

VOZ que ecoa: narrativas e redes de mobilização para mudança social.

Resumo: Apesar de debates recorrentes sobre a necessidade de direcionar o olhar da sociedade para práticas cotidianas que garantam os direitos humanos em regiões periféricas como as favelas brasileiras, reflexões profundas sobre o tema tendem a receber menor espaço na grande imprensa. Por outro lado, mecanismos para fortalecimento da cidadania podem ser observados em iniciativas locais emergentes como o “Voz das Comunidades” (VOZ) que faz uso da comunicação como processo estratégico e instrumento para acesso a outros direitos como segurança, saneamento básico, saúde e educação. Parte de projeto de tese sobre Comunicação para Mudança Social (ROGERS, 1974; MELKOTE, 2018), este trabalho tem como objetivo refletir sobre a atuação do “VOZ”, que surgiu como jornal escolar em 2005, no Rio de Janeiro, e desde então repercute em âmbito nacional e internacional. Seus aprendizados e experiências levados para outras regiões periféricas do país tendem a fomentar a construção da cidadania, mediante fortalecimento dos valores da democracia, da paz e da consciência social coletiva em prol da redução dos índices de violência, de melhorias na qualidade de vida e do debate público em prol de políticas e mudanças sociais para essas localidades.

Palavras-chave: Voz das Comunidades; Mudança Social; Redes; Cidadania; Direitos.

Redes de contenção social ou redes de mobilização e transformação social? Nós que unem ou que apertam? As redes não têm um sentido único. Podem ser um dispositivo para mudanças, porém também um aparato para impedir os câmbios.

Gabriel Kaplún¹

1.Introdução

Tem sido alvo de debates recorrentes a necessidade de direcionar o olhar e a atenção da sociedade para práticas cotidianas que garantam os direitos humanos em regiões periféricas como as favelas das principais metrópoles brasileiras. Nessas comunidades locais, temas como direito à segurança, à educação, à saúde, ao saneamento básico e à igualdade (para citar apenas alguns, conforme Constituição Federal de 1988²) tendem a ser obliterados no frenesi da paisagem midiática.

Logo, reflexões aprofundadas sobre as complexidades das favelas esvaecem na grande imprensa diante do característico senso de urgência e novidade das notícias factuais³. Por outro lado, manchetes sobre violência urbana proliferam e estigmatizam os

¹ KAPLÚN, Gabriel. Entre mitos e desejos: desconstruir e reconstruir o desenvolvimento, a sociedade civil e a comunicação comunitária. In: PAIVA, Raquel (Org.). O retorno da comunidade: os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad, 2007, p. 190.

² Direitos individuais e coletivos (artigo 5º da CF), direitos sociais (do artigo 6º ao artigo 11 da CF), direitos de nacionalidade (artigos 12 e 13 da CF) e direitos políticos (artigos 14 ao 17 da CF).

³ "Hard news" ou notícia importante, relato de fatos e acontecimentos relevantes para a vida política,

moradores da região. Mas, diante da desafiadora conciliação entre as dimensões de direitos individuais e coletivos, mecanismos para fortalecimento da participação e da cidadania⁴ podem ser observados em iniciativas locais que fazem uso da comunicação como processo estratégico e instrumento para acesso a outros direitos como segurança, saneamento básico, saúde e educação.

Sob essa perspectiva, este trabalho tem como objetivo analisar a atuação da iniciativa local “Voz das Comunidades” (VOZ), que surgiu em 2005 no bairro do Complexo do Alemão (também conhecido somente como Alemão), na cidade do Rio de Janeiro. Enquanto prática atuante no espaço físico em sinergia com a esfera digital, o projeto traz contribuições para mudança social e demonstra caminhos para geração de impactos positivos nas comunidades locais.

A partir do referencial teórico do campo da Comunicação para Mudança Social (CMS) ou Desenvolvimento⁵, abordado por Rogers (1974), este trabalho discorre sobre a comunicação para o desenvolvimento enquanto processo voltado para ações de cidadania, a partir do uso estratégico e tático de tecnologias de comunicação que possibilitem mecanismos de reflexão, ação e mobilização de pessoas com intuito de viabilizar mudanças sociais efetivas nas sociedades. Por esse entendimento, o processo comunicacional se destaca não somente enquanto exercício de direito humano cotidiano, mas também como instrumento para possibilitar avanços sociais e materiais vinculados aos outros direitos fundamentais garantidos pela Constituição Federal de 1988⁶.

Como o sentido político da cidadania está contido no comunitário (bem comum), independente de limites territoriais, de modo a contribuir para o desenvolvimento de atividades coletivas, é inevitável também compreender que a “valorização dos cidadãos

econômica e cotidiana.

⁴ A partir das análises de Carvalho (2002) acreditamos na validade de esclarecermos as três dimensões da cidadania, cujo desafio é alcançá-las, proporcionando equilíbrio e exercício pleno dos direitos. Uma “utopia” ocidental que nos indica parâmetros para reivindicações e mobilizações em prol do bem comum. No que diz respeito aos direitos civis, encontramos os direitos fundamentais de igualdade, liberdade de opinião e expressão, organização, garantia de ir e vir, manifestação do pensamento, de exercício da lei acessível a todos. Sobre os direitos políticos, vislumbramos a participação no governo, o direito de votar e ser votado, enfim a atuação política em defender ideologias, organizar partidos, sindicatos e instituições. Com relação aos direitos sociais, temos todas as variáveis relacionadas à vida igualitária em sociedade, incluindo direito à saúde, ao trabalho e à educação, dentre outros. Seu exercício advém da atuação do Estado em prol da redução das desigualdades e da garantia de bem-estar para a sociedade.

⁵ Campo de estudo possui diferentes correntes teóricas desde que surgiu na segunda metade do século XIX, sendo mais recorrente a adoção da nomenclatura “Comunicação para Mudança Social” na América Latina, privilegiando a abordagem humanística e de envolvimento coletivo com abordagem dialógica e participativa, inclusive sob influência dos ensinamentos de Paulo Freire.

⁶ Direitos individuais e coletivos (artigo 5º da CF), direitos sociais (do artigo 6º ao artigo 11 da CF), direitos de nacionalidade (artigos 12 e 13 da CF) e direitos políticos (artigos 14 ao 17 da CF).

e da cidadania” deve ser o pressuposto da comunicação pública (MATOS, 2009, p. 57) e que a “cidadania implica em mobilização, cooperação e formação de vínculos de corresponsabilidade para com os interesses coletivos” (Ibidem, p.111).

De modo adicional, se por um lado as transformações nas relações sociais e do crescimento exponencial do uso de tecnologias e mídias têm ressignificado os processos de comunicação que adquirem ainda maior centralidade no cotidiano urbano, a comunicação também passou a ser apreendida como instrumento para exercício e garantia de outros direitos fundamentais⁷, incluindo o direito de acessar e transmitir informação (UNESCO, 1983). Portanto, o respeito à dignidade e à legitimação do interesse público devem fundamentar a constituição de experiências comunicacionais locais que viabilizem o diálogo com a sociedade, processo essencial para fomento de ações comunicativas em prol da transformação social.

Como agenda para este estudo, iniciaremos com breve exposição sobre as barreiras sócio-históricas que perpetuam as desigualdades a serem vencidas em regiões periféricas como o conjunto de favelas no Alemão, no Rio de Janeiro. Na sequência, analisaremos que, mesmo diante de toda a vulnerabilidade da região, processos voltados para mudança social podem ser potencializados por meio da comunicação. Para tal, observaremos que práticas, narrativas e mobilizações para a transformação de realidades e o exercício da justiça social são eixos com potencial de reprodução em outras regiões.

1.1 As barreiras sócio-históricas de desigualdades a serem vencidas no Alemão

Dados do último Censo (2010⁸) do IBGE reportam que a população do Complexo do Alemão (Alemão) seria composta por 58.962 habitantes. No entanto, a característica dessa região torna difícil reportar com precisão a densidade populacional e a delimitação do bairro, já que as casas se constituem não somente por extensões de terras, mas também com crescimento vertical. Dessa forma, com o aumento das favelas no Rio de Janeiro, acima da média das cidades⁹, fontes reportam que cerca de 180 mil habitantes¹⁰ residem

⁷ Sobre os direitos humanos fundamentais, Alexandre de Moraes, atual Ministro do Supremo Tribunal Federal, conceitua como “conjunto institucionalizado de direitos e garantias”, que deve ser orientado pelo respeito à dignidade “por meio de sua proteção contra o arbítrio do poder estatal e o estabelecimento de condições mínimas de vida e desenvolvimento da personalidade humana” (MORAES, 2002. p. 39).

⁸ O CENSO 2020 do IBGE ((Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) foi suspenso em virtude da pandemia provocada pela disseminação da Covid-19.

⁹Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2018/08/29/favelas-do-rio-tiveram-o-maior-crescimento-territorial-desde-2012.ghtml> Acesso em: 15 mar. 2021.

¹⁰ Disponível em: <https://wikifavelas.com.br/> Acesso em: 09 abr. 2022.

no Alemão. E estimativa do IBGE aponta que um em cada cinco moradores do Rio vive em favelas. De fato, esse bairro abriga um dos maiores conjuntos de favelas - 13 ao total¹¹, abrangendo a Zona Norte e a Zona da Leopoldina, no município do Rio de Janeiro, Brasil.

Sobre as condições dos serviços básicos, para 71% dos moradores, os serviços de saúde, educação, limpeza de ruas e abastecimento de água não atendem às necessidades locais. Com a precariedade dos serviços públicos, a população sente literalmente na pele as violações dos direitos fundamentais. As favelas são áreas socio e historicamente fragilizadas que acabam sofrendo maior pressão em momentos de crise econômica, quando há aumento nos índices de desemprego, aglomeração familiar e número de conjuntos habitacionais, gerando automaticamente, ainda maior ineficiência dos serviços de infraestrutura, saneamento, segurança, saúde e educação.

Diante da redução de condições básicas de subsistência para a população residente, ampliam-se os desníveis na qualidade de vida e no índice de desenvolvimento humano (IDH) nas periferias do Rio de Janeiro. Logo, o desequilíbrio denunciado pelas favelas eleva os desafios para o fortalecimento da cidadania e a construção de sociedade mais justas, inclusivas e mobilizadas para o desenvolvimento social.

Os dados demográficos da região também revelam outros abismos sociais. De acordo com estudo 2019/2020¹² do IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), 63% das pessoas que moram no Alemão contam com renda máxima de até um salário-mínimo, sendo que 24% não possuem renda. Esse indicador reflete na alta vulnerabilidade do direito à alimentação na região: para 83% dos moradores ainda há pessoas passando fome na região.

Ainda de acordo com o IBASE, as mulheres representam 51% dos moradores no Alemão – comparativamente, um pouco abaixo da estimativa populacional feminina (52%) para o Estado do Rio de Janeiro (IBGE, 2010)¹³. Por trás desse desnível, um outro

¹¹Algumas fontes estimam 17 favelas, em virtude da irregularidade dos limites que avançam para outras regiões. O bairro Complexo do Alemão possui extensões que avançam e se mesclam com outros bairros da periferia do Rio de Janeiro como Ramos, Higienópolis, Olaria, Penha, Inhaúma e Bonsucesso.

¹² O estudo “Juventudes em Movimento” representou em sua amostragem as favelas Adeus, Alemão, Alvorada, Baiana, Fazendinha, Grota, Loteamento, Matinha, Mineiros, Nova Brasília, Palmeiras, Pedra do Sapo (Esperança) e Reservatório. Desenvolvido em parceria com o Instituto Raízes em Movimento, o trabalho foi financiado pela organização canadense International Development Research Centre (IDRC), que apoia estudos sobre juventudes em todo o mundo. Com metodologia Incid (Sistema de Indicadores de Cidadania), a pesquisa utiliza informações de bancos de dados públicos, como o Censo Demográfico do IBGE, Censo Escolar, Datasus, Instituto de Segurança Pública (ISP/RJ) e outras estatísticas oficiais do município do Rio de Janeiro.

¹³ Em 2010, a população feminina do Estado do Rio de Janeiro foi de 8.517.251, representando 52,24% do total da população. Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia Estatística – IBGE. Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação.

dado expõe mais fragilidades: a população feminina tende a ser maior, mas essa diferença se acentua no Rio quando comparado com os demais estados brasileiros em virtude dos óbitos por violência sofrida pela população mais pobre e masculina¹⁴.

A respeito dos indicadores de violência e discriminação, segundo o IBASE, 69% dos jovens do Alemão sinalizaram já ter sofrido ou conhecer alguém que sofreu violência de agentes do estado e 60% dos entrevistados entre 15 e 29 anos afirmaram que já sofreram ou conhecem quem tenha sofrido injúria em virtude de fatores como raça/cor, condição financeira, religião ou gênero (pelo fato de ser mulher ou trans).

Cabe ainda ressaltar que projeções populacionais do IBGE para 2060 indicam profundas alterações na estrutura da pirâmide demográfica brasileira, o que se reflete também na região fluminense com acentuação no envelhecimento da população. Dados¹⁵ divulgados pela CEPERJ (Fundação Centro Estadual de Estatística, Pesquisa e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro) estimam que em 2060, 27% da população será composta por idosos (em 2010, o percentual era de 9%), enquanto ocorrerá a redução do número de jovens - em 2010, 21,6% da população fluminense contava com jovens de até 14 anos e esse índice cairá para 14% em 2060.

A perda da base populacional jovem, assim como o alargamento da ponta da pirâmide devido ao envelhecimento da população traduzem a configuração de nova realidade etária. Dessa forma, poderá ser agravado o cenário de insegurança socioeconômico dos moradores no Alemão, gerando maior pressão nos serviços públicos e consequências devastadoras para essas comunidades. Diante desse contexto, parece-nos urgente a (re)construção de outras narrativas e práticas que demonstrem e fortaleçam os processos socioeconômicos e culturais da região, possibilitando a participação e o envolvimento tanto da sociedade local quanto do público em geral para transformação das bases que cristalizaram estigmas calcados em desigualdades e violência nas favelas.

Os números apresentados nesta seção traduzem as barreiras sócio-históricas de desigualdades no Alemão, mas não revelam as realidades individuais e coletivas que constituem esse bairro como região economicamente ativa, fomentadora de profissões e serviços, formadora de talentos, fonte de produção e comércio de produtos. Uma vez que

¹⁴ Fonte: <https://oglobo.globo.com/politica/rio-tem-proporcionalmente-mais-mulheres-do-que-em-todos-os-outros-estados-do-brasil-2790099>. Acesso em: 20 mar 2018.

¹⁵ CEPERJ. Análise dos aspectos sociais da qualidade de vida da população do Estado do Rio de Janeiro. CEPERJ, jan, 2018.

essa região foi durante anos o principal polo industrial do Rio de Janeiro, mas a violência afastou empresas, gerou desocupação de imóveis e conseqüentemente perda de circulação de renda¹⁶, ações comunicativas locais como o VOZ tendem a fomentar redes de mobilização e experiências para transformação social, conforme os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) apresentados na Agenda 2030 da ONU¹⁷.

2. Vozes que ecoam: do espaço físico local para a esfera digital

As iniciativas de comunicação locais adquirem importância diferenciada devido ao impacto social e aos benefícios gerados nas comunidades constituídas nos territórios que compõem as favelas. Embora o tema muitas vezes receba menor atenção em estudos no Brasil, a Comunicação para Mudança Social (CMS) adquire outras nuances no século XXI, sobretudo diante do crescente suporte das tecnologias digitais e da conectividade possibilitada pela internet.

No panorama midiático mundo afora emergem movimentos sociais e iniciativas comunitárias¹⁸ para reivindicar proteção aos direitos humanos e garantia ao exercício da cidadania. Se por um lado tais formas de expressão contribuem para a diversificação de falas e para expor problemáticas muitas vezes invisíveis ou pouco reconhecidas pela sociedade, por outro, a contínua proliferação do chamado “clickativismo” (ou “ativismo de sofá”) tende a ser reconhecido como “alaridos” ou burburinhos (que geram “muito discurso e pouca ação ou resultado” – dizem alguns) nas plataformas digitais de redes sociais, ocasionando desconfiânças sobre sua efetividade para as comunidades locais.

Apesar da complexidade do tema, há práticas que possibilitam que a esfera pública digital seja agregadora de relevantes debates inerentes às necessidades socioeconômicas observadas no cotidiano das regiões periféricas. Desta forma, a partir da atuação do VOZ, apresentaremos a convergência da esfera digital e do espaço público material enquanto estratégia para alcance de resultados, de modo a contribuir com reflexão coletiva, ação e mobilização em prol de avanços sociais e materiais nas favelas.

Foi com a preocupação de mudanças efetivas na localidade que surgiu a ideia do VOZ. Lançado em 2005 por cinco jovens voluntários, os textos tinham como principal

¹⁶ Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/rio/regiao-do-complexo-do-alemao-foi-principal-polo-industrial-do-rio-mas-violencia-afastou-empresas-680537.html> Acesso em: 15 mar. 2022.

¹⁷ Disponível em: https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E. Acesso em: 15 mar. 2021.

¹⁸ Entidades como AMARC, ULEPICC, IAMCR, dentre outras, possuem grupos de trabalho e pesquisas voltadas para estudar a formação de movimentos sociais e iniciativas de comunicação comunitária.

intenção a divulgação dos problemas da região por meio de um jornal escolar. Quando o jornal comunitário surgiu, o líder Rene Silva (então com onze anos) desejava expor os problemas de estrutura, saneamento básico e serviços essenciais que afetavam a sua escola (localizada no Morro do Adeus, parte do Complexo do Alemão), de modo a ajudar a solucioná-los a partir da sensibilização de autoridades e sociedade em geral. A partir daí, textos começaram a ser distribuídos gratuitamente e não pararam mais.

FIGURA 1 – Nuvem de palavras | representação de reivindicação de iniciativas locais



Fonte: Elaborado a partir da consolidação de palavras representativas de reivindicações locais.

Desta forma, o objetivo do veículo comunitário se configurou na vontade de Silva dar visibilidade às problemáticas sociais no Alemão, “muitas vezes ignoradas pelas mídias tradicionais”¹⁹. A ascensão e reconhecimento do VOZ, no entanto, é emblemática. O crescimento no acesso aos perfis nas redes sociais do projeto comunitário, assim como seu reconhecimento para além dos muros das favelas, ocorreu em 2010²⁰ (após cinco anos de seu lançamento), quando ações policiais no Complexo da Alemão foram narradas pelo veículo, disseminando informações para moradores e sociedade em geral²¹.

Durante os confrontos, as publicações do VOZ passaram a ser referenciadas pelos veículos geridos por grandes corporações midiáticas, sobretudo diante da impossibilidade de acesso dos jornalistas aos locais do confronto. A atualização das postagens ocorria

¹⁹ BRAZIL FOUNDATION. FalaJovem: Protagonismo jovem na criação de um legado para a comunidade. Voz das Comunidades. Disponível em: <https://www.brazilfoundation.org/pt-br/project/voz-das-comunidades/>. Acesso em: 13 de jul. de 2020.

²⁰Em 26 de novembro de 2010 agentes militares iniciaram a ocupação das favelas do Complexo do Alemão. No dia 28 do mesmo mês, a comunidade foi totalmente ocupada pelas forças militares do Estado, dando início a um processo de pacificação que demonstra sinais de retrocessos.

²¹EL PAÍS. A voz da comunidade que corre o Rio. Disponível em: http://brasil.elpais.com/brasil/2015/04/05/politica/1428194084_073598.html. Acesso em: 13 jul. 2020.

tanto a partir das situações observadas pelo núcleo responsável pelo projeto, como também a partir de informações vindas dos moradores da região. Esse se tornou um marco²², na história do Alemão, com grande repercussão midiática possibilitada pelo uso de tecnologias digitais para disseminação dos fatos a partir do olhar dos moradores.

Diante do uso de plataformas de redes sociais para amplificar o acesso às mensagens de veículos comunitários, o processo de conectividade e mobilidade proporcionado pelas tecnologias digitais viabiliza uma outra ambiência em que se reacomodam as dimensões sociocultural, política e econômica. Mesmo diante das restrições e dificuldades de infraestrutura enfrentadas pelos jovens, 76%²³ dos moradores do Complexo do Alemão com idade entre 15 e 29 anos acessam diariamente a internet por *smartphone*. Se há um longo caminho a percorrer para garantir acesso à internet²⁴ e às tecnologias digitais para todos, há também vozes que ecoam dessas regiões periféricas possibilitando o fortalecimento de redes de mobilização para exercício da cidadania.

2.1 Redes de mobilização e influência para exercício da cidadania

Esse marco no Alemão evidencia a importância da valorização e reprodução de ações comunicativas norteadas para práticas de mudança social, da defesa dos direitos humanos e da cidadania. Ao surgir em 2005, de modo gradual o VOZ tem possibilitado maior visibilidade para as causas locais e debates sobre as problemáticas da região, para além dos limites das favelas.

Ao longo de 16 anos, após surgimento de iniciativa com jornal escolar, o projeto se tornou uma Organização Não Governamental (ONG), a equipe cresceu e os produtos midiáticos se multiplicaram, principalmente com o suporte das plataformas de redes sociais. Enquanto o jornal impresso bimestral²⁵ possui distribuição de 10.000 exemplares,

²² O histórico de violência, tiroteios e mortes no Complexo do Alemão demonstra a ocorrência de episódios cíclicos. A partir de 2016, a plataforma Fogo Cruzado (<https://fogocruzado.org.br/>) iniciou a coleta de dados e vem reportando aumento de registros de tiroteios/disparos na comunidade. Em 21 de julho de 2022, novos confrontos ocorreram na região ocasionando 18 mortes.

²³ Fonte: IBASE, 2019/2020.

²⁴ No Brasil, de acordo com Instituto Locomotivas e Consultoria PWC, cerca de 34 milhões não possuem conexão à internet e 87 milhões não conseguem se conectar diariamente. Maior proporção do grupo é formado por pessoas negras, que estão nas classes socioeconômicas C, D e E. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/03/21/mais-de-33-milhoes-de-brasileiros-nao-tem-acesso-a-internet-diz-pesquisa.ghtml>. Essa realidade de desigualdade é enfrentada em todo o mundo - estudos reportam que há quatro bilhões de cidadãos desconectados no mundo, pessoas que ainda não possuem acesso à internet (Belli, 2017).

²⁵ Inicialmente com 12 páginas, o jornal passou por reformulações e dobrou o número de páginas a partir de 2017. A versão impressa é distribuída gratuitamente nas favelas do Complexo do Alemão, Borel, Cantagalo, Cidade de Deus, Fumacê, Formiga, Pavão Pavãozinho, Vila Kennedy, Complexo da Maré e Complexo da Penha.

o jornal digital alcança a marca de um milhão de visitas na internet (com picos de três milhões de acessos em dias específicos)²⁶.

FIGURA 2 – “Voz 16 Anos” – Antes e Depois dos jovens fundadores



Fonte: Imagem obtida dos perfis no Instagram. Agosto de 2021.

Além dos canais de distribuição em plataformas digitais, o veículo também conta com a importante articulação e influência do seu fundador Rene Silva, que alcançou papel de destaque na luta por melhores condições de vida para os moradores do Alemão. Em 2018 ganhou o prêmio da organização Mipad (Most Influential People Of African Descent), que o reconheceu como um dos 100 negros mais influentes do ano. Em 2021 recebeu a Medalha Pedro Ernesto²⁷ concedida pela Câmara Municipal do Rio enquanto comunicador comunitário, ativista pelas causas dos direitos humanos e antirracista.

Em paralelo, Silva se tornou jornalista e influenciador digital, ultrapassando 120 mil seguidores no Instagram e mais de 240 mil seguidores no Twitter. A repercussão de suas publicações nas plataformas de redes sociais adquire notoriedade e forma opiniões. Em 2020, quando o Supremo Tribunal Federal²⁸ proibiu as ações da polícia nas favelas

²⁶EL PAÍS. A voz da comunidade que corre o Rio. Disponível em: http://brasil.elpais.com/brasil/2015/04/05/politica/1428194084_073598.html. Acesso em: 13 jul. 2020.

²⁷ Disponível em: <https://br.noticias.yahoo.com/rene-silva-gente-n%C3%A3o-consegue-070010490.html>. Acesso em: 13 jul. 2022.

²⁸ Na época, estavam ocorrendo ações policiais concomitantemente com as atividades para doações de alimentos durante o ápice da crise pandêmica. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/rene-silva-mobilizacao-e-comunicacao-na-favela/> Acesso em: 09 mar. 2022.

do Rio de Janeiro, o ministro Edson Fachin chegou a referenciar um tweet de Silva sobre as operações policiais que estavam acontecendo durante a pandemia. Outro exemplo da influência de Silva pode ser observado na Figura 3, quando a cantora Anitta anuncia doação de cachê do novo clipe musical para a ONG Voz das Comunidades.

FIGURA 3 – Instagram do Voz: mobilização de atores sociais externos às favelas para ações humanitárias voltadas para distribuição de cestas básicas



Fonte: Imagem obtida do feed do perfil do VOZ no Instagram. Abril de 2021

Assim, de modo gradual, o VOZ conquista espaço e amplia seus canais de distribuição de narrativas para sensibilizar e mobilizar a sociedade. Além do jornal impresso, a iniciativa conta com um site atualizado diariamente (embora não todas as editorias) e presença massiva nas redes sociais (Twitter, Instagram, Facebook, Youtube e WhatsApp). Inclusive, com o apoio do Consulado dos Estados Unidos no Rio de Janeiro, o veículo lançou em maio de 2020 (Figura 4) um aplicativo com o objetivo de “combater a desinformação como forma de minimizar os impactos da pandemia nas comunidades em maior vulnerabilidade social”²⁹. Além das publicações para combater a desinformação sobre a Covid-19, o aplicativo foi atualizado em julho de 2022 com recursos de interatividade para potencializar a participação e o acesso das pessoas às notícias.

Para garantir essa dinâmica de produção dos conteúdos, a então chefe de redação do VOZ, ressalta a dependência da conectividade, expondo que utiliza muito o celular e suas diversas funções: “Usamos muito o celular. O tempo todo. É nosso canal de

²⁹ Disponível em: <https://www.diariodeceilandia.com.br/brasil/consulado-dos-eua-no-rio-e-voz-das-comunidades-lancam-aplicativo-para-combater-a-desinformacao-sobre-a-covid-19/> Acesso em: 13 jul. 2020.

comunicação com a equipe e com os moradores. Eu uso para gravar, fotografar e também fazemos muitas transmissões ao vivo através do Facebook”³⁰.

FIGURA 4 – Matéria jornalística sobre o aplicativo do VOZ no jornal RJTV da emissora Globo: “Voz das Comunidades cria aplicativo com informações sobre a Covid-19”.



Fonte: Imagem do jornal da TV Globo. Maio de 2020.

Portanto, a apropriação da esfera pública midiaticizada de comunicação e o uso crítico de tecnologias possibilitam a interação com o público numa conjuntura jamais vista e que dificilmente poderia ser superada. Esse vínculo constituído por afetos e vivências compartilhadas pelo VOZ ao lado de moradores da região, demonstra fortalecimento de elos e gera empatia.

2.2 Outras narrativas possíveis, afetividades e vínculos constituídos

Aliado ao exercício de mobilização de redes em prol das causas humanísticas vivenciadas no Alemão, o VOZ conta com o uso de tecnologias de comunicação para narrar vivências não ditas que precisam ser valorizadas e reconhecidas pela sociedade. A partir do monitoramento das publicações realizadas nos perfis do VOZ em plataformas como Facebook, Instagram e YouTube ao longo do mês de agosto de 2021³¹, é possível observar a divulgação de narrativas que fortalecem outras vivências e percepções a respeito dessas comunidades, de modo a valorizar os laços do viver comunitário entre moradores e sensibilizar a sociabilidade em geral. A partir dos dados coletados no período, o VOZ realizou 181 postagens que monitoramos e categorizamos por temáticas. Como nem todas as mensagens publicadas pelo veículo possui referência de editorias, ao

³⁰ VEJÁRIO. Voz das Comunidades: da favela para o mundo. . 06 de nov. de 2017. Cidades, Abril Branded Content. Fala de Maria Carolina Morganti (Chefe de redação em 2017). Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/cidade/voz-das-comunidades-da-favela-para-o-mundo/>. Acesso em: 13 jul. 2020.

³¹ Período em que o veículo comemorou seus 16 anos de existência, a completar 17 anos em 2022.

realizarmos a categorização das publicações (Tabela 1) foi possível obter visão geral a respeito das narrativas e ações desenvolvidas pelo VOZ enquanto estratégia de atuação, conforme objetivos propostos para este estudo.

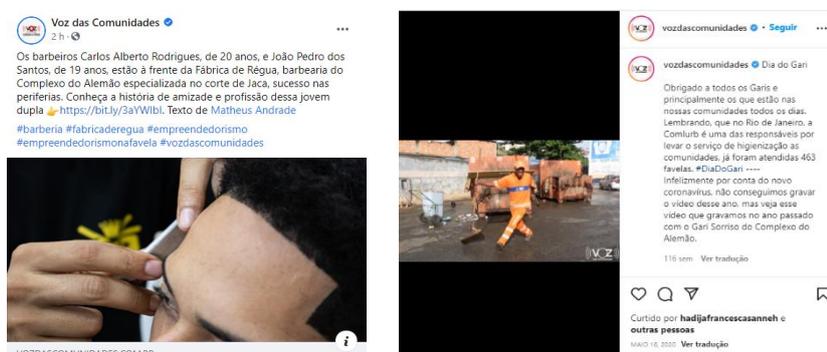
TABELA 1 – Categorização das postagens do “Voz das Comunidades” em agosto de 2021

CATEGORIA DAS PUBLICAÇÕES	QUANTIDADE	%
Cotidiano e estilo de vida	34	19%
Institucional e divulgação na grande mídia	31	17%
Saúde	28	15%
Esporte, cultura e arte	26	14%
Educação e carreira	17	9%
Ação social	17	9%
Saneamento e infraestrutura	13	7%
Política e segurança	5	3%
Reprodução de outros veículos	5	3%
Checagem (Fake News)	3	2%
Informes diversos	2	1%
TOTAL DE PUBLICAÇÕES	181	100%

Fonte: Elaborado para este estudo com dados extraídos das publicações do VOZ em redes sociais.

Dentre as postagens analisadas, o maior volume (19%) de publicações envolve mensagens da categoria “cotidiano e estilo de vida” que engloba postagens com fotografias das favelas, do cotidiano das comunidades e datas comemorativas, dentre outras. Na Figura 5, à esquerda, publicação sobre a amizade de barbeiros e, à direita, ilustração de vídeo publicado em homenagem aos garis – desenvolvimento de relação e vínculos com moradores das favelas.

FIGURA 5 – Facebook do VOZ: divulgação de profissionais liberais em ação



Fonte: Extraído do perfil do VOZ no Facebook (junho de 2022) e Instagram (maio de 2020).

O segundo lugar (17% do total) ficou com a categoria “institucional e divulgação na grande mídia”, com mensagens sobre o aplicativo, a veiculação do jornal e majoritariamente divulgação sobre a participação do VOZ em emissoras comerciais de

TV como Globo, SBT e Record. Essa articulação com a grande mídia pode ser observada a partir da publicação sobre atuação do “Voz das Comunidades” em quatro diferentes programas num único final de semana (Figura 6).

FIGURA 6 – “Voz das Comunidades” e seu fundador “Rene Silva” em 04 programas de TV

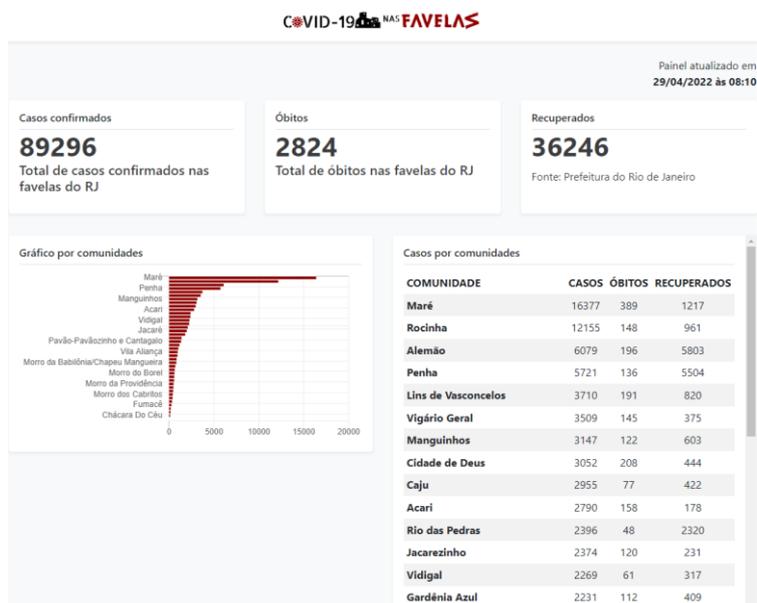


Fonte: Elaborado a partir de dados coletados e extraídos das publicações no Instagram. Agosto de 2021.

Desta forma, a exibição de conteúdos produzidos pelo VOZ na grande mídia proporciona oportunidade para que a sociedade em geral adquira outros olhares sobre a região, a partir da perspectiva e das narrativas de quem habita nessas favelas. Apesar de notícias sobre violência ainda serem o destaque quando a grande imprensa faz referências ao VOZ, nosso acompanhamento sobre essa dinâmica indica que o veículo comunitário tem contribuído para que outras pautas sejam reproduzidas pela imprensa em geral, envolvendo temas como projetos culturais e de entretenimento, práticas esportivas e projetos de ação social.

Em terceiro lugar (com 15% no volume de publicações) está a categoria “saúde” em que constam majoritariamente avisos e calendários sobre a vacinação contra Covid-19 (vide painel – Figura 7). Do total de 28 publicações, cinco são matérias divulgadas nas redes sociais. Destas, quatro matérias abordam o cenário da pandemia nas favelas com indicativos sobre aumento ou redução do número de casos e uma notícia a respeito das condições respiratórias que podem piorar com o clima mais frio. Logo na sequência, está a categoria “Esporte, cultura e arte” com 14% das publicações, seguida de “Educação e carreira” (9%), “Ação social” (9%) e “Saneamento e infraestrutura (7%)”.

FIGURA 7 – Painel Covid-19 (Dados reunidos e consolidados pelo Voz das Comunidades)



Fonte: Extraído pela autora do site do VOZ <https://painel.vozdascomunidades.com.br/>

Assim, podemos observar que a categoria “Política e segurança” ocupa a 8ª posição, correspondendo a 3% das publicações. Essa distribuição de mensagens por temática demonstra que o VOZ produz notícias sobre casos de violência, mas não utiliza essa abordagem como principal vertente para atrair atenção da sociedade, operando, portanto, na contramão da grande mídia. De modo geral, a imprensa faz coberturas sobre problemas de segurança na cidade com intuito de gerar audiência e atender aos critérios técnicos do jornalismo para produção de notícias. Dessa forma, em muitos casos, a ênfase para a dramatização das narrativas e uso de imagens fortes permeiam o sensacionalismo³².

Com a percepção de que “No Rio de Janeiro (RJ), todos os outros veículos só mostram a violência. Operações da polícia aparecem na TV o dia inteiro, a semana toda”³³, a estratégia do VOZ é, portanto, proposital - em 2018 anunciara a intenção de “mostrar o RJ além da violência”. Nesse sentido, assume posicionamento diverso daquele adotado pela grande imprensa do Brasil para constituir e disseminar outras narrativas e vivências que vibram no tecido social das favelas, mas poucas vezes possuem oportunidade de estar em foco nas lentes da mídia que tende a direcionar o olhar e a atenção da sociedade.

³² No jornalismo, a expressão “imprensa marrom” é utilizada para nomear a imprensa sensacionalista.

³³ ESTADÃO. Portal Voz das Comunidades quer mostrar o RJ além da violência. 06 set 2018. Fala de Melissa Canabrava (Chefe de Redação em 2018) <https://brasil.estadao.com.br/blogs/em-foca/portal-voz-das-comunidades-quer-mostrar-o-rj-alem-da-violencia/>

Vale citarmos também a categoria de publicações indicadas como “reprodução de outros veículos” na Tabela 1. As cinco matérias postadas pelo VOZ são oriundas da coluna “Perifa Connection”, publicada no jornal Folha de São Paulo e descrita como “uma plataforma de disputa de narrativas sobre as periferias”. Nesses textos, constam abordagens relacionadas aos direitos humanos e questões de gênero.

A legitimidade do VOZ quanto ao lugar de fala da comunidade e produtor de narrativas também pode ser ratificada com a aproximação de grandes marcas anunciantes como Casas Bahia, Oi, Tim, Coca-Cola e Unilever, além do apoio de figuras públicas e articulação com outras ONGs e instituições sem fins lucrativos. Ou seja, a presença de marcas locais de comerciantes e marcas globais, somados aos ganhos com doações de pessoas físicas e jurídicas configuram o modelo pelo qual o projeto é financiado.

Em paralelo, o VOZ desenvolve atividades sociais nas comunidades e se posiciona como veículo para “prestar serviço de utilidade pública” (Figuras 8 e 9). A então chefe de redação explica que “o jornal faz a ponte entre as comunidades e os órgãos públicos – o veículo serve para cobrar e fiscalizar melhorias e serviços, de acordo com a demanda da população”³⁴. Na Figura 8, à esquerda, divulgação do programa “Quais seus direitos em tempos de pandemia?” do “VOZ” para esclarecer dúvidas sobre o auxílio emergencial. À direita, o VOZ retuita denúncia de moradora sobre o descarte de lixo. Na Figura 9, mobilização do veículo para auxiliar a comunidade a se recuperar após fortes chuvas na região.

FIGURA 8 – Prestação de serviço, proximidade e diálogo com moradores.



Fonte: Extraído do perfil do VOZ no Instagram e Twitter. Maio de 2021.

³⁴ VEJA RIO. Voz das Comunidades: da favela para o mundo. 06 de nov. de 2017. Cidades, Abril Branded Content. Fala de Maria Carolina Morganti (Chefe de redação em 2017). Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/cidade/voz-das-comunidades-da-favela-para-o-mundo/>. Acesso em: 13 jul. 2020.

FIGURA 9– Voluntários do VOZ auxiliam moradores da Rocinha a limpar casas



Fonte: Extraído do perfil do VOZ no Instagram. Fevereiro de 2019.

Logo, além das práticas comunicacionais para transformação social, há o desenvolvimento de ações para ajuda humanitária, mobilizando campanhas de doação e , ações culturais (com distribuição de livros e sessão de cinema, por exemplo). Atividades desenvolvidas em virtude da pandemia gerada pela Covid-19 demonstram o papel social desempenhado pela instituição³⁵. Em abril de 2020, a iniciativa lançou a campanha "Pandemia com Empatia" para arrecadar produtos e atualmente faz doações de cerca de mil cestas básicas todos os meses³⁶. Na Figura 10, à esquerda, atuação do VOZ e da iniciativa comunitária parceira NordesteSou para distribuição de cestas básicas em Salvador e, à direita, imagem do projeto #pratodascomunidades.

FIGURA 10 – Ações humanitárias do VOZ com distribuição de alimentos



Fonte: Extraído do VOZ no Instagram (Jun de 2020) e pratodascomunidades.com.br

³⁵ Durante a crise provocada pela pandemia com disseminação do coronavírus, Voz das Comunidades não somente atuou na distribuição de cestas e produtos de limpeza, conforme publicações nas redes sociais. Fonte: <https://www.diariodeceilandia.com.br/brasil/consulado-dos-eua-no-rio-e-voz-das-comunidades-lancam-aplicativo-para-combater-a-desinformacao-sobre-a-covid-19/> Acesso em: 13 jul. 2020.

³⁶Fonte: <https://br.noticias.yahoo.com/rene-silva-gente-n%C3%A3o-consegue-070010490.html>. Acesso em: 27 jul. 2022.

Para manutenção de todas as frentes de atuação do VOZ, além da equipe de 30 pessoas, a iniciativa conta com o apoio de voluntários, colaboradores e correspondentes atuantes em diferentes favelas do Alemão. Como estratégia, o VOZ busca alcançar novos voos e se articular com outras instituições e organizações de mídia, inclusive atuantes fora do eixo Rio-São Paulo. Com essa perspectiva, o VOZ mobiliza redes de apoio com entidades e ONGs, gerando oportunidade para dar voz aos moradores dos bairros de outras favelas. Como exemplo, podemos citar parcerias estabelecidas com outras iniciativas como NordesteSou (Nordeste de Amaralina/Salvador), Vozes das Periferias (São Paulo) e Voz da Baixada (Baixada Fluminense/RJ).

A dificuldade de financiamento é uma realidade vivenciada por diversos coletivos de comunicação local, sendo uma das principais causas que inviabilizam a continuidade de projetos dessa natureza. De fato, como a história da comunicação comunitária no Brasil é marcada por avanços e retrocessos, compreendemos que a pesquisa e identificação de fatores estruturantes relacionados às práticas de iniciativas como o VOZ, podem, sob a luz da Comunicação para Mudança Social, desdobrar o surgimento e a consolidação de outras experiências similares que alcancem igual ou maior potencial de impactar vidas e transformar realidades locais.

Como vimos, por meio de uma ideia e vontade de colaborar com a comunidade, o VOZ reconfigura o local ao disseminar outras narrativas que, sem ignorar as problemáticas da região, revelam nuances para além do estigma da violência e do tráfico de drogas. Embora, os passos sejam graduais e os resultados paulatinos diante da dificuldade de financiamento e de gerar mudanças estruturais em níveis mais profundos, essas práticas demonstram relevância ao produzir, divulgar e tornar visíveis outras narrativas, constituindo afetividades e vínculos que se fortalecem a cada ação, de modo a transformar as realidades locais e gerar outras percepções da sociedade sobre as favelas e os moradores do Alemão.

3. Percursos para a cidadania, nós que unem e redes de mobilização

Como são diversas as ações desenvolvidas a partir das ondas de mobilização provocadas pelo VOZ, a intenção desse estudo não foi esgotar exemplos de suas práticas, mas refletir sobre atributos a serem considerados no âmbito da comunicação para mudança social. A partir dos critérios estabelecidos pela Fundação Rockefeller (GUMUCIO-DAGRON, 2001) com levantamento de experiências comunitárias em

diferentes países, é possível identificar características referenciais para as práticas de comunicação para mudança social, com lições e desafios que podem ser adaptados e apropriados por cada comunidade. Obviamente não existe (nem existirá) modelo ideal com padrões de atuação a serem fidedignamente replicados, pois cada experiência é única e possui trajetórias específicas, a depender do contexto cultural, político e social.

Ao longo dessas páginas foi possível observar a existência de fatores que caracterizam a estratégia de atuação do VOZ em conformidade com parâmetros sobre ações comunicativas para mudança social indicados pela Fundação Rockefeller, cuja publicação é anterior à fundação do veículo comunitário carioca. Em resumo, o VOZ constrói laços e faz parte da vida cotidiana da comunidade, possui práticas que contribuem com o fortalecimento dos valores de democracia, da cultura e da paz, assim como possibilitam difundir a identidade cultural das comunidades locais.

Além disso, o VOZ utiliza diferentes instrumentos de comunicação para alcançar o maior número possível de pessoas, gerar envolvimento, desenvolver redes para compartilhamento de conhecimento e formar ondas de solidariedade por meio de atuação horizontal com outras ONGs, sociedade e comunidades locais, mas também ao valorizar o diálogo vertical com agências de fomento, instituições e empresas privadas.

Considerações finais: redes de contenção ou redes de transformação social?

Os vínculos estabelecidos com a comunidade local, assim como as relações constituídas com a sociedade em geral podem ser dinamizados em diferentes frentes, tendo como mola propulsora as ações comunicativas, mas não se restringindo a estas. Reconhecer esse lugar de fala (e de ação!) enquanto veículo local atuante nas periferias demonstra ser uma estratégia efetiva para promover o fortalecimento de práticas perenes, que possam gerar benefícios e resultados materiais que gradualmente alterem as estruturas conservadoras de desigualdades.

Sobre esse aspecto, os recursos possibilitados com a internet tornam ainda mais latente a atuação de iniciativas de comunicação para mudança social, ensejando a atenção e sensibilização da sociedade para causas até então invisíveis ou mesmo obliteradas pelo grande volume de informação. Apesar do acesso às tecnologias ainda ser um desafio em áreas mais afastadas das regiões metropolitanas, o aumento da penetração desses dispositivos junto à sociedade viabiliza apropriação social e novas configurações de fluxos comunicacionais. Portanto, apesar dos interesses majoritariamente comerciais que ordenam a internet, buscamos aqui contribuir com outras perspectivas sobre o uso de

tecnologias enquanto potencial benefício a favor da mudança social, alcançando (ainda que em parte) bases para fortalecimento da cidadania e dos direitos humanos de comunidades locais.

Apesar de todas limitações e condições estruturantes que tendem a reduzir o poder de ação de iniciativas comunitárias, é possível identificar no VOZ (prestes a completar 17 anos de existência em 2022), características que geram mobilizações em prol do bem comum, fortalecendo reciprocamente as esferas públicas no local, regional e nacional, a partir de ações de comunicação partilhadas e potencializadas pelo sentimento de pertença.

Considerando que a comunicação é uma ferramenta de mediação que potencializa as ações dos públicos³⁷ e os reveste de poder de influência (ESTEVEZ, 2004, p.130), parece proveitosa a possibilidade de replicar experiências baseadas na jornada, nas lições e nas estratégias do VOZ em outras localidades do país, em atendimentos às características e necessidades de mobilização social para cada região e conforme fatores levantados pela Fundação Rockefeller (GUMUCIO-DAGRON, 2001) sobre comunicação para mudança social.

Desta forma, sua ampliação e aprendizados levados para outras regiões periféricas do país tendem a fomentar a construção da cidadania, mediante fortalecimento dos valores da democracia, da paz e da consciência social coletiva em prol da redução dos índices de violência, de melhorias de qualidade de vida e do debate em torno de políticas que viabilizem mudança social para essas localidades. No entanto, ainda há um longo caminho a ser percorrido diante das barreiras sócio-históricas que perpetuam desigualdades e restringem a garantia dos direitos humanos. Os processos de mudança social por meio de práticas comunicacionais são significativos e necessários, mas tendem a ser graduais e demandam cuidadosa análise microssocial para alcançar efeitos de longo prazo que alterem conjuntura estruturante. Por isso, para fortalecimento e sustentabilidade das mobilizações, tais iniciativas carecem de reconhecimento da sociedade e do Estado.

Práticas, narrativas e mobilizações voltados para a transformação de realidades e para o exercício da justiça social são eixos que possuem potencial de ser reproduzidos em outras regiões do país. Para tanto, é inevitável valorizar o processo, reconhecer a natureza

³⁷ Para o autor, o conceito de público pode ser interpretado como uma evolução dos indivíduos. Nesse caso, os públicos ganham coesão e se sobrepõem às tradicionais divisões ou conflitos sociais. Contudo, apesar do ordenamento dessas aglutinações se tornarem menos caóticas através da comunicação, não devemos desconsiderar a possibilidade de conflitos internos e externos, como ocorre na dinâmica de configuração das redes sociais online.

de longo prazo para execução de ações humanísticas, gerar mobilização coletiva da sociedade e fomentar processos dialógicos de comunicação por/com/para as comunidades locais. Com essa perspectiva, um futuro é possível para que as redes de contenção social causadas pela injustiça social sejam transformadas em redes de mobilização e mudança social para construção da cidadania, do fortalecimento dos valores da democracia, da paz e da consciência social. Nós que unem e mobilizam para proteção dos direitos humanos e garantia do exercício da cidadania.

Referências

CEPERJ. **Análise dos aspectos sociais da qualidade de vida da população do Estado do Rio de Janeiro**. CEPERJ, jan, 2018.

ESTEVES, João. Espaço Público. In: ALBINO, Antônio; RUBIM, Canelas (Org). **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Salvador: Ed. UNESP, 2004.

GUMUCIO-DAGRON, Alfonso. **Haciendo Olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social**. New York: The Rockefeller Foundation. 2001.

KAPLÚN, Gabriel. **Entre mitos e desejos: desconstruir e reconstruir o desenvolvimento, a sociedade civil e a comunicação comunitária**. In: PAIVA, Raquel (Org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007, p. 190.

MELKOTE, Srinivas R. Communication for development and social change: an introduction. **Journal of Multicultural Discourses**, 2018, 13:2, 77-86.

MATOS, Heloísa. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MORAES, Alexandre de. **Direitos humanos fundamentais: Teoria Geral**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ROGERS, E.M. Communication in development” in **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, 1974, vol. 412, issue 1.

UNESCO. **Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época**. Rio de Janeiro: FGV, 1983.