



‘Em quarentena’ – a experiência narrativa em formato *podcast* da Agência Mural de Jornalismo das Periferias

Mara Rovida

PPG em Comunicação e Cultura da Uniso

Resumo: O isolamento social, demandado em 2020 por conta da pandemia, interferiu no fazer jornalístico, da apuração à narrativa. Neste artigo, apresenta-se pesquisa exploratória estruturada em abordagem de análise de conteúdo cujo objetivo é compreender, por meio de uma experiência específica, algumas das estratégias narrativas do jornalismo das periferias no contexto de 2020. Para tanto, é realizada uma análise dos 40 primeiros episódios do *podcast* ‘Em quarentena’, produzido pela Agência Mural de Jornalismo das Periferias. Este trabalho está inserido num universo reflexivo mais amplo, elaborado a partir de um estudo sobre a produção jornalística nas periferias da Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) que vem sendo desenvolvido pela autora e que, portanto, serve de base para a presente discussão.

Palavras-chave: jornalismo das periferias; *podcast*; pandemia; pesquisa exploratória; análise de conteúdo.

1. Contexto de pesquisa

Os arquivos da imprensa são fonte contumazes de pesquisa documental (MOREIRA, 2017) e é recorrente observar esse tipo de material como base de reflexões históricas ligadas ou não ao campo da comunicação. Em 2020, o que chama a atenção é que a produção da imprensa ao longo deste ano servirá de registro histórico e provavelmente será consultada com insistência por conta da conjuntura sanitária mundial permeada pelas particularidades da pandemia do Covid-19 – doença provocada pelo SarsCov-2 também chamado de novo coronavírus.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o estado de pandemia em 11 de março de 2020 (AGÊNCIA BRASIL, 2020). A partir dessa definição e, tendo em vista a situação de saúde pública em alguns países do mundo onde o número de pessoas infectadas e de óbitos provocados pela doença subia exponencialmente, as autoridades

passaram a promover um planejamento de combate e de contenção de danos. Dentre as medidas mais comuns em várias localidades do mundo, destaca-se o isolamento social – ação que consiste na suspensão de atividades presenciais consideradas não-essenciais. Uma discussão pública sobre o que poderia ser considerado essencial foi observada logo no início desses processos e os resultados da reflexão também encontram certo padrão nos vários países atingidos pela pandemia – na verdade, não é possível dizer com segurança se algum país ficou realmente imune ao contágio planetário. Nesse sentido, além dos serviços de saúde, com destaque para os atendimentos emergenciais, entraram nesse grupo de atividades essenciais poucos setores do comércio, como os supermercados e farmácias; alguns serviços públicos, como segurança pública; e áreas estratégicas como transporte de cargas. Uma parcela importante da população teve sua circulação restrita por medidas das autoridades – algumas mais impositivas outras menos – cujo objetivo era diminuir a presença em espaços coletivos.

No Brasil, esse processo foi recebido com críticas e resistência, inclusive por representantes do Poder Executivo. A falta de um direcionamento mais homogêneo criou algumas dificuldades a mais para lidar com a epidemia em território brasileiro. Seria impossível dar conta da multiplicidade de contraditórios e de detalhes registrados em decretos nas três instâncias da estrutura governamental brasileira durante o período neste artigo, por isso apenas indica-se que esse debate no Brasil não foi tão simples e fácil quanto a descrição sobre o aspecto comum na indicação da medida de isolamento apresentada no parágrafo anterior pode fazer crer. Mesmo assim, boa parte das atividades produtivas foram reorientadas para o sistema de trabalho remoto, a distância, também nomeado de *home office*. O setor das comunicações, justamente por isso, passou ao centro do debate o que evidenciou duas questões: a desigualdade social produzida pela infraestrutura de (tele)comunicações (BRANDÃO, 1999; SILVA, 2015) que não está disponível para uma parcela significativa da população brasileira e a importância do acesso a informações confiáveis e, portanto, checadas o que, em outras palavras, ressalva o direito à informação e enfatiza o papel central do jornalismo nessa questão.

2. Jornalismo das periferias



O trabalho jornalístico, no período de pandemia, se intensificou (FIGARO, 2020). Em alguns casos, essa intensidade ampliada significou mais trabalho no mesmo tempo de atividade laboral em sistema remoto. Muitas empresas jornalísticas implementaram o trabalho a distância para diminuir a circulação nas redações e, paralelamente, observou-se também um volume ampliado de demissões e redução salarial (MACIEL; DOLCE, 2020).

As dificuldades observadas nesse contexto social também atingiram jornalistas que atuam em frentes de trabalho em arranjos alternativos às corporações de mídia (FIGARO, 2018). Os coletivos ou grupos de jornalistas responsáveis por essas produções também enfrentaram desafios no que concerne à segurança no trabalho, ao aumento da demanda por informação, às limitações financeiras, entre outros aspectos desse contexto de pandemia. Uma parcela desses produtores de jornalismo profissional atua nas periferias dos centros urbanos e por conta de sua identificação com os territórios periféricos, estes grupos se apresentam como jornalistas das periferias.

O jornalismo das periferias, que vem sendo estudado em pesquisa mais ampla (ROVIDA, 2020), é produzido por jornalistas profissionais cujo objetivo é criar narrativas sobre as periferias a partir das perspectivas periféricas. Dessa forma, as políticas editoriais dos veículos de comunicação das periferias são formuladas de acordo com o compromisso com o território e refinadas com base em outros interesses que permeiam o imaginário dos sujeitos que produzem esses espaços sociais como a questão feminina, o debate sobre raça e a discussão a respeito de classe social. Na mencionada pesquisa, quatro grupos¹ foram acompanhados/observados em um trabalho de campo realizado entre 2018 e 2019. Foram desenvolvidas incursões para observar os jornalistas, sujeitos de pesquisa, em suas atividades laborais e seis profissionais foram entrevistados e incluídos no trabalho como personagens e informantes (GEERTZ, 2008). O trabalho, conformado como abordagem etnográfica, gerou um diário de campo com detalhes sobre essa realidade laboral na Região Metropolitana de São Paulo (RMSP).

A partir da reflexão desenvolvida com os dados desse diário de campo, obteve-se alguma compreensão sobre esse universo de produção jornalística que se mostra

¹ São eles: agenciamural.org.br; periferiaemmovimento.com.br; almapreta.com; nosmulheresdapereira.com.br.

efervescente e capaz de costurar perspectivas múltiplas sobre uma parcela do território dos 39 municípios que compõem a RMSP raramente contemplada na cobertura da imprensa *mainstream*. De forma resumida, observa-se que o jornalismo das periferias expõe a pluralidade de vozes e perspectivas que fazem parte desse contexto social, possibilitando um olhar mais complexo e, por isso mesmo, mais adequado sobre esses territórios. Ainda que essas produções priorizem o público das periferias, suas narrativas são acompanhadas e consumidas também por um público não periférico.

No contexto de 2020, o jornalismo das periferias se viu como braço essencial na cobertura da imprensa justamente porque esses territórios foram atingidos pela pandemia de maneira singular (PORTO, 2020). Dispondo de experiência e de uma rede de fontes de informação nas periferias da metrópole, esses jornalistas puderam trazer para o debate público uma complexidade de situações não observadas em outras áreas das cidades brasileiras. Tais situações tem relação com a desigualdade social flagrada na falta de infraestrutura urbana que caracteriza os bairros periféricos das cidades brasileiras. De certa forma, essa realidade típica do processo de urbanização brasileira (KOWARICK, 1994), combinada à pandemia, intensifica a vulnerabilidade de uma parte significativa das pessoas que vivem nesses espaços. Se os pesquisadores e especialistas nas questões urbanas já chamavam a atenção para as particularidades das periferias que produziram dificuldades a mais no combate à pandemia, os jornalistas levantaram números, contaram histórias e narraram a partir dos seus territórios a experiência desse período. Nesse sentido, a criatividade e a capacidade de reação para seguir produzindo jornalismo num contexto conturbado se concretiza em novos produtos, pensados especificamente para o momento de pandemia, que parecem atender às demandas por informação sem interferir no isolamento social. Como exemplar dessas produções, optou-se neste artigo pelo *podcast* produzido pela Agência Mural de Jornalismo das Periferias que será analisado a seguir.

3. O *podcast* da Agência Mural

‘Em quarentena’, esse é o nome do *podcast* criado pela Agência Mural de Jornalismo das Periferias para reunir histórias sobre o período de pandemia do Covid-19. A

Agência é um grupo, ou coletivo, formado por pessoas interessadas na produção jornalística que vivem em bairros periféricos das cidades da RMSP. O grupo foi criado em 2010 como parte das atividades de uma série de oficinas feitas por repórteres do jornal Folha de S.Paulo. As oficinas sobre jornalismo local foram ministradas por um jornalista da BBC de Londres em São Paulo e, como resultado final, um grupo de 20 jornalistas criou o Blog Mural, hospedado na Folha On-line. O objetivo era manter um espaço para produzir e divulgar narrativas sobre as periferias, fugindo de estereótipos observados na cobertura mais recorrente da imprensa.

A iniciativa do blog teve sucesso a ponto de novas produções surgirem como fruto desse produto midiático que continua existindo, mas agora como parte de um trabalho mais amplo. A Agência Mural de Jornalismo das Periferias foi criada para agrupar os vários projetos encapados pelos muralistas, como são chamados os mais de 80 participantes do grupo. As parcerias firmadas com empresas de comunicação, entidades filantrópicas e outros atores sociais têm permitido remunerar parcialmente o trabalho dos muralistas que, espalhados por quase todos os municípios da RMSP, conseguem abranger uma área de cobertura que nenhum veículo, mesmo aqueles ligados a grandes corporações de mídia, alcança.

A relação dos muralistas com as periferias – apresentadas propositalmente no plural para enfatizar sua multiplicidade – é estreita e, por isso, facilita uma leitura mais dialógica (MEDINA, 2008) tanto no que diz respeito aos protagonistas periféricos quanto ao público preferencial que é formado pelos próprios moradores desses territórios. Algumas das cidades cobertas pela Agência Mural, por exemplo, podem ser consideradas desertos de notícia (DEOLINDO, 2018) por não contarem com infraestrutura de imprensa ainda que esses territórios estejam na região metropolitana mais populosa e mais rica do Brasil.

Durante a pandemia, assim como os profissionais de outros veículos de comunicação, os muralistas tiveram de adaptar-se para continuar atuando com o mínimo de segurança. O trabalho remoto, costurado pela intensa interação on-line, já era parte do cotidiano laboral da Agência Mural que não tem uma sede fixa. Mas a produção dos muralistas sempre teve como uma de suas premissas o investimento na apuração que inclui a interação presencial com os personagens das cidades ou, como diria Cremilda

Medina (2016), o ato presencial. Nesse sentido, as adaptações precisaram ser implementadas para lidar com a necessidade do isolamento social, sem perder o diferencial de permitir em suas produções a presença insistente das vozes das periferias. Essa demanda está presente em todas as produções da Agência Mural nesse período, mas ganha contornos fortes no *podcast* ‘Em quarentena’.

Nos últimos anos, o investimento em produções digitais se tornou lugar comum na imprensa. Alguns formatos foram alçados aos primeiros postos das listas de preferência do público e também dos produtores de conteúdo. O *podcast* certamente aparece com destaque nesse cenário e, embora esteja em alta, sua definição como produto jornalístico ainda gera dúvidas. Por isso, parece apropriado buscar apoio no campo da pesquisa em jornalismo para ter alguma referência.

O podcast é uma mídia sonora cuja difusão se dá por meio da internet. Entre suas características básicas estão o fato de dividir-se em episódios temáticos, o baixo custo da produção, a busca por uma linguagem mais simples e maior liberdade de temas e formas de abordagem (FALCÃO; TEMER, 2019, p. 1).

Na síntese de Falcão e Temer (2019), observam-se os aspectos basilares dessa mídia que já vem sendo tratada como gênero jornalístico resultante do desenvolvimento da rádio web e, portanto, como herdeira direta do radiojornalismo.

Além de ser uma mídia sonora digital, o *podcast* atende à demanda de consumo de comunicação contemporânea que cada vez mais se configura por uma liberdade de escolha da audiência, em contraponto às rígidas grades de horário das mídias tradicionais. Nesse sentido, o ‘Em quarentena’ tem sido produzido para circular de forma acessível, contemplando inúmeras interfaces. Na página da Agência Mural, a lista de episódios do *podcast* permite o acesso por diferentes agregadores, aplicativos ou sistemas como Spotify, Apple Podcasts, YouTube, Google Podcasts, Instagram e WhatsApp. Essa última opção merece um pouco mais de atenção, até porque o WhatsApp é o sistema de mensagens mais popular no Brasil e vem sendo alvo de investimento de alguns jornalistas das periferias que distribuem resumos e outros recortes de suas produções pelo aplicativo. O áudio se adequa bem ao sistema e, principalmente, ao padrão de uso do WhatsApp, sendo esta percepção aquilo que parece nortear algumas produções mais recentes como o próprio ‘Em quarentena’.

A flexibilidade do *podcast* como arquivo de áudio que pode ser distribuído por essa diversidade de plataformas contribui, sem sombra de dúvidas, para a ampliação do alcance dessas produções. No período de isolamento social, com uma infraestrutura de Internet precária, como já mencionado anteriormente, o acesso dos moradores das periferias à informação se direcionou também para o sistema de mensagens que já era popular. Não por acaso, toda identidade sonora do ‘Em quarentena’ faz referência ao WhatsApp, com efeitos e recortes típicos do sistema.

A duração das edições, de seis a oito minutos em média – alguns poucos episódios têm um ou dois minutos a mais ou a menos –, também parece estruturada como parte de uma estratégia que considera os padrões de comportamento dos usuários desses sistemas. As edições, portanto, podem ser consumidas sem que para isso o ouvinte tenha que dispor de um tempo alargado ou de um volume excessivo de dados de seu pacote de Internet.

A produção do ‘Em quarentena’ é feita pela jornalista Ana Beatriz Felício que mora em Carapicuíba, cidade da RMSP. Ela publicou na Newsletter de Junho de 2020 da Agência Mural um relato² sobre essa produção que, de acordo com o texto, foi totalmente planejada e vem sendo desenvolvida no isolamento social. Ainda de acordo com o relato, nas primeiras 40 edições do *podcast* foram ouvidas 120 pessoas e, para isso, a jornalista contou com o apoio da rede de muralistas que ajudou a encontrar as fontes de informação consultadas nesse processo. Em contato informal por WhatsApp com a autora deste artigo, Ana Beatriz confirmou que as entrevistas foram realizadas e gravadas por ligação telefônica e WhatsApp.

A apresentação do *podcast* é feita por Vagner de Alencar, diretor de jornalismo da Agência Mural. Ele faz a costura da narrativa, identifica os personagens e os repórteres que falam, além de indicar o tema e as perguntas que nortearam a conversa com as pessoas que participam de cada edição. As trilhas são escolhidas de acordo com a pauta e, além das vinhetas e demais elementos da identidade do produto que são fixos, completam a paisagem sonora (BORGES, 2012) do *podcast*.

De acordo com Ana Beatriz Felício, a montagem e edição de áudio do *podcast* foi inicialmente realizada pelo próprio Vagner de Alencar e pelo diretor de negócios da

² Relato de Ana Beatriz Felício, disponível em: <https://madmimi.com/s/45c6d01> Acesso em: 24 jun. 2020.

Agência Mural e idealizador da produção, Anderson Meneses. As 40 primeiras edições, separadas como corpus de análise deste artigo, foram produzidas por essa equipe. Algumas semanas depois desse período recortado, uma pessoa foi contratada para ajudar na tarefa de edição de áudio. O ‘Em quarentena’ é publicado diariamente, exceto aos fins de semana. De 23 de março de 2020 a 25 de maio de 2020, período de publicação das primeiras 40 edições, observou-se apenas um lapso no dia 7 de maio – devido à falta de energia na casa do responsável por fechar a publicação. No 40º episódio, comemora-se a marca da quarentena completa em edições e conta-se um pouco dos bastidores desse fazer jornalístico diário em isolamento social. Anota-se ainda que, a partir do 26º episódio, o ‘Em quarentena’ passa a ter apoio do Instituto Unibanco.

Para compreender melhor essas narrativas sonoras, apresenta-se a seguir os resultados da pesquisa exploratória orientada pelas noções da análise de conteúdo desenvolvida neste trabalho. Essa escolha metodológica se afina à ideia de que “A análise de conteúdo pode ser empregada em estudos exploratórios, descritivos ou explanatórios” (HERSCOVITZ, 2018, p. 127). O objetivo da investida é observar de que maneira a política editorial da Agência Mural se faz presente num produto de mídia sonora, criado no período de pandemia.

4. Análise de conteúdo

Por meio da estratégia de leitura flutuante – etapa de pré-análise que permite anotar as primeiras impressões do material que forma o corpus de pesquisa (FONSECA JÚNIOR, 2017) –, os 40 primeiros episódios do ‘Em quarentena’ foram ouvidos e algumas impressões foram anotadas. O primeiro aspecto que se observa tem relação com a ênfase dada pelo apresentador Vagner de Alencar a um público presumido que seria formado por moradores das periferias da RMSP. Essa costura é concebida em detalhes da narração que reforçam a perspectiva das periferias como enquadramento do produto midiático. Essa postura tem a ver com a política editorial da Agência Mural e é buscada em suas produções de maneira geral. No caso específico do ‘Em quarentena’, observa-se esse aceno em passagens como “acesse o site e consulte as informações, claro, se seu WiFi permitir e sua Internet for suficiente” ou em afirmações que parecem pressupor

um ambiente de audiência permeado simbolicamente por indicadores das periferias. Paralelamente, a relação do *podcast* com o período de isolamento social demandado pela pandemia se estabelece obviamente pelo nome do produto, na vinheta de encerramento – “lave as mãos e se possível fique em casa” – e na abertura dos episódios quando o apresentador diz “Oi, eu sou Vagner de Alencar e estou ‘Em quarentena’”.

Alguns entrevistados também ajudam a compor o enquadramento da produção pelo ponto de vista dos sujeitos periféricos ao se apresentarem como atores da quebrada, termo que remete a uma relação afetiva com a periferia (ROVIDA, 2020). Os elementos das vozes ouvidas nas edições em conjunto com a narrativa do apresentador dão a tônica dessa perspectiva e confirmam que a política editorial é cuidadosamente observada como diretriz da produção do *podcast*. Para explorar melhor esse elemento narrativo, buscou-se identificar com alguma sistematização o perfil das fontes de informação que aparecem nos 40 episódios analisados. Neste momento, entra-se na fase de exploração do material (FONSECA JÚNIOR, 2017) com o objetivo de compreender o perfil, a partir de uma classificação de fontes, e a recorrência dessas vozes nos episódios.

Como suporte teórico, foi utilizada a classificação de fontes jornalísticas de Nilson Lage (2002) que apresenta três categorias: 1. Fontes oficiais, oficiosas e independentes; 2. Primárias e Secundárias; 3. Testemunhas e Experts. A terceira categoria, em particular, nos ajuda a perceber se a narrativa jornalística se sustenta pela perspectiva dos ditos especialistas ou se permite a presença dos protagonistas da cena viva (MEDINA, 1996). Nesse sentido, é possível afirmar sem dúvidas que as edições de ‘Em quarentena’ estão baseadas majoritariamente nas falas de personagens ou fontes testemunhais que relatam suas experiências em variadas facetas do período de isolamento social demandado pela pandemia. Das 120 vozes ouvidas, nessas 40 edições – contabilização feita pela própria Agência Mural e relatada por Ana Beatriz Felício na Newsletter anteriormente citada –, apenas 17 especialistas ou experts foram ouvidos, sendo que seis deles foram apresentados de uma maneira vinculada às periferias. No episódio 11 (6/4/2020) cujo título é ‘Como manter a saúde mental nas periferias’, duas psicólogas participaram do *podcast* e ambas atuam em projetos sociais em periferias da capital paulista. Outro exemplo pode ser encontrado no episódio 17 (15/4/2020) intitulado ‘Os boletos e a pandemia’ em que o educador financeiro ouvido é dono do canal do YouTube

Favelado Investidor. Dessa forma, observa-se que mesmo os experts tendem a ser apresentados também pelos vínculos com o território.

Uma única fonte oficial aparece nesse período de produção. No episódio 36 (18/5/2020) que traz como título ‘Como é andar de transporte público durante a pandemia’, há uma reprodução de pronunciamento oficial do prefeito da cidade de São Paulo, Bruno Covas. Ainda que se possa computar essa participação como fonte oficial, é notável que se trata de uma presença secundária em relação aos demais perfis de participação. Mesmo os representantes de projetos sociais ou movimentos que atuam em frentes nas periferias aparecem como personagens das narrativas e não necessariamente como porta-vozes de grupos oficialmente constituídos. Dessa forma, essa categoria de fontes não se mostrou em variações substantivas.

A segunda categoria de Lage (2002), fontes primárias e secundárias, parece ter sua divisão um tanto borrada pela temática de fundo, a pandemia e o isolamento social. Mesmo quando as pautas parecem não envolver as fontes diretamente, as pessoas ouvidas acabam se mostrando personagens de ações (ou cenas do cotidiano) nas periferias. Dos 17 especialistas contabilizados, por exemplo, 11 não apareceram de alguma forma vinculados ao cenário das pautas e, por isso, poderiam ser consideradas fontes secundárias. Com base nessa conta, as demais 109 vozes ouvidas nos 40 episódios analisados podem ser classificadas como primárias porque contribuem na narrativa com suas experiências e vivências.

Outro aspecto da produção alvo de categorização nesta análise é o perfil das pautas apresentadas no *podcast* o que se afina com a ideia de unidade de registro temática, conforme Herscovitz (2018). Já na etapa de leitura flutuante foi possível perceber uma ênfase em três grupos temáticos: 1. Prestação de serviço informativo; 2. Histórias de personagens das periferias; 3. Ações de sujeitos periféricos durante o isolamento social. As três categorias não são estanques e em alguns episódios dividiram as atenções dos produtores do *podcast*, por isso a soma total das ocorrências dessas categorias supera a quantidade de episódios – unidade de análise desta pesquisa – que compõem o corpus do trabalho, conforme pode ser observado na Tabela 1 – Ocorrência dos perfis de pauta.

Tabela 1 – Ocorrência dos perfis de pauta

Perfil da pauta	Ocorrências
Prestação de serviço informativo	18
Histórias de personagens das periferias	17
Ações de sujeitos periféricos durante o isolamento social	13
Total	48

Fonte: produção da autora.

É pertinente observar a divisão quase igualitária entre narrativas sobre personagens das periferias e a prestação de serviço informativo. No primeiro item da tabela, destacam-se episódios que tratam de questões surgidas no período de quarentena como o auxílio emergencial do Governo Federal que tinha por objetivo distribuir três parcelas de 600 reais para um determinado grupo de pessoas em todo o país. O benefício esteve desde o início permeado por dúvidas e dificuldades sobre quem tinha ou não direito de receber, como apresentar a solicitação ao Governo, o que fazer para receber o dinheiro e como transferi-lo ou utiliza-lo para pagamento de contas. Alguns episódios agrupados nessa categoria foram organizados como espaços de perguntas da população respondidas por especialistas. Mas também se observou uma ênfase no testemunho de pessoas comuns que compartilhavam suas experiências nessas situações geradoras de dúvidas.

As 17 ocorrências de histórias de personagens das periferias trazem relatos de mães de crianças e adolescentes com deficiência física que enfrentam dificuldades extras no período de isolamento; pessoas que voltaram para suas cidades de origem em outros estados para cumprir o período de isolamento; jovens em fase de vestibular com dificuldades para estudar por conta do acesso precário à Internet; trabalhadores de diferentes categorias que tiveram de se adaptar ao isolamento; entre outras pautas que em seu conjunto contribuem para criar um panorama das experiências periféricas no período da pandemia. Nesse cenário, destaque-se o episódio 38 intitulado ‘Como é se recuperar da Covid-19’ que, além de trazer o testemunho de quem esteve doente, iniciou-se

com uma homenagem ao jovem João Pedro, assassinado em São Gonçalo no Rio de Janeiro, durante uma ação policial, enquanto o isolamento social era cumprido.

Por último, as 13 edições que contemplaram a temática das ações de sujeitos periféricos durante o isolamento social evidenciaram a potência das periferias (D'ANDREA, 2013). Em outras palavras, é anotada nessas narrativas a capacidade de auto-organização e de articulação de grupos que já atuam nas periferias para se mobilizar e sanar demandas que o poder público não atende. Do grupo de mulheres que produziu máscaras para distribuir entre moradores da periferia de Carapicuíba à atuação dos jornalistas para levar informação sobre as periferias para as periferias, tem-se a efervescência dos sujeitos periféricos representada ou apresentada.

Para finalizar essa etapa da análise e como procedimento de transparência, a Tabela 2 – Perfil das pautas apresentadas mostra como as unidades de análise foram organizadas nessa categorização. Isso permite que outros pesquisadores possam questionar, tencionar ou propor alternativas à classificação elaborada, uma vez que todo o conteúdo analisado está disponível na Internet.

Tabela 2 – Perfil das pautas apresentadas

Perfil da pauta	Episódios
Prestação de serviço informativo	5 7 8 9 10 11 16 17 20 21 25 26 28 29 33 36 37 39
Histórias de personagens das periferias	1 2 3 4 6 9 11 15 23 24 27 30 31 32 34 36 38
Ações de personagens das periferias durante o isolamento	5 11 12 13 14 18 19 22 29 31 35 39 40

Fonte: produção da autora.

5. Algumas considerações

Como parte de uma estratégia para continuar acompanhando a atuação dos grupos que participaram da pesquisa sobre o Jornalismo das Periferias, este trabalho se insere num universo reflexivo pautado pela ideia de que os fenômenos sociais são dinâmi-



cos e, sendo assim, é impossível dar os estudos por finalizados. Ainda que a pesquisa mencionada como ponto de apoio para a presente reflexão tenha sido registrada em artigos e em um livro (ROVIDA, 2020), essa prática jornalística elencada como alvo de interesse segue efervescente e em transformação seja porque os profissionais responsáveis por essa produção estão se aprimorando em vários aspectos, seja porque a dinâmica da vida se impõe de maneiras inesperadas como a pandemia.

Ao acompanhar as escolhas dos jornalistas nesse período de isolamento social e eleger o ‘Em quarentena’ como objeto de análise, observou-se não apenas de que maneira as estratégias narrativas têm sido orientadas pelas políticas editoriais já identificadas – o que, no presente objeto, está pautado pela fala do apresentador; pelo enquadramento das pautas que privilegia a experiência dos personagens das periferias, apresentados em sua multiplicidade; e pela insistência em um determinado perfil de fonte de informação, isto é, os protagonistas das periferias –, como também foi anotada uma tendência de formatos narrativos ou produtos midiáticos que ganham destaque nessas iniciativas. Em outros termos, a pandemia parece intensificar as demandas por informação, tornando ainda mais urgentes alternativas adequadas à realidade social. Isso significa que expor os problemas de infraestrutura, neste caso, de telecomunicações é importante e faz parte do papel social dos jornalistas de forma geral, mas de imediato é preciso investir em fórmulas de comunicação mais acessíveis ao público que se quer alcançar. Nesse sentido, o investimento no WhatsApp como plataforma de distribuição de conteúdo é um aspecto destacável dessas práticas jornalísticas. Certamente, o olhar para esse aplicativo de mensagens estabelecido nessas produções, em especial no ‘Em quarentena’, é inovador e pode ser uma saída eficiente para vencer barreiras da audiência nas próprias periferias, não apenas durante a pandemia. Essa questão apareceu como um desafio dos produtores de comunicação das periferias em inúmeros momentos da pesquisa de campo mencionada anteriormente. Isso porque as produções desses grupos são distribuídas quase exclusivamente de forma on-line, embora a Televisão continue sendo líder de audiência nos territórios periféricos.

Além disso, a análise de conteúdo ajudou a compreender como a pluralidade das periferias é contemplada na produção da Agência Mural. Os personagens – ainda que as fontes primárias e testemunhais sejam a maioria esmagadora das vozes dos episódios

analisados – são acionados numa variedade de experiências e vivências que demonstra a existência de uma multiplicidade de expertises nas periferias o que contribui para tencionar o estereótipo de sujeito periférico como população carente. A ressignificação de ser periférico ou de sujeito periférico vai se consolidando em inúmeras iniciativas que, ao serem registradas pelos jornalistas e alcançadas pelo público de outros moradores desses territórios, amplia a abrangência dessa mudança de tônus – de carência para potência, conforme estudado e analisado por Tiarajú Pablo D’Ándrea (2013).

O perfil temático das pautas também evidencia o compromisso dos jornalistas com a política editorial engajada, além de indicar o amadurecimento desses produtores de comunicação em seu papel de mediação dialógica. Isso porque busca-se trazer a baila pautas de interesse do público idealizado, mantendo o diálogo entre os atores sociais vinculados aos territórios. De certa maneira, observa-se que personagens, público presumido e jornalistas estão todos imersos no mesmo espaço social o que possibilita uma interação orientada pelo que se chamou em outro momento de diálogo social *solidário*³ (ROVIDA, 2015). Aqui tangencia-se outro tema que não seria possível aprofundar no espaço deste artigo. Portanto, finaliza-se com a indicação de que a presente análise aponta tendências nas estratégias de produção jornalística das periferias (o que é representado pelo uso criativo do WhatsApp), consolidação de práticas editoriais (a manutenção do compromisso com a periferia mesmo no isolamento social) e amadurecimento do entendimento do papel desempenhado pelos jornalistas nos territórios periféricos (que se mantiveram nessa relação de mediadores sociais).

Referências

³ Diálogo social *solidário* é uma síntese conceitual, observada como possibilidade para compreender o contexto social anotado na pesquisa de campo relatada por Rovida (2015). A dialogia jornalística (MEDINA, 1996), orientadora das narrativas produzidas pelos repórteres em campo, dá visibilidade e amplia a abrangência de certos fenômenos sociais ao incluir o público fruidor da informação jornalística na interação promovida pelo mediador social (jornalista). Na pesquisa mencionada (ROVIDA, 2015), observou-se que esse potencial dialógico da produção jornalística não apenas deu visibilidade a uma ocorrência de solidariedade orgânica (DURKHEIM, 2004) como interferiu na abrangência do fenômeno social estudado por Durkheim ao incluir o público nessa dinâmica. Essa situação em que a solidariedade orgânica, que orienta as interações dos personagens da narrativa jornalística e do jornalista, parece alcançar o público pela mediação do repórter foi nomeada de diálogo social *solidário*.

AGÊNCIA BRASIL. Organização Mundial da Saúde declara pandemia de coronavírus. **EBC**, Brasília, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-03/organizacao-mundial-da-saude-declara-pandemia-de-coronavirus> Acesso em: 23 jun. 2020.

BORGES, Paulo. O ruído na formação de paisagens sonoras no radiojornalismo. MENEZES, José Eugênio de O.; CARDOSO, Marcelo (Orgs). **Comunicação e cultura do ouvir**. São Paulo: Plêiade, 2012, p. 455-473.

BRANDÃO, Antônio Carlos. A política de telecomunicações no Brasil: o do Monopólio ao recente processo de privatização e regulamentação. In **Congresso Brasileiro de História**, 3º, 1999, Curitiba. Anais: ABPHE, 1999.

D'ANDREA, Tiarajú Pablo. **A formação dos Sujeitos Periféricos: Cultura e Política na Periferia de São Paulo**. 295 f. Tese. Doutorado em Sociologia. Orientadora: Profa. Dra. Vera da Silva Telles. Universidade de São Paulo, USP, São Paulo, 2013.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. O deserto da notícia no interior do Brasil – apontamentos para uma pesquisa. **Anais**. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville, SC. 2018.

DURKHEIM, Émile. **Da divisão do trabalho social**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

FALCÃO, Bárbara Mendes; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. O *podcast* como gênero jornalístico. In **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 42º, 2019, Belém, Anais: Intercom, 2019.

FIGARO, Roseli (Org). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA-USP, 2018.

FIGARO, Roseli (Org). **Como trabalham os comunicadores em tempos de pandemia do Covid-19?** São Paulo: ECA-USP, 2020.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2017, p. 280-304.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. LAGO, Cláudia; BENNETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2018, p. 123-142.

KOWARICK, Lúcio (Org). **As lutas sociais e a cidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1994.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

MACIEL, Alice; DOLCE, Julia. Jornalistas arriscam a vida na crise do coronavírus em meio a demissões, cortes de salário e agressões do presidente. **A Pública**, 2020. Disponível em:

<https://apublica.org/2020/05/jornalistas-arriscam-a-vida-na-criese-do-coronavirus-em-meio-a-demissoes-cortes-de-salario-e-agressoes-do-presidente/> Acesso em: 23 jun. 2020.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista – diálogo possível**. São Paulo: Ática, 2008.

MEDINA, Cremilda. **Ato presencial – mistério e transformação**. São Paulo: Casa da Serra, 2016.

MEDINA, Cremilda (org.). **Povo e personagem**. Canoas: Ulbra, 1996.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2017, p. 269-279.

ROVIDA, Mara. **Jornalistas das periferias – o diálogo social *solidário* nas bordas urbanas**. Curitiba: CRV, 2020.

ROVIDA, Mara. **Jornalismo e trânsito – o diálogo social *solidário* no espaço urbano**. São Carlos: Edufscar, 2015.

PORTO, Marcelo Firpo. No meio da crise civilizatória tem uma pandemia: desvelando vulnerabilidades e potencialidades emancipatórias. **Vigilância Sanitária em Debate: Sociedade, Ciência & Tecnologia**. Rio de Janeiro, 2020, v. 8, n. 2, p. 1-9.

SILVA, Paulo Fernando Jurado da. **Geografias das telecomunicações no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp, 2015.