados, que buscam o mesmo para sua comunidade.

A utilização desses dispositivos midiáticos pelos cidadãos geram novas tensões entre mídia alternativa, mídia comercial e poder público, sendo que a primeira exerce um papel fundamental e, muitas vezes, central nesse novo tensionamento.

Esse empoderamento comunicacional que resulta em capital social, voltado à emancipação das comunidades excluídas, pode sinalizar para uma marca contemporânea de resistência de sujeitos críticos e politizados que insurgem de comunidades invisíveis até então à mídia comercial.

Evidentemente, o veículo em que ele atua não tem o mesmo potencial de visibilidade e penetrabilidade que os meios comerciais. Mas tem potencial, via mídias digitais (Portal Voz das Comunidades[10], *Twitter*, *Whatsapp*, *Facebook*, rádio *web* e *Instagram*) e no jornal impresso, de desencadear sentimentos de pertença, novas iniciativas na própria comunidade do Complexo do Alemão, assim como servir de referência, motivação e inspiração a outras comunidades excluídas, para uma apropriação prática do direito a livre expressão, a autorrepresentação por meio de uma comunicação educativa e cidadã.

Espera-se que este estudo possa contribuir com novas perspectivas e desafios da educomunicação, comunicação alternativa ou comunitária em espaços populares,por meio da apropriação das mídias digitais e assim, que outras comunidades silenciadas consigam insurgir de um lugar de não poder, para exercer seu direito de cidadania comunicativa.

[10] Disponível em: http://www.vozdascomunidades.com.br

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/Educação e a construção de nova variável histórica. In: CITELLI, Adílson Odair. COSTA, Maria Cristina Castilho.(Orgs) **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011. p.32- 41

BOURDIEU, Pierre: **Le capital social**. Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 1980.

COUTINHO, Eduardo; PAIVA, Raquel. **Escola Popular de Comunicação Crítica: uma experiência contra-hegemônica na periferia do Rio de Janeiro.**In:Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), Abril de 2007.

DEMO, Pedro. **Política social, educação e cidadania.** 10 ed., São Paulo: Papirus, 2007.

DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade.** In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2011.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet.**Porto Alegre: Sulina, 2011.

MÍDIA E FAVELA. **Comunicação e democracia nas favelas e espaços populares:** Levantamento de mídia alternativa. In: SILVA, Jailson de Souza; ANSEL, Thiago Araujo (coord.), Rio de Janeiro: Observatório de favelas, 2012.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum:** comunidade, mídia e globalismo. 2ª ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2003.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Desafios da comunicação popular e comunitária na cibercultur@**: aproximações à proposta de comunidade emergente de conhecimento local. Ciberlegenda (UFF. Online), v. n.25, p. 82-99, 2011.

SILVA, Rene. **Jornal "Voz da Comunidade".** Entrevista concedida a Maurício Lavarda em 05 de fevereiro de 2013. Rio de Janeiro – RJ.

SOARES, Ismar. **Educomunicação, o conceito, o profissional, a aplicação**. São Paulo: Paulinas, 2011.

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

TOURAINE, Alain. **Um novo Paradigma para compreender o mundo hoje**. 3ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2006.