



# O papel das novas tecnologias no jornalismo comunitário: Voz das Comunidades, do impresso ao digital

The role of new technologies in community journalism:  
Voz das Comunidades, from print to digital

Thaís Cavalcante da Silva<sup>1</sup>

**Resumo:** Este trabalho discute o impacto das novas tecnologias na produção do jornalismo comunitário impresso das favelas cariocas. Os objetivos são definir o conceito de comunicação comunitária, mapear a função do jornal impresso e entender se há uma relação entre sua transformação para o digital e a democratização da comunicação. Conclui-se que o fenômeno do crescimento digital acontece como solução para reinventar a criação e ampliar o compartilhamento do conteúdo do jornalismo comunitário para além do território.

**Palavras-chave:** Jornalismo Comunitário. Novas Tecnologias. Favelas. Digital.

**Abstract:** This paper discusses the impact of new technologies on the production of printed community journalism in Rio's favelas. The objectives are to define the concept of community communication, map the role of the printed newspaper and understand if there is a relationship between its transformation to digital and the democratization of communication. It is concluded that the phenomenon of digital growth happens as a solution to reinvent creation and expand the sharing of community journalism content beyond the territory.

**Keywords:** Journalism Community. New Technologies. Favelas. Digital

## 1. Introdução

As mídias de comunicação comunitária se consolidam no Brasil como instrumento de luta de causas populares nas décadas de 1970 e 1980, inicialmente com o movimento sindical e operário. A popularização dessa comunicação é fundamental para a reivindicação de direitos e serviços e, principalmente, para o fortalecimento do protagonismo dos movimentos populares após a ditadura militar no país.

As características que definem o crescimento dessa mídia são fundamentais para uma participação mais ativa, aberta e democrática na produção da informação. Segundo Peruzzo (2011), são especificidades presentes em muitos fatores, como na linha político-ideológica, nos modos de organização, na ligação com as organizações civis sem finalidade lucrativa, nas estratégias de produção/ação colaborativa, com vínculo local, participação ativa e liberdade de informação e comunicação.

A partir do surgimento de Novas Tecnologias de Informação (NTIC), que são definidas como tecnologias e métodos de comunicação, em 1990, a adaptação dos veículos ao novo formato começa lentamente.

<sup>1</sup> Pós-graduanda em Influência Digital: Conteúdo e Estratégia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e graduada em Jornalismo pelo Centro Universitário Carioca (Unicarioca).

Nos anos 2000, as mídias comunitárias das favelas passaram por transformações impulsionadas pela cultura digital, recriando sua função e ampliando sua acessibilidade. Buscamos, então, respostas sobre o impacto sofrido nos territórios periféricos do Rio de Janeiro a partir desse processo.

Para refletir sobre o fenômeno, é fundamental compreender inicialmente o que é o jornalismo comunitário. Segundo Paiva, “o jornalismo comunitário se insere na própria discussão sobre os destinos do jornalismo a partir da perspectiva de ser imprescindível para a atualidade a busca de alternativas particulares para cada questão” (2006, p. 12).

Essa comunicação é um modo de organização e mobilização comunicacional em territórios periféricos para atender às necessidades locais, sendo possível avaliar o uso estratégico do mesmo como ferramenta de informação e disputa de narrativa, feita pelo povo e para o povo, sem nenhum tipo de vínculo comercial.

As características da mídia comunitária se definem fortemente pelo engajamento popular desde a sua implementação. Atendem também às necessidades locais, especialmente em relação aos aspectos culturais e identitários dos moradores de favelas. A partir disso, observamos como a função da mídia local é atribuída para além de um conteúdo noticioso, com o propósito inicial sendo adaptado às realidades sociais do território em que a mídia está inserida.

A construção de uma comunicação de dentro para dentro, ou seja, feita pelos moradores e distribuída para os próprios moradores, traz à luz experiências inéditas e questões reais, contadas por quem vivencia essa realidade. Dessa forma, a mídia local, especificamente no formato impresso, é percebida como um meio de comunicação diferente do tradicional e, principalmente, como um instrumento de reivindicação de direitos humanos. Outro aspecto atendido pelo jornal impresso comunitário é a sua adaptação no processo de possibilitar acesso à cultura, explorar hábitos do cotidiano e oferecer notícia gratuitamente.

Enquanto isso, as necessidades identitárias, culturais e democráticas da comunicação dos moradores de favelas também são reforçadas nas pautas e nos editoriais abordados, que se tornam fundamentais para analisarmos a memória local, quando moradores fazem a coleção de exemplares, como aconteceu com o jornal comunitário impresso *Voz das Comunidades*, que circula há 16 anos no Complexo do Alemão, um conjunto de favelas localizado na Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro.

A chegada das novas tecnologias e da cultura digital nas favelas cariocas são a oportunidade de expansão que as mídias locais encontraram para democratizar ainda mais a sua informação, para além de um território geográfico. De acordo com Castells,

“a internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global” (2001, p. 8).

A mudança para o digital trouxe constantes modificações nas relações da comunicação periférica. Ainda segundo Castells,

o uso da Internet como sistema de comunicação e forma de organização explodiu nos últimos anos do segundo milênio. Então, ao acompanharmos o crescimento do sinal da internet no país e o barateamento de aparelhos tecnológicos como computadores e smartphones, é perceptível a mudança mercadológica em que os jornais começaram a perder sua tiragem impressa e a iniciar sua venda online timidamente (2001, p. 8).

O jornalismo comunitário também se transforma à medida que a cultura digital é introduzida em seu processo comunicacional. Os jornais impressos comunitários passam a ter menos financiamento e patrocínios. Para atingir seu público, o conteúdo veiculado no jornal passa a ser replicado em blogs e redes sociais, fazendo com que os leitores do conteúdo offline tenham acesso total à produção online e abrindo espaço para novos leitores, sem a limitação da circulação territorial característica do jornal impresso.

De acordo com a pesquisa “Direito à Comunicação e Justiça Racial” (ANSEL et al., 2014, p. 19) feita com 70 mídias locais cariocas, os veículos em formato digital representavam 55% do total contra 45% de jornais e revistas impressas, radiofônicas e audiovisuais, na última década. Em 2014, isso muda consideravelmente: a proporção dos veículos digitais chega a 74% do total, enquanto a dos últimos é de apenas 26%.

A partir dessa mudança significativa no formato do conteúdo noticioso, o presente trabalho aborda como a transformação digital é um fenômeno que acrescenta nesse processo de adaptação, desenvolvimento social e sobrevivência dos jornais comunitários cariocas na última década. Avalia ainda a relação da acessibilidade da informação para os leitores que consumiam o jornalismo comunitário em formato físico e atualmente, por meio do uso da Internet. Observamos a construção de um papel social dentro da cultura digital e de que maneira ela foi inserida no processo vivido pela mídia local.

O objetivo desta pesquisa é fazer uma análise do processo de transição de um jornal comunitário impresso para o contexto das novas tecnologias, comparando a função da comunicação local e suas possíveis mudanças a partir dessa conectividade. Pretende-se também relacionar as consequências da cibercultura à produção da informação nos espaços populares e entender como foi realizada a

expansão de um público restrito localmente para um público numericamente ampliado e territorialmente mais disperso.

A relevância do presente estudo existe em âmbitos diferentes: pessoal, comunitário e social. O projeto de pesquisa foi realizado a partir da percepção da necessidade de uma análise comparativa sobre a temática comunitária e suas transformações tecnológicas.

Soma-se a isso, também, a visão empírica de oito anos de trabalho de campo dentro das favelas cariocas por meio da atuação no jornalismo comunitário do *O Cidadão*, um dos primeiros jornais impressos do Rio de Janeiro, com mais de 20 anos de existência. O veículo de comunicação fica localizado no Conjunto de Favelas da Maré, que reúne mais de 140 mil residentes, segundo pesquisa do IBGE (2010), na Zona Norte do Rio de Janeiro.

O interesse pessoal em analisar o cenário que compõe as vertentes das novas tecnologias relacionado à comunicação nas favelas cariocas envolve necessidades. Com a experiência de jornalista a partir da atuação local e a preocupação com o futuro dos veículos comunitários impressos, pretende-se levantar questões sobre como a cultura digital influenciou o funcionamento dos veículos de comunicação e, principalmente, como os reinventou.

Ainda que as evoluções das novas tecnologias sejam fenômenos em constante mudança e que independem do desenvolvimento das mídias locais periféricas, elas trazem consigo oportunidades quando são praticadas.

De acordo com Castells “a introdução da informação e das tecnologias de comunicação baseadas no computador, e particularmente a Internet, permite às redes exercer sua flexibilidade e adaptabilidade, e afirmar assim sua natureza revolucionária” (2001, p. 8).

Sua atuação como um veículo local de grande transformação digital foi motivada para a escolha de sua análise. A partir disso, é dada a devida relevância para o estudo que analisa essa transição de processos comunicacionais, visto que foi escrito por quem tem a vivência da realidade e permite a exposição de percepções, necessidades e previsões fundamentais para a manutenção da democratização da informação nas favelas e periferias cariocas, considerando as próximas décadas.

A finalidade também é demonstrar de que maneira isso impactou o acesso à informação local, tendo como benefício a produção de conteúdo relevante sobre o território em que está inserido, com base em observação empírica, pesquisa bibliográfica e estudo de caso.

A primeira parte do trabalho faz uma revisão bibliográfica abordando conceitos, características e a dinâmica de chegada e desenvolvimento das novas tecnologias na atuação dos jornais comunitários situados nas favelas cariocas.

A segunda parte toma a atuação do jornal comunitário *Voz das Comunidades* como estudo de caso, buscando descrever o veículo, que é um dos maiores da cidade e o maior do Complexo do Alemão, que abrange quinze localidades. Seu formato já foi impresso e, atualmente, o veículo domina o digital. “Voz”, como é conhecido popularmente, é o jornal comunitário carioca com o maior público nas redes sociais, se comparado aos outros veículos.

Possui uma equipe fixa e comunicadores voluntários que alimentam o portal de notícias desde 2012 e um aplicativo com *hardnews*<sup>2</sup> sobre as favelas, lançado em maio de 2020. Em entrevista com Melissa Cannabrava, que é coordenadora de Comunicação do jornal, ela apresenta a trajetória do veículo no campo da inovação ao ampliar os leitores e seguidores para além do território periférico, onde está localizada sua sede e seus correspondentes comunitários. Desse modo, o estudo bibliográfico se utiliza de fontes primárias e secundárias e os resultados da análise de dados são qualitativos.

Tendo em vista que o estudo discute o impacto das novas tecnologias na produção do jornalismo comunitário impresso das favelas cariocas, o tema atualiza a respeito de uma tendência que já é realidade neste cenário, com o uso dos meios digitais para comunicar e crescer em diferentes âmbitos.

Sua relevância social também apresenta o contexto da desigualdade social em que os jornalistas comunitários e seus veículos locais estão inseridos, de que forma é realizada esta articulação e como fazem para criar novas soluções com recursos limitados em territórios de extensa vulnerabilidade.

Para o debate científico, o presente estudo traz uma perspectiva local, a partir do recorte de transição de formatos e de como o jornalismo abordado tem se articulado para garantir a sobrevivência. Levanta-se novas possibilidades de produção, detalhes de como fazer e soluções para veículos que não possuem mais circulação impressa, assim como acontece com os jornais tradicionais, que tiveram menos venda de jornal impresso e mais venda de assinatura digital em 2019<sup>3</sup>. O comunitário está se reinventando.

---

<sup>2</sup> *Hardnews* significa, em inglês, uma notícia importante para o interesse político, cotidiano e econômico.



## 2. Conceito de Jornalismo Comunitário

O jornalismo comunitário é democrático e feito de forma colaborativa pelos moradores e para os moradores do local em que está inserido. De acordo com Paiva, “o foco agora é na produção de uma proposta objetiva de jornalismo, adaptado à realidade social, econômica, política, cultural e afetiva na cidade do Rio de Janeiro” (2006, p. 2).

Podemos citar outros formatos de comunicação, como cartaz, panfleto, grafite, faixa, jornal, revista, entre outros. Uma produção pensada especificamente no público-alvo, moradores de favelas e periferias, e suas condições sociais.

Independentemente de como a informação foi criada e/ou divulgada, o objetivo é o mesmo: alcançar, gratuitamente, o maior número de pessoas que moram no território em que o veículo está localizado, oferecendo histórias e notícias referentes especificamente ao seu espaço de atuação.

Uma das formas mais tradicionais que os moradores e comunicadores de favelas e instituições como Organizações Não Governamentais (ONGs) encontraram inicialmente para o compartilhamento do conteúdo jornalístico é por meio da circulação no formato impresso.

Os temas abordados geralmente são de 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.

A produção de um jornal comunitário tem o seu significado literalmente como norteador dos seus atos. Todos os processos que uma redação jornalística tradicional faz, por exemplo, 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.

Segundo Bentes (2016), a comunicação é a própria forma de mobilização, não é simplesmente uma “ferramenta”, mas verdadeiramente um campo de ativismo explorado pelas mídias não tradicionais que levantam seus editoriais e patrocínios com viés político e ideológico, mas mantém publicamente o seu caráter imparcial.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/digital-melhora-mas-circulacao-de-jornais-ainda-e-menor-do-que-em-2014/>. Acesso em: 5 jun. 2020.

A partir disso, Bentes nos apresenta um caminho distinto traçado pela comunicação não tradicional e destaca que o fenômeno de participação social pode ser chamado de midiativismo, utilizando a mídia, as redes sociais e os celulares para produzir um movimento mobilizatório.

Dentro desse contexto, o voluntariado é uma característica forte e a base do trabalho local de uma mídia comunitária voltada para o fortalecimento da cidadania e da democratização da informação.

Em um cenário de excessiva espetacularização, baixo investimento do esforço cognitivo dos indivíduos, na frágil capacidade interpretativa da sociedade como um todo para com os fenômenos sociais, além do descarte dos processos contextualizatórios e historicizantes; é neste ambiente que se concebe como expressamente necessárias a pesquisa e a experimentação em direção a um jornalismo relacional, interativo com a realidade atual e em benefício da agregação de valor humano à ordem social (PAIVA, 2006, p. 3).

Percebemos que as relações humanas dentro da comunicação comunitária são 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.

A partir da iniciativa de grupos engajados na causa de fazer essa comunicação ainda na década de 1980, e com a percepção do poder que é viver em comunidade e trabalhar em prol do mesmo objetivo, constata-se que veículos de comunicação comunitária foram se desenvolvendo em paralelo à formação dos morros do Rio de Janeiro.

Desde que as favelas foram estruturadas e resistiram às questões sociais, os jornais impressos e as rádios comunitárias foram os principais veículos utilizados para compartilhar notícias locais em comunidades com grande histórico de luta por direito à moradia, ao trabalho, à comunicação e à educação.

O fortalecimento desses direitos se relaciona como um dos impactos da comunicação comunitária dentro de uma comunidade, colocada por Peruzzo (2009), como a que, por essência, não possui fins lucrativos e tem caráter educativo, cultural e de mobilização. Principalmente, trabalha a participação ativa e horizontal, que significa o mesmo nível hierárquico.

Nota-se que a afirmação da autora fortalece e legitima o processo comunicacional das favelas, que em suas comunicações resistem para manter o seu funcionamento, pois não possuem uma sustentabilidade financeira e de pessoal para se manter, efetivamente.

O caráter social também fortalece seu papel dentro da comunidade e aproxima os leitores em uma grande rede mobilizatória de informação, assim como constrói direitos básicos e fundamentais para a existência do veículo dentro do território e a residência a partir de sua atuação nele.

### **3. Direito à comunicação nas favelas**

A comunicação está relacionada à cidadania, pois é um direito humano. E o direito à comunicação é exercido há décadas por veículos, mídias e jornalistas comunitários dentro dos territórios populares. Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, “o direito humano à comunicação é um desdobramento das transformações sociais modernas, acumulado com o progresso constante em direção à liberdade e à democracia” (UNESCO, 1983, p. 287).

O fortalecimento desse direito é praticado em territórios socialmente marginalizados a partir da organização popular, que desenvolve e cria alternativas comunicacionais de acordo com sua necessidade, visto que não se reconhece no que é dito sobre as favelas em notícias sensacionalistas veiculadas em televisão, rádios, portais e jornais impressos comerciais.

Segundo Brittos et al., “na prática, no entanto, muito pouco ou nada se faz, por parte do Estado, para a efetivação desse direito, não obstante os esforços realizados por diversas organizações da sociedade civil” (2008, p. 72).

Os veículos comunitários foram criados para contrapor as grandes empresas de comunicação que monopolizam a distribuição da informação e que garantem, também, o poder na política. Como exemplo, podemos citar a televisão brasileira que é concessão do Estado e é o veículo dominado por dezenas de famílias de empresários com alto poder aquisitivo.

Essa contranarrativa é feita a partir de produções autorais, legítimas e que colocam os moradores de favela como protagonistas, seja direta ou indiretamente. A disputa de audiência acontece com uma distinção de poderes visíveis: o poder financeiro e de influência e o poder do povo.

O direito à liberdade de expressão e informação encontra-se entre os direitos de primeira geração. No entanto, com a evolução da comunicação, tais direitos passaram a ser considerados insuficientes para regular a comunicação, um direito de quarta geração, então, de tutela da informação, um bem extremamente valioso em todas as sociedades humanas. A posse dessa informação sempre foi sinônimo de poder, bem como o controle dos meios pelos quais ela é posta em circulação (BRITTOS, 2008, p. 74).



Portanto, a comunicação feita de dentro para dentro possui distinções claras e encara o problema da realidade não contada sobre as favelas cariocas pela mídia tradicional. O processo de disputa de poder a partir do uso da informação apresenta distinções oriundas do local e seu ineditismo, do lugar de fala e da vida cotidiana, além de um diferente recorte da realidade.

Dessa maneira, podemos considerar que o jornalismo comunitário tem ampla função social ao divulgar acontecimentos de importância local, lutar por direitos, dar apoio à comunidade em que está inserido, reforçar a importância da democratização da informação por meio de atitudes e trazer acesso à informação para a população mais vulnerável.

#### **4. Jornal impresso como ferramenta de acesso à informação**

O jornal comunitário impresso é um facilitador do compartilhamento de informações nas favelas cariocas e possui elementos importantes para que as notícias cheguem ao seu leitor de modo efetivo, ainda que não seja provido de recursos financeiros. Seu consumo independe de conexões virtuais; seu formato traz uma experiência de leitura em diferentes lugares; seus elementos visuais informam pessoas com pouca ou nenhuma escolaridade; e seu alcance é amplo, visto que é possível compartilhar o impresso para outro familiar.

Contudo, sem uma formalização ou legislação para o seu funcionamento e manutenção, os jornais existentes nas favelas cariocas são invisibilizados devido à sua falta de regulação, o que impede seu desenvolvimento e dificulta sua sobrevivência.

Os jornais impressos são contabilizados em mapeamentos independentes e pesquisas institucionais sobre veículos de comunicação. Independentemente dos diferentes contextos sociais, a busca compreender o objetivo, o funcionamento, a sustentabilidade e o que estimula o engajamento, a confiança e a participação da população nas frequentes mobilizações e articulações territoriais incentivadas pelos grupos que compõem os jornais locais.

Podemos observar iniciativas recentes, como o “Mapa da Comunicação Comunitária”<sup>4</sup>, uma plataforma de georreferenciamento que reúne veículos de comunicação comunitária de todo o país, a partir do entendimento de que são mídias oriundas de territórios periféricos e que possuem participação popular.

A iniciativa foi realizada pelo Data Labe<sup>5</sup>, que mapeou colaborativamente 39 projetos da área e ainda mantém a plataforma aberta para inscrições, com o objetivo de reunir mais iniciativas e de construir um panorama ampliado acerca do tema.

O mapeamento iniciou-se a partir da filtragem de dados colhidos na pesquisa “Direito à Comunicação e Justiça Racial”, que mapeou 118 veículos alternativos/comunitários/populares em 2014, todos localizados na região metropolitana do Rio de Janeiro.

Nesse caso, é possível observar a falta de mapeamento dos veículos cariocas e a importância da produção de dados para o estudo sobre o tema dentro da área comunicacional. A produção de notícias feita pelos veículos de comunicação mapeados garante a manutenção da história da população que vive nesses territórios e o seu funcionamento.

Ao analisarmos o jornalismo impresso produzido nas favelas, suas características podem mudar: editoriais, formatos e, principalmente, as equipes de voluntários, que possuem grande rotatividade. O que não muda é o impacto, feito a partir da escolha de pautas, fotos, ilustrações, diagramação, adaptação da linguagem, entre outros aspectos.

Raquel Paiva, autora e especialista no tema, destaca que “a comunicação comunitária é aquela que efetivamente possa comprometer o indivíduo com o exercício da sua cidadania, que possa permitir-lhe uma atuação no seu real-histórico, podendo transformar, inclusive, sua existência e a das pessoas a sua volta” (2003, p. 49).

Dessa forma, podemos considerar que a função dos colaboradores de um jornal comunitário não é apenas compartilhar informação aos moradores, mas também usar o seu trabalho como ferramenta de transformação social. Esse processo vai além de atividades como planejar, desenvolver, finalizar e distribuir conteúdo jornalístico.

É 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.

Segundo Peruzzo (2000), a corrente da “comunicação popular, alternativa e comunitária” caminha na direção contrária à de grandes veículos: normalmente ela está vinculada a grupos sociais e a movimentos populares comprometidos com mudanças sociais. Esse processo de construção é válido principalmente porque os seus produtores estão vivenciando as pautas das reportagens e sabem da necessidade de cada tema escolhido e sua relevância local.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <http://mapa.datalabe.org/>. Acesso em: 22 maio 2020.

<sup>5</sup> Disponível em: <https://datalabe.org/>. Acessado em 22 de maio de 2020.

A partir da afirmação de Peruzzo sobre o vínculo dos grupos que produzem essa comunicação aos movimentos populares, podemos constatar que mesmo não sendo único, o jornalismo comunitário é parcial, tem opinião, editorial e interesses políticos, não necessariamente político-partidário, principalmente quando traz para o debate o tema dos direitos humanos e faz reivindicações de serviços para o poder público e para as autoridades competentes.

Podemos avaliar as afirmações de Paiva (2003) e Peruzzo (2000) como complementares, no sentido de que, para ser um participante ativo no veículo que produz e valoriza o social, não é possível exercer a cidadania sem a busca pela mudança social e pelos direitos básicos. Portanto, o objetivo do trabalho voluntário não necessariamente está ligado a uma instituição em si, mas à atuação de seus agentes e ao seu impacto local.

Segundo Guareschi (2013), nenhuma sociedade pode se manter, muito menos se transformar, sem que haja algo que a sustente e a reproduza socialmente. E esse é o papel dos meios de comunicação.

Definitivamente, ele traz à luz a valorização desses veículos para além do técnico e do profissional, pensando na relevância para a sociedade a partir do seu formato e de suas características tão ímpares e tradicionais dentro das mídias comunitárias. Uma delas é a proximidade com os objetos sociais da notícia, o retorno direto do leitor, o impacto pessoal de reproduzir uma denúncia e até a mistura da vivência como morador e do trabalho como jornalista em comunidade.

A comunicação feita no jornal possui exclusividade na forma de fazer e, principalmente, no ineditismo da cobertura e de pautas publicadas em artigos, matérias e reportagens. A partir da percepção local de que existem profissionais e/ou não profissionais que atuam neste movimento pela democratização da comunicação dispostos a produzir, surge a necessidade de participação. Os próprios moradores consomem o conteúdo e fazem parte da causa, que vai além da linha editorial, mas segue o caminho da necessidade em falar do próprio território em que estão inseridos.

A partir dessa dinâmica de comunidade, é comum os leitores conhecerem pessoalmente o repórter que deu entrevista, pois os comunicadores são os próprios moradores do local. Eles enxergam a oportunidade de serem representados com um olhar sem preconceitos e mais próximo da realidade.

Podemos comparar com veículos comerciais, e é possível perceber a diferença na humanização dos temas periféricos e na intenção do uso das palavras, que carregam significados e são contextualizadas distintamente. As

pautas exploradas pelos jornais comunitários são colocadas na contramão das informações praticadas fora das comunidades.

Visto isso, é possível observar que o cuidado para não praticar o reforço de estereótipos relacionados à favela é feito diariamente, especialmente na abordagem de temas relacionados à violência e à pobreza, amplamente explorados pela mídia tradicional.

A função local é tão objetiva que podemos citar editorias de veículos comunitários impressos voltadas apenas para publicar notícias positivas, como agenda cultural, histórias de superação, conquistas de jovens, projetos sociais, novos equipamentos educacionais, iniciativas inovadoras e outras temáticas que reforçam toda a potência que as favelas e periferias têm.

Desse modo, essa escolha traz um olhar mais humano e de fortalecimento cultural e cidadão, em direção à população que não se sente representada quando se vê nos jornais da imprensa tradicional.

A construção do novo olhar e do sentimento de pertencimento do morador de favela acontece a partir da atuação efetiva do jornalismo comunitário no território. É a mudança de percepção dos leitores que vivenciam o que leem e é uma forma de entender o seu lugar dentro de onde está inserido. Podemos afirmar que o fortalecimento da memória local e da identidade é fundamental para uma sociedade mais justa, que reconheça as favelas como parte indispensável dela.

Sobre a proximidade com o leitor a partir do diálogo íntimo com a identidade e memória local, Paiva “aborda o jornalismo relacional, esclarecendo que é neste ambiente que se concebe como expressamente necessárias a pesquisa e a experimentação em direção ao interativo com a realidade atual e em benefício da agregação de valor humano à ordem social” (2006, p. 3).

Portanto, perceber o impacto social quando assuntos de interesse público e interesse local são abordados de forma comunitária têm significado, pois representam positivamente e demonstram como é feita a construção de conhecimento a partir da produção da informação.

As notícias são buscadas no cotidiano desses espaços, facilitando a cobertura de eventos, entrevistas e registros fotográficos - privilégio e trabalho exclusivo de fotojornalistas moradores do local. Sobre a escolha de um acontecimento de interesse direto para uma coletividade, Paiva (2006, p. 13) afirma que isso torna-se fato jornalístico e, para tanto, recebe o tratamento que vai caracterizá-lo definitivamente como assunto pertinente e parte da agenda temática da coletividade, portanto, pauta do jornal impresso.

Assim como afirma Paiva, podemos garantir que a coletividade tenha a participação popular e, muitas vezes, os próprios moradores se colocam como pauta por vontade própria, entendendo-se como sujeito de um território potente e enxergando o seu papel na transformação a partir de sua própria história, atividade ou iniciativa exposta no veículo de comunicação do seu território.

A comunicação comunitária e o seu jornalismo teriam esse papel educativo, sempre com as classes populares como geradoras e protagonistas.

## **5. Jornalismo local no enfrentamento à exclusão digital**

A cultura digital, que facilitou a relação da realidade com o virtual, só foi possível a partir do surgimento das Novas Tecnologias de Informação (NTIC), como computadores pessoais, *websites*, *Wi-Fi*, fotografias digitais, telefones celulares, entre outros objetos ou recursos tecnológicos. Eles surgiram no contexto da Revolução Informacional, fenômeno que altera as relações sociais e comunicacionais.

O avanço das novas tecnologias e o crescimento da internet fizeram a sociedade mudar seu comportamento, suas relações e, principalmente, a maneira de se comunicar. Segundo Giannotti (2016, p. 192), em 1994, se popularizaram os primeiros provedores de Internet. Nesse mesmo ano, era criada globalmente a primeira plataforma em que o próprio usuário comum poderia criar sites - a "GEOCITIES". A partir daí a internet foi incorporada ao arsenal comunicacional dos brasileiros e do resto do mundo.

A construção colaborativa foi fundamental nesse processo de descoberta e adaptação dos veículos impressos, com a utilização de blogs e a criação de redes sociais para esses meios de comunicação. Ainda que a principal fonte de informação dos leitores continuasse sendo o veículo impresso, devido a pouca acessibilidade à internet, a nova onda de produção de conteúdo começa a se tornar uma possibilidade de ampliação à contranarrativa que ultrapassa barreiras geográficas e de classe, especialmente na imprensa tradicional e nos seus formatos televisivo e impresso.

Podemos analisar que o século XXI foi decisivo para a transformação mais significativa dos veículos de jornalismo comunitário das favelas cariocas. Nas periferias do país, a busca pelo uso da internet não foi diferente, mas a falta de acessibilidade e financiamento na distribuição teve restrições.

Historicamente, as favelas e periferias do país não possuem cobertura de operadora telefônica, suporte técnico com visita residencial, entre outras condições



de aparatos tecnológicos, o que podemos chamar de desigualdade digital<sup>6</sup>. Para participar deste movimento mundial que é estar conectado, com acesso ininterrupto à internet e todas as suas vantagens, começou uma relação da sociedade ainda maior com territórios de maior vulnerabilidade.

Podemos citar o surgimento da *lan house*<sup>7</sup> como um espaço inovador que praticou a inclusão digital localmente e que rapidamente se popularizou nas favelas cariocas. O frequentador paga um valor fixo de acordo com o tempo que considera necessário e utiliza a internet no computador disponível da loja. De acordo com o Comitê Gestor de Internet no Brasil, em 2007, as *lan houses* foram responsáveis por quase 50% dos acessos à Internet no país.

Como uma oportunidade de facilitar o processo de democratização da informação, a população moradora das favelas entendeu a diferença na acessibilidade a partir do seu lugar de vivência e se integrou como parte da sociedade conectada. *Lan house* é uma iniciativa que encontrou formas próprias de diminuir a desigualdade digital pela solução de problemas.

A partir dessa reflexão, podemos observar que, de acordo com Brittos e Collar, “há um abismo tanto instrumental quanto cognitivo, uma vez que parcela significativa da humanidade está à margem dos novos espaços de discussão e criação” (2008, p. 109).

O consumo do conteúdo virtual, inicialmente, se restringiu àqueles que possuíam boas condições financeiras para obtê-lo, tanto os aparelhos eletrônicos quanto o acesso à própria rede. Quando as soluções digitais começam a chegar nos territórios periféricos, a população se coloca como parte do universo digital e passa a consumir a informação com autonomia.

Seja na busca por informação, lazer ou até na produção de conteúdo, a *lan house* passa a ser a própria ponte de acesso à Internet e garante mais acessibilidade à informação, considerando aqueles que sabem utilizar computador e quem pode pagar pelo acesso.

Enquanto as rádios comunitárias e os jornais impressos circulavam oferecendo conteúdo gratuito a partir de uma cobertura local sem a necessidade de conexões, o universo digital passou a dividir a atenção desses leitores.

Seja para consumo, seja para a produção de informações, podemos afirmar que:

Com a chegada da primeira versão da Internet, o número de produtores de informação se ampliou, mas a participação ainda era limitada. Na chamada INTERNET 2.0, a interação se tornou mais comum. Com isso, a

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=20154>. Acesso em: 22 maio 2020.

<sup>7</sup> Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/busca?id=la0Wd>. Acesso em: 22 maio 2020.

comunicação dos vários grupos sociais poderia aumentar de volume (GIANNOTTI, 2016, p. 195).

Percebemos ainda que a falta de acessibilidade exista para parte dos leitores periféricos, e as possibilidades de novas conexões e oportunidades comunicacionais estavam relacionadas ao processo de transformação local que agora começam a acontecer a partir de experiências.

Com a participação das autoridades municipais e Associações de Moradores<sup>8</sup> 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.

## 6. Mudanças no consumo da notícia

A partir do bom funcionamento desta alternativa e com as novas descobertas comunicacionais, começam então as mudanças das mídias locais, principalmente do jornal comunitário impresso, tradicionalmente conhecido e popular entre seus leitores. De acordo com Brittos e Collar, “a mídia impressa descobriu a possibilidade de tornar-se também eletrônica e existir em tempo (quase) real” (2008, p. 278).

Como afirmamos acima, podemos considerar a possibilidade de novas alternativas para a comunicação local e para o jornalismo comunitário das favelas cariocas a partir das conexões oriundas dele. A partir das mudanças realizadas nos processos comunicacionais periféricos, é possível afirmar que as consequências dessa transformação foram rápidas.

De acordo com a publicação comparativa realizada pela pesquisa “Direito à Comunicação e Justiça Racial” (ANSEL et al., 2014, p. 24), em 2011, apenas 15% dos veículos identificados eram editados/alimentados em versões impressa e digital, e 29% das iniciativas cujo veículo principal era impresso, audiovisual ou radiofônico tinha página na internet; no levantamento atual, verificou-se que 81%, equivalente a 51 das iniciativas tinham aos menos um veículo complementar, todos digitais - com apenas uma única exceção.

Os veículos passaram a se adaptar aos poucos à nova realidade global, a partir das possibilidades de atuação e do entendimento de que maneira as atitudes relacionadas ao formato da comunicação poderiam impactar positivamente ou negativamente no seu público-alvo, já acostumado a determinadas práticas locais.

<sup>8</sup> Disponível em: <https://por-leitores.jusbrasil.com.br/noticias/2497223/associacao-de-moradores>. Acesso em: 20 maio 2020.

Podemos citar: a coleção de jornais impressos; a sugestão de matérias e o feedback das publicações presencialmente; o voluntariado nas práticas mobilizadoras que envolvem pendurar cartazes, entregar os jornais de porta em porta, buscar anunciantes na visita presencial em cada comércio; entre outras práticas.

Para exemplificação, apontamos a seguir a experiência de um veículo de comunicação comunitária com 15 anos de existência e que resistiu e se adaptou às mudanças tecnológicas e ampliou, ainda mais, seus serviços e o alcance do seu público-alvo a partir de suas ações relacionadas ao engajamento digital de leitores, empresas e influenciadores.

## **7. Estudo de caso do Jornal *Voz das Comunidades***

O jornal comunitário *Voz das Comunidades* é um projeto de comunicação que deu origem à ONG de mesmo nome. A sede e seus fundadores são residentes do Complexo do Alemão, um dos maiores conjuntos de favelas da Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro.

No Alemão, vivem cerca de 180 mil pessoas, divididas em quinze comunidades do conjunto de favelas: Morro da Baiana; Morro do Alemão; Favela da Alvorada; Favela Nova Brasília; Favela das Palmeiras; Favela Fazendinha; Favela da Grotá; Favela da Matinha; Morro dos Mineiros; Favela das Casinhas; Morro do Adeus; Favela Areal; Favelinha da Skol; Reservatório; e Área 5.

Ainda que os territórios sejam geograficamente subdivididos, podemos afirmar que eles têm especificidades e possuem necessidades, por isso produzem comunicações em diferentes formatos de narrativas para alcançar o seu público hiperlocal. Nesse sentido, podemos encontrar no Complexo do Alemão outras experiências de comunicação local, como: o próprio jornal *Voz das Comunidades*, o Coletivo Papo Reto, a Rede Gato Mídia e o Jornal Alemão Notícias.

As iniciativas citadas surgiram no período em que a comunicação digital estava sendo adotada pela juventude para criar alternativas de interação e compartilhamento de informações, a partir dessa ferramenta rápida e fundamental para a comunicação entre os próprios moradores. Não à toa, essas mídias locais online adquiriram visibilidade quase que instantaneamente.

Já o presente estudo aborda especificamente o jornal *Voz das Comunidades*, projeto da ONG Voz das Comunidades. Antes de apresentarmos o jornal e a sua experiência comunicacional de transição entre o formato impresso e digital,

precisamos entender o seu trabalho a partir de um contexto mais profundo, analisando a trajetória social e comunicacional.

A organização possui uma atuação com forte engajamento de seus colaboradores, em projetos de comunicação e em projetos que estimulam ações sociais e mobilização local. Devido à expansiva visibilidade da ONG Voz das Comunidades, ela realiza seus projetos com o apoio de uma equipe fixa e de voluntários - moradores de favelas e apoiadores - assim como de grandes personalidades.

A primeira vertente é a da comunicação, que abrange o portal de notícias, o aplicativo, as redes sociais, os grupos de compartilhamento de mensagem e a parceria com anunciantes, marcas, institutos e comerciantes locais para garantir o funcionamento do trabalho.

A segunda vertente abrange os projetos sociais e de voluntariado, que são realizados anualmente em datas comemorativas, como Dia das Mães, Páscoa, Dia das Crianças e Natal; podemos citar distintos outros momentos de apoio social com a doação de alimentos, como no período de pandemia global vivido no primeiro semestre de 2020 e de consequências financeiras e de saúde severas, que prejudicaram especialmente as favelas cariocas.

A história do Voz começou a partir da iniciativa de comunicação, com a ideia de Rene Silva, morador do Morro do Adeus, quando fundou em 2005 o impresso com o nome ainda no singular “Voz da Comunidade” no Complexo do Alemão. Sua inspiração começou ainda aos 11 anos, quando sentiu a necessidade de participar do projeto de jornal escolar.

O objetivo inicial era explorar e relatar os problemas sociais e as histórias interessantes que existiam na Escola Municipal Alcide de Gasperi, em que estudava com seu irmão Renato Moura no bairro de Higienópolis, próximo ao Complexo do Alemão. Como não podia participar da construção do jornal devido à idade, levou a ideia de comunicação local para a sua favela e, a partir de articulações locais e planejamento, consolidou o seu projeto independente de jornal comunitário.

Para baratear a produção e garantir a distribuição dos primeiros 100 exemplares, o jornal era feito no formato A4 e com dobras, totalizando quatro páginas. Com o apoio de professores e da direção da escola, o jornal era impresso e entregue em cada casa dos moradores do Morro do Adeus. Nesse período, a equipe mirim contava com Rene Silva, Renato Moura e outros colegas.

Inicialmente, o projeto buscava denunciar os problemas da comunidade e divulgar pequenas iniciativas de comerciantes. Depois, a sustentabilidade do jornal precisou ser repensada. A preocupação era manter a impressão, gasto principal de

Rene. Uma solução para a questão foi dar visibilidade ao jornal, apresentando-o frequentemente aos moradores, construindo credibilidade e confiança ao circular no território. As questões apresentadas se dificultaram devido a pouca idade dos participantes do projeto.

De acordo com Giannotti (2016, p. 123), Rene teve a ideia de, não só divulgar pequenas iniciativas, mas também de vender anúncios como forma de arrecadar dinheiro para arcar com os custos do jornal. A cada linha, cobrava R\$ 0,15. Chegou a ter anúncios de 40 linhas. Aumentou as páginas e a tiragem do jornal. Passou a fazer 300, 400, 500 cópias de até 12 páginas coloridas.

As características do *Voz das Comunidades* se diferenciavam dos demais veículos impressos tradicionais: linguagem simples, imagens que contam histórias sem sensacionalismo e, principalmente, que abordam problemas locais não pautados na imprensa tradicional com o objetivo de resolvê-los.

A veiculação do jornal impresso e gratuito precisava de sustentabilidade, e em formato tabloide era possível garantir a publicidade paga a partir da contribuição mensal de comerciantes locais. Porém, para a garantia do seu crescimento, era necessária uma parceria com grandes anunciantes que mantivessem o funcionamento a longo prazo, visto que o jornal não era um produto, e sua impressão não visava ao lucro.

O jornal que circulava apenas no Morro do Adeus, se expandiu graças às novas tecnologias. Ele foi conhecido a nível nacional dia 28 de novembro de 2010, devido à cobertura ao vivo que o comunicador Rene Silva fez em seu microblog e no Twitter, sobre a invasão militar no Complexo do Alemão. Com poucos seguidores, o jovem não intencionava viralizar, ou seja, ter um grande compartilhamento de notícias locais para todo o Brasil e até para outros países.

A ação militar malsucedida tinha como objetivo a realização de uma ocupação nas comunidades para, posteriormente, instalar as Unidades de Polícia Pacificadora (UPP) nas favelas do Complexo do Alemão. Podemos afirmar que o conflito local só teve repercussão nacional assim que o caso ganhou visibilidade na internet a partir da narração de Rene em sua rede pessoal e, também, na rede social do jornal *Voz das Comunidades*.

O olhar local de Rene foi a fonte principal que alguns amigos, mas especialmente a imprensa e famosos, tinham para acompanhar esse período de conflitos armados constantes. O episódio recebeu olhares externos e ampliou a visibilidade do jornal local a nível nacional.



Com muita articulação e apoio, garantiu o seu funcionamento e até uma equipe fixa de colaboradores, além do voluntariado. Segundo Melissa Cannabrava, atual coordenadora de Jornalismo e colaboradora há 9 anos do projeto, para a entrega do jornal impresso, além da participação da própria equipe que produzia as pautas, o jornal possuía uma equipe de logística, com cerca de 10 crianças. Entregavam gratuitamente os impressos de porta em porta e no comércio local onde tinha maior circulação de pessoas, como padaria, pequenos mercados e Associações de Moradores do Alemão.

São 15 anos de jornal, mas seu principal objetivo não mudou, que é a prestação de serviços de utilidade pública, informação e assistência social para os moradores, característica fundamental para analisar também os editoriais do impresso que não mudaram com o tempo, apenas o número de páginas disponíveis para a impressão. Podemos citar os editoriais: Serviço, Segurança Pública, Entretenimento, Oportunidades, Colunistas, Empreendedores, Favelas e outras variações.

Muito além de informar, o jornal construiu um relacionamento de aproximação e identidade, segundo Melissa Cannabrava, que considera essa troca muito mais do que o esperado de um veículo de comunicação. O projeto inspirou outros jornalistas comunitários a criarem seus próprios jornais locais digitais, como os portais Voz da Vila Kennedy, localizado na Zona Oeste do Rio de Janeiro e o Portal NORDESTeuSOU, localizado em Nordeste de Amarelinha, na Bahia.

## **8. Novas oportunidades no uso da comunicação digital**

Até o início de 2017, o jornal impresso *Voz das Comunidades* era distribuído a cada seis meses. Depois passou para a circulação bimestral e em setembro de 2019 foi distribuída a última edição impressa, com 10 mil exemplares em 16 páginas coloridas e distribuição por diferentes favelas cariocas.

Para Melissa Cannabrava, a pausa na produção na comunicação em formato impresso foi impulsionada, principalmente, pela necessidade de mais agilidade na cobrança de serviços às autoridades e da demora do compartilhamento da informação, que dificulta a comunicação rápida com seus leitores.

Financeiramente, o investimento no impresso deu lugar a outros projetos de comunicação, como o "Cinema no Morro", iniciativa que oferece exibição gratuita de filmes para crianças moradoras de favelas, e feita com o apoio do jornal *Voz das Comunidades* em parceria com o espaço Konteiner, localizado na Vila Cruzeiro.

Segundo Giannotti (2016, p. 126), Rene avaliou que uma publicação no Twitter dava resultados mais rápidos para a solução dos problemas sociais na

comunidade. Já a notícia publicada no jornal demorava minimamente o tempo de produção do jornal: um mês.

Apostando ainda mais em projetos que visam estimular a rapidez da informação, o *Voz das Comunidades* investiu na comunidade digital. A partir desse fato, podemos analisar como as transformações sociais precisam se adequar às transformações digitais para atender às suas necessidades e continuar mais próxima dos moradores.

Em 2020, o jornal comunitário lidera em seu segmento na internet: o portal de notícias tem cerca de cinco a seis mil acessos por dia; somando as principais redes sociais como Instagram, Facebook, Twitter e YouTube, e o jornal possui mais de meio milhão de seguidores, exatos 669,378 mil<sup>9</sup>. Em apenas uma semana de lançamento do aplicativo “Voz das Comunidades”, que oferece *hardnews* sobre as favelas cariocas, foram mais de 10 mil downloads.

Não só, mas uma das ferramentas mais usadas pelo veículo para facilitar a aproximação com os moradores são os grupos de WhatsApp e de Facebook. Segundo Melissa Cannabrava, a equipe do jornal administra dois grupos no Facebook e 18 grupos no WhatsApp, em que a temática principal é o Complexo do Alemão e grupos com moradores de outras favelas que o jornal também possui forte atuação, como Vila Kennedy, Cidade de Deus, Vila Cruzeiro, Santa Marta e Rocinha.

Os grupos de WhatsApp possuem o limite máximo de membros permitidos pelo aplicativo. Considerando 256 membros cada, 18 grupos equivalem a 4.600 pessoas reunidas virtualmente. Já os dois grupos de Facebook somam cerca de 31.921 participantes.

As interações em ambas as redes sociais são diárias e espontâneas, ou seja, os usuários que são moradores de regiões impactadas pelo “Voz” criaram uma grande conexão para compartilhamento de informações locais, interação e até para fazer a divulgação de serviços e produtos da região.

Dessa forma, os grupos são facilitadores digitais de aproximação do veículo comunitário com a produção orgânica de informações de suas próprias fontes, que são os moradores. Junto a essa recorrente produção orgânica de informações, os repórteres locais do veículo também publicam nos grupos quando buscam um entrevistado, para realizar a divulgação de uma notícia, pesquisa online ou até para convidar os membros dos grupos para participarem de uma ação beneficente da própria ONG.

A partir das informações analisadas, podemos entender que os números e a atuação nos grupos mostram não só o alcance do veículo, mas a sua potência

---

<sup>9</sup> Consulta realizada em 22 maio de 2020.

comunicacional entre os moradores que têm grande participação nas redes sociais a partir do acesso ao celular.

De acordo com a pesquisa “Direito à Comunicação e Justiça Racial” (ANSEL et al. 2014, p. 23), a universalização da internet, com o propósito de efetiva multiplicação de vozes, além do desenvolvimento de infraestruturas de rede e barateamento de custos teleinformáticos, deve ser acompanhada por políticas educacionais de outras áreas que possam intensificar “os usos sociais, culturais, educativos e políticos das tecnologias”.

Essa recente ampliação de oportunidades a partir do uso da rede mundial de computadores apresenta como a migração de um veículo com personalidade e engajamento local pode continuar alcançando o seu público com estratégias específicas de comunicação e interatividade e, também, outros públicos, fundamentais para a disseminação da marca a nível nacional e internacional.

Entender e se apropriar de novas possibilidades comunicacionais a partir do acesso à internet não exclui a desigualdade social. Apesar disso, muitos moradores têm acesso à informação a partir do celular, garante Melissa Cannabrava em entrevista no ano de 2020 para a autora do presente trabalho.

A percepção empírica pode ser confirmada pelo “Relatório Radar Favela”, levantamento realizado pelo Instituto Data Popular, que afirma que cerca 85% dos moradores de favela têm celular. Esse fato garante uma relação de troca: a busca do veículo pelos moradores como fonte de informação e a busca dos moradores pelo veículo, para a garantia na resolução de problemas sociais presentes no território.

O relacionamento construído pelo jornal *Voz das Comunidades* com os moradores começou na modalidade presencial, teve sua ampliação na comunicação virtual, e continua com ações sociais, indo muito além de levar informação. O jornal local é o primeiro a inovar na sua área de atuação e a desenvolver uma relação local com o global, considerando a limitação geográfica que o formato impresso possui.

Observamos, também, que no meio digital o diálogo com a cultura global se potencializa através de Renê, que recebe premiações e realiza palestras sobre o seu trabalho local por todo o Brasil e também fora do país. Ineditismo, se considerarmos que um comunicador comunitário não possui tamanho prestígio apenas realizando a produção local.

O reconhecimento pessoal refere-se ao grau de influência que o ambiente digital disponibiliza, mas trata-se ainda mais do reconhecimento de uma causa social territorialmente informada. Em 2018, Rene Silva recebeu o prêmio internacional que o reconhece como um dos 100 negros com menos de 40 anos

mais influentes do mundo. O prêmio foi concedido pela organização Mipad (*Most Influential People of African Descent*).

## 9. Considerações finais

Quando o presente trabalho de pesquisa teve início, em fevereiro de 2020, se percebeu a necessidade de uma análise comparativa sobre a temática comunitária e suas transformações digitais nos últimos 10 anos. Além disso, foi considerado importante estudar o impacto das novas tecnologias no jornalismo comunitário.

Diante disso, a pesquisa teve como objetivo geral analisar o surgimento das novas tecnologias e o impacto desse fenômeno na produção e no desenvolvimento do jornalismo comunitário nas favelas cariocas. Constata-se que o trabalho teve o seu objetivo geral atendido, pois foi possível descobrir que as mídias locais foram impactadas positivamente pelo uso da internet, especialmente pela dedicação em fazer as adequações necessárias a partir das ferramentas básicas disponíveis.

Podemos afirmar que a mídia local passou de um público-alvo limitado ao consumo local para o consumo global de informações. Ou seja, antes restritas aos moradores de favelas e periferias e, atualmente, amplamente veiculadas pelos portais de jornalismo comunitário, que a partir do seu profissionalismo adquiriu credibilidade e um grande público, como vimos no estudo de caso.

O primeiro objetivo específico buscou definir o conceito do que é a comunicação comunitária e sua valorização para a democratização da comunicação. Contatou-se que o objetivo foi atendido porque o modo de comunicação foi apresentado historicamente e socialmente, a partir de característica social na luta pelo direito à comunicação.

O segundo objetivo específico buscou relacionar como a produção do jornal impresso se transformou a partir do surgimento das novas tecnologias. Dessa forma, podemos afirmar que o objetivo foi atendido porque pesquisas e novos comportamentos foram descobertos como prova de que os veículos de comunicação enxergaram a oportunidade comunicacional junto à internet.

O terceiro e último objetivo específico buscou verificar como o uso das novas tecnologias pelos veículos de jornalismo comunitário pode influenciar diretamente no trabalho de comunicação local. Constatou-se que o objetivo foi atendido porque aumentou o acesso à informação, a visibilidade dos problemas e a comunicação rápida como oportunidade para diferentes necessidades, seja comunicacional ou até mesmo social.

A pesquisa partiu da hipótese de que o formato digital veio como uma oportunidade de crescimento, alcance e de sustentabilidade para o trabalho de base feito dentro da comunicação comunitária porque há indícios de pequenas mudanças feitas nessa forma de comunicar.

Consequentemente, fez-se o teste da hipótese por meio do estudo de caso sobre o jornal comunitário *Voz das Comunidades* que foi apresentado em detalhes. Os resultados da análise de dados foram qualitativos e a hipótese de que o formato digital veio como uma oportunidade de crescimento, alcance e sustentabilidade para o trabalho feito na comunicação comunitária foi alcançada.

Diante disso, podemos considerar que, o jornalismo comunitário no formato digital segue sua trajetória com a perspectiva de abraçar oportunidades para a solução de problemas e passa a ocupar espaços como forma de ecoar em uma só voz a potência que é a favela, antes uma questão social restrita à realidade brasileira, agora uma questão globalmente conhecida e uma experiência positiva de uso da comunicação para conscientizar pessoas e unir forças para encontrar soluções.

## Referências

ANSEL, Thiago Araujo; MOISÉS, Raika Julie; FELIX, Marcelle; VIANA, Victor. **Direito à Comunicação e Justiça Racial**. 1. ed. Rio de Janeiro: Observatório de Favelas, 2014.

BENTES, Ivana. **Mídia-Multidão, estética da comunicação e biopolíticas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

BRITTOS, Valério Cruz; COLLAR, Marcelo Schmitz. Direito à comunicação e democratização no Brasil. In: SARAIVA, Enrique; MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio Penna (org.). **Democracia e Regulação dos Meios de Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

Censo Brasileiro de 2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE).

GIANNOTTI, Claudia Santiago. **Experiências em Comunicação Popular no Rio de Janeiro ontem e hoje**: uma história de resistência nas favelas cariocas. Rio de Janeiro: Editora NPC, 2016.



GUARESCHI, Pedrinho A. **O Direito Humano à Comunicação: pela democratização da mídia**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2013.

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

PAIVA, Raquel. Jornalismo comunitário: uma reinterpretação da mídia (pela construção de um jornalismo pragmático e não dogmático). **Revista FAMECOS**, v. 13, n. 30, ago. 2006.

PAIVA, Raquel. A comunicação popular no contexto das tecnologias da informação. **Revista Dito Feito**, v. 8, n. 12, p. 154-163, jan./jun. 2017.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania. **Comunicação e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 2, p. 651-668, 2000.

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

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Desafios da Comunicação Popular e Comunitária na Ciberultura. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, n. 25, 2011.

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

*Recebido em: 18/11/2021*

*Aprovado em: 30/08/2021*