

Jornalismo comunitário: Uma ferramenta necessária para a comunicação no Brasil

Por Lana Souza

Existem diferentes formas para se aplicar os conceitos de comunicação na sociedade. Porém, não se pode negar que a chegada da internet para uso doméstico no Brasil, em 1995, foi um marco importante para a evolução de algumas técnicas, assim como a criação de muitas outras. Mas, entre os pontos negativos é importante perceber como esse mesmo marco, ao longo dos anos, contribuiu para que a comunicação direta, olho no olho, se tornasse para muitas pessoas, menor ou até mesmo desnecessária.

O Coletivo Papo Reto é um grupo que surgiu oficialmente no início do ano de 2014. Em todo esse tempo atuando no Complexo do Alemão, foram muitos os aprendizados e as metodologias desenvolvidas. Mas, o que, de fato, o Coletivo Papo Reto faz? A resposta melhor elaborada para essa pergunta é dizer que *“o Papo Reto é um coletivo de comunicação independente que atua no Complexo do Alemão, favela que fica no Rio de Janeiro, e que usa a comunicação como ferramenta para reafirmar direitos e disputar narrativas para a favela e também sobre elas. Além de reivindicar reais investimentos públicos, com a participação da população, e mobilizar ações dentro e fora das redes sociais com o objetivo de fortalecer positivamente o território”*.

Com o protagonismo das redes sociais, o que muitas pessoas passam a entender e reconhecer como comunicação se resume ao que se encontra dentro desse tipo de mídia. Por isso, parte do trabalho que o Coletivo Papo Reto desenvolve está associado a necessidade de possibilitar acesso à informação para moradores e moradoras. O Coletivo entende as ferramentas tecnológicas como um meio e não como um produto do todo. Desta maneira, toda e qualquer atividade desenvolvida pelo Papo Reto, seja ela cultural ou de formação política, mantém a característica de fortalecer as relações locais através da experiência de ouvir e entender as pessoas de forma direta, sem interlocutores tecnológicos para isso.

Ao falar sobre como os grupos comunitários se organizam para pensar e produzir comunicação, é necessário falar antes sobre como se comporta o que chamamos de “Mídia corporativa” ou mesmo “grande mídia”: as empresas dos

grandes canais de televisão ou mesmo de jornal impresso. Hoje é comum ouvir pessoas falando que um ou outro programa de tv não as representam, que não se enxergam nos conteúdos que os jornais impressos estão divulgando.

Agora imaginem a seguinte situação: Agentes das forças policiais encontram um casa cheia de drogas e armas escondidas. A notícias sobre este fato pode variar de acordo com o responsável pelos materiais encontrados. Se o dono do conteúdo for um jovem branco, de classe média, a chamada será “Jovem de classe média é encontrado em casa com drogas”. Já se o responsável for um homem negro, o título será “Traficante é encontrado com toneladas de drogas e armamento pesado”. Este, inclusive, é um exemplo real, de reportagens que saem diariamente nos noticiários brasileiros. O homem branco é jovem, o negro é traficante. Isso apenas para exemplificar, pois existem diversos outros exemplos que poderiam ser dados. Porém, para quem desejar, o Coletivo Papo Reto em seu blog já fez algumas correções (em português) de matérias como essas, inclusive a do [“jovem de classe média”](#) é uma delas.

Assim funciona a grande mídia, assim é como ela ganha dinheiro. A construção do medo gera revolta e anseio por vingança e muitas vezes até o desejo de fazer justiça com as próprias mãos. Essa narrativa de que o jovem de periferia é sempre visto como o traficante, o violento e o responsável pelo caos na chamada “guerra às drogas”, é o que legitima as operações policiais nas favelas, gerando mortes, impedindo o direito de ir e vir e diversas outras violações. A população das “áreas nobres” da cidade aplaudem essas operações e sentem-se, de forma não falada, satisfeitas quando alguém morre em um confronto policial dentro da favela. E por que isso? Porque a grande mídia construiu no inconsciente da sociedade uma narrativa de que as pessoas que moram nas regiões mais pobres são seres matáveis (aqueles que podem morrer), que são os seres responsáveis por toda a violência que existe na cidade. Ao mesmo tempo que o jovem, negro e favelado é colocado como o centro do problema, não existe nenhuma matéria investigativa para mostrar como as armas e drogas chegam nas favelas, já que nesses territórios não existe fábricas de armas e muito menos plantio de alguma droga. Essa matéria não existe pois a “guerra às drogas” é um projeto extremamente lucrativo para os verdadeiros traficantes. Nada se fala sobre o tamanho do lucro que essa “guerra” dá para os grandes empresários no Brasil.

E se a grande mídia não representa essa parte da população, quem cumpre esse papel são os grupos de comunicação independente, como o Coletivo Papo Reto, por exemplo. Apesar desses coletivos terem que também falar sobre a violência que acontece no território, essa é uma narrativa a partir da vivência e não do que o jornalista dos grandes veículos de comunicação acredita ser. A diferença é que os grupos de comunicação popular entendem a humanização e o cuidado que aquela reportagem precisa ter, ao passo que o jornal tradicional não se preocupa com os resultados negativos que suas notícias pode gerar no dia a dia daquela população.

Hoje o Coletivo Papo Reto é formado por sete moradoras e moradores do Complexo do Alemão, cada um possui uma habilidade diferente, tem fotógrafos, jornalistas, museólogos, mediadoras de conflitos, etc. Entretanto, todas e todos possuem um senso comunitário que contribui para que a construção da narrativa sobre o que acontece nas favelas e periferias seja feita de maneira mais democrática e participativa. Todas as pessoas que fazem o Papo Reto acontecer, sabem o que e como querem ser representadas, como querem ser vistas e apresentadas ao mundo. Nada mais justo que essas pessoas tomem para si a responsabilidade de criar suas narrativas e propostas para um novo jornalismo, mais plural e mais humano.

Comunicação popular, jornalismo comunitário, comunicação comunitária, etc. Existem diferentes formas para nomear o tipo de trabalho que grupos como o Coletivo Papo Reto fazem. Todas essas formas estão corretas e são legítimas. O mais importante é entender a necessidade desse tipo de trabalho existir. A comunicação popular geralmente está associada a uma ideia de transformação e de resistência. No momento em que todos estão se apropriando e utilizando cada vez mais as redes sociais e as suas infinitas possibilidades para produzir uma comunicação mais potente, o Coletivo Papo Reto une essa oportunidade de comunicar com a necessidade de se lutar por direitos humanos e com a potência que o diálogo pode proporcionar, isso para garantir que os reais interesses da população sejam ouvidos e colocados como prioridades na disputa de narrativa política.

Por outro lado, assim como existe a necessidade desses grupos produzirem uma nova forma de comunicar os problemas que enfrentam morando nas favelas e periferias da cidade, existe também um desejo intenso de serem reconhecidos e

fortalecidos pela qualidade técnica que seus trabalhos possuem e também por suas produções culturais e de registro da memória local. É muito comum que a pauta da violência seja a mais disseminada, visto que existe um grau de urgência e um instinto de sobrevivência que atinge os produtores de conteúdo que vivem nesses territórios. Assim como os telejornais não contemplam a realidade vivida, o entretenimento também exclui esta parte da cidade. Novelas, programas de humor, de auditório, etc, também não dialogam com o que de melhor acontece nas favelas. Por isso, assim como surgem muitos jornalistas comunitários, existem milhares de artistas produzindo um novo conceito de entretenimento. No fim das contas, a busca daqueles que vivem nas zonas periféricas da cidade é pelo desejo de ter sua história sendo contada de forma verdadeira e humana. Porque quando isso acontecer, esses grupos poderão parar de dizer que “representatividade importa” e passarão a dizer que “representatividade existe”.