

Entrevista

## De dentro pra dentro:

Jornalismo de olhar periférico no centro da prosa

Edgard Patrício<sup>1</sup>

Luan Matheus Santana<sup>2</sup>

Mara Rovida<sup>3</sup>

Verônica Lima<sup>4</sup>

### Resumo

Convidamos Gabrielle Guido, Brenda Gomes, ambas do coletivo *Entre Becos*, em Salvador, e Aline Rodrigues, da *Periferia em Movimento*, em São Paulo, para uma prosa sobre algumas questões geradoras que atravessam o cotidiano das iniciativas de jornalismo independente. A relação com a decolonialidade deixamos para que nossa(o)s leitora(e)s percebam, a partir do diálogo que se estabelece pelas vivências de cada uma. Foi um prazer conversar com vocês, e agradecemos demais a colaboração que deram à discussão!

Palavras-chave: Decolonialidade. Jornalismo independente. Periferias.

255

### Within to Within: Peripheral Gaze Journalism at the Center of Discourse

#### Abstract

We invited Gabrielle Guido and Brenda Gomes, both from the collective "Entre Becos" in Salvador, and Aline Rodrigues from "Periferia em Movimento" in São Paulo, for a discussion on several generative issues that permeate the daily practices of independent journalism initiatives. We leave the relationship with decoloniality for our readers to perceive through the dialogue that emerges from each individual's experiences. It has been a pleasure to engage in conversation with all of you, and we deeply appreciate the valuable contributions you have made to this discussion.

Keywords: Decoloniality. Independent journalism. Outskirts.

---

<sup>1</sup> Professor do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: [edgard@ufc.br](mailto:edgard@ufc.br).

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: [luammatheus@gmail.com](mailto:luammatheus@gmail.com).

<sup>3</sup> Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (PPGCC-Uniso) e pesquisadora de pós-doutorado do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (PPGJor/UEPG). E-mail: [mararovida@gmail.com](mailto:mararovida@gmail.com).

<sup>4</sup> Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM/UFF) e integrante do grupo Comunicação-Decolonialidade, da Associação Latino-Americana de Pesquisadores em Comunicação (Alaic). E-mail: [veronica.alveslima@gmail.com](mailto:veronica.alveslima@gmail.com).

**Gabrielle Guido:** O negócio de ficar perguntando quem [começa a falar] acaba virando a primeira, né? Mas meu nome é Gabriele Guido, eu moro em Salvador já há mais de 20 anos, já me sinto soteropolitana, mas nasci no Tocantins. Acho que é legal dizer um pouquinho das nossas origens, divido sempre a fala com as minhas colegas, a gente vem sempre em dupla. A gente faz parte do coletivo chamado *Entre Becos*, que produz reportagens sobre as periferias de Salvador a partir da perspectiva da periferia.

**Brenda Gomes:** Pronto, meu nome é Brenda Gomes, sou jornalista, sou mãe de Ravi, faço parte do grupo de jornalismo local *Entre Becos*. Sou de Salvador, moro em Salvador, moro no Garcia, mas sou cria de um bairro chamado Sussuarana, que é uma periferia aqui de Salvador também. E é isso.

**Aline Rodrigues:** Bom, sou Aline, da *Periferia em Movimento*, falo aqui do Campo Limpo, bairro de Jardim Ingá, zona sul de São Paulo. Gosto do que Gabrielle traz, importante dizer de onde a gente vem e pra gente é essa essência mesmo. O nosso jornalismo já parte desse lugar de entender quem somos, e é isso. A gente se propõe a produzir notícias, registrar a perspectiva das *quebradas* com recorte, a linha editorial de falar de quem está à frente da luta por direitos, por diversos direitos essenciais, básicos, pra garantir a dignidade do nosso povo. E a gente faz isso principalmente na internet, mas também tem uma frente igualmente importante que é o offline, a troca de ideia com as pessoas no dia a dia. E a gente tem a nossa metodologia de educação midiática, né? Que é estar nos espaços debatendo sobre o fazer jornalístico. Não só pra levar as nossas notícias pras pessoas, mas também motivá-las a fazerem o seu registro da história.

**Pauta Geral (PG):** A gente colocou aqui o que é fato jornalístico pra vocês, ou seja, o que vira notícia na *Entre Becos*?

**Gabrielle:** Pensando a nossa linha editorial, que é o que vai guiar o que a gente fala e o que não fala, acho que a gente tem primeiro como premissa as notícias das periferias. Isso já dá um recorte que a gente não vai falar de regiões como Barra [bairro de Salvador], que todo mundo conhece, a gente não vai falar sobre bairros que estão com uma grande concentração de renda e criam uma dinâmica social completamente diferente das periferias de Salvador. A gente tem uma política de falar de jornalismo de solução,

então a gente está querendo entender o que a periferia está fazendo, criando e inovando em seus processos, contribuindo com a ação cidadã. Por isso também a gente vai falar de problemas, mas não vai falar de violência e assistencialismo. Eu acho que isso é uma coisa que vai dizendo pra gente o que pode virar notícia, porque a nossa intenção é fazer parte de um ecossistema de notícias, e a gente entende que a grande mídia já fala de maneira violenta, assistencialista, de maneira reducionista. Então a gente está buscando histórias que sejam do campo da área da cidadania, mas também histórias que possam criar registros sobre bairros que não são noticiados. Então a gente pode falar de uma iniciativa de bairro, de uma pessoa que teve uma grande conquista, que criou uma casa especial, que vende de um jeito diferente. Porque a gente entende também que fazer esse registro contribui com a história dos bairros, e não ficar com uma história só limitada. Então eu acho que é o que os bairros estão fazendo, o que as pessoas desses bairros estão fazendo e como estão fazendo também.

**Brenda:** Para além disso que você falou, também é contar para além do que os grandes meios de comunicação estão fazendo, né? Porque muitas vezes as histórias das periferias são limitadas pelo que os grandes meios de comunicação trazem. E essas pessoas não estão dentro desses espaços. A gente tem um diferencial que são os nossos correspondentes, nossos repórteres, que também estão dentro das periferias. Então as histórias estão sempre próximas. Não é uma narrativa que não tem o sentimentalismo, um sentimental, não tenha empatia, é sempre com um olhar também de quem está por dentro, de quem enxerga aquilo ali: “Poxa, isso pode ser notícia, isso deve ser notícia”. Ver nos critérios de noticiabilidade do jornalismo o que pode ser aplicado também, eu acho que é muito disso. E aí a partir disso contar uma histórias a partir de outros vieses. A gente vê algumas histórias que saem a partir do nosso conteúdo... Saiu, por exemplo, na nossa *news*, e às vezes vai pra imprensa maior, os grandes jornais, e aí a gente vê que sai depois que a gente publica lá e aí a gente pensa assim: “Poxa, por que não deram antes?”. Porque talvez não tenham tido esse olhar de apuração, de estar bem por dentro da casa, por dentro do movimento. Não entender também que esses espaços são espaços de construção de pauta de educação, de lazer, que não são só segurança pública, que isso é uma coisa que a gente, como Gabi falou, a gente não cobre. Porque entende que não é só sobre isso e também que a gente não tem uma estrutura pra isso, são coisas muito delicadas, sabe?

**PG:** E Ravi está tão quietinho, tô impressionado! [Brenda segurava no colo o filho, Ravi] Então, vamos lá Aline, o que seria o fato jornalístico aí pra *Periferia em Movimento*?

**Aline:** Bom, eu acabei até falando um pouquinho na minha apresentação, já estou me adiantando. Mas bom, como a gente tem esse propósito de dar o protagonismo de quem está à frente de lutas, dentro disso tem um universo, né? E é muito legal ouvir Gabrielle e Brenda, sim, porque a gente segue no mesmo caminho de contar as histórias que não são contadas, dar créditos pra quem não recebe historicamente os créditos, inclusive das lutas, das ideias, dos saberes. Historicamente é dado crédito pro político que conseguiu a construção da escola ali no bairro que as crianças precisam andar pra caramba pra acessar a educação. E não se contam lutas de décadas do território pra essa conquista. Aí vem alguém ali recém-eleito e coloca ali o nomezinho. E então a gente conta essa complexidade: “Olha, isso aconteceu agora, determinado parlamentar assinou pra que isso fosse garantido ou conduzir uma política pública”, mas existiram décadas de luta, décadas de elaboração de porquê que era importante a construção daquela escola ali, qual era a demanda do bairro e o quanto a população dava seu jeito de garantir educação pras crianças enquanto o oficial não chegava, a escola ali construída se fazia em espaços improvisados, e a gente conta todas essas histórias.

As pessoas que vão ali de alguma forma criando soluções, mesmo que improvisadas, mesmo que temporárias pra garantia de direitos. E dentro disso entra também a garantia de direito à memória, então a gente o tempo todo também conta a história dessas pessoas, dos lugares, e o quanto isso vai se relacionando com a garantia de direitos universais que estão postos. Dentro disso, inevitavelmente, a gente contempla o tempo todo a garantia de direito à informação e o direito à comunicação para que as pessoas acessem a informação, mas que elas também possam se comunicar por si só. E serem ouvidas. Muitos falam em *dar voz*, mas a gente não gosta disso porque sabe que as pessoas têm voz há muito tempo, o problema é chegar a voz delas nos lugares e influenciar, incidir. A Gabrielle define como *jornalismo de soluções*, e eu fiquei sabendo esses dias sobre esse termo num evento que eu fui e falaram sobre ele, e eu vi conexão com o que a gente faz também. Só que a gente há um bom tempo define o nosso jornalismo como um *jornalismo de quebrada*, de dentro pra dentro, que está pisando o chão do território. A nossa equipe também é periférica, então vai trazendo as pautas naturalmente. Porque, às vezes, nós somos a pauta quase, a gente só não dá entrevista.

E às vezes até rolam algumas produções especiais em que a própria equipe se posiciona, porque a gente vive e registra as histórias cuidando da ética jornalística, dos parâmetros jornalísticos que se pedem, então é esse todo a nossa linha editorial, é esse alerta constante, pisar no chão e dar crédito pra quem realmente é dona dos créditos, de tudo o que acontece nas quebradas, da luta por direitos, das histórias e da construção da sociedade como um todo, no fim das contas. Se a quebrada parar, o mundo para, né? Então é isso aí.

**PG:** Brenda falou da questão da proximidade, do jornalismo de proximidade, e a Aline colocou também a questão do jornalismo feito de dentro pra dentro. E aí eu colocaria pra vocês o seguinte: como é que é a relação da produção do jornalismo de vocês com as fontes? A gente sabe que, dentro do jornalismo convencional, existe um relacionamento entre jornalista e fonte. Vocês acham que de alguma maneira as iniciativas que vocês trabalham inovam em relação a esse relacionamento com as fontes?

259

**Gabrielle:** Uma coisa engraçada: a gente teve uma discussão sobre como a gente lida com as possíveis fontes de uma maneira diferente essa semana. Porque a gente viu que, primeiro, as fontes estão muito próximas e, às vezes, a gente está falando é de um compadre, é de uma comadre. É de um padrinho, é de um menino, uma vizinha que nos conhece há 20 anos. E aí a gente tem um grande parceiro que faz consultoria pra gente de edição. E ele falou: “Gente, não tem história interessante, não coloca”. E aí isso gerou uma discussão muito interessante, que é de pensar que a gente não pode fazer isso com essas pessoas porque a partir do momento que a gente está ali pra construir e entender histórias interessantes, mas também pra respeitar as relações de afeto nesse processo todo, porque isso vira uma questão. São pessoas que estão ali do nosso lado o tempo inteiro. Então, também tem sido um exercício de toda vez que a gente vai captar e conversar sobre a história, a gente ir lá e falar um pouco sobre como funciona, de qual é o processo de edição, de fazer quase uma pré-entrevista pra entender e cuidar um pouco dessa expectativa. Uma coisa que eu acho que tem de diferença do que está acontecendo é um pouco disso de entender que a gente está falando de um jornalismo que ele também lida com afeto, a gente tem, óbvio, princípios éticos. Por exemplo, a Brenda não pode entrevistar a própria mãe, né? A gente tem que entender tem que tem um limite, mas eu acho que a gente tem um pouco mais de cuidado de quem a gente

chama pra fazer entrevista, de como a gente conduz. Um dos objetivos que a gente deixou muito bem marcado na *Entre Becos* é o de contribuir de alguma maneira com históricos das periferias de Salvador. E contribuir com isso vem com o texto, com a imagem, com respeito a essas pessoas que são nossas pessoas, nossos colegas, nossos vizinhos, que fazem parte desse lugar. Então fazer isso não vai funcionar com só dizer se é interessante ou não é interessante, né? Eu acho que a metodologia desse cuidado também é um pouco diferente, porque realmente é muito próximo, mas aí a gente vai construindo o nosso código de ética dentro dessa proximidade pra gente também não mexer com a expectativa e a felicidade de alguém de estar sendo publicado em algum lugar e fazer isso com responsabilidade.

**Brenda:** Pra complementar Gabi, muito no sentido de pensar que a gente faz jornalismo mesmo, né? O que é a ética do jornalismo e o que ela traz pra gente? Nosso corpo físico é composto por comunicólogas, mas durante um período a gente teve o apoio de alguns colegas que não são comunicadores, não são da comunicação no sentido acadêmico. Então a gente via dúvidas no sentido de quem perguntar, como perguntar, qual trato dar. No sentido da *performance jornalística*, vamos falar assim. Mas a gente sempre tenta pensar nisso tudo. Pensar que a gente tem histórias próximas, tem coisas que a gente quer falar sobre esse espaço que é nosso, sobre essas pessoas que são nossas, mas pensar o que a gente pode entregar de notícias e reportagem com qualidade também. A gente tem muito apego a isso da qualidade do conteúdo. A gente não quer contar qualquer história, não quer contar de qualquer jeito, sabe? A gente tem que pensar e tem feito... pelo menos eu tenho visto com bons olhos o trabalho que a gente tem feito. Um jornalismo local, mas com a qualidade e com o requinte de um jornalismo que pode ser republicado, como tem sido republicado na grande imprensa. Então a gente não quer se comparar, mas a qualidade da nossa entrega a gente tenta garantir de alguma forma.

**PG:** Aline, você colocou que a periferia tem uma metodologia de educação midiática. E aí eu fiquei pensando e correlacionando uma coisa com outra, ou seja, como é que é essa metodologia de educação midiática está dentro dessa relação que vocês desenvolvem com suas fontes. Porque, a princípio, também as fontes podem se inserir, e aí eu queria que você colocasse, dentro dessa perspectiva da educação midiática também, ou seja, que relacionamento vocês desenvolvem?

**Aline:** Bom, relacionando com educação midiática, tem fonte que às vezes vira palestrante dos nossos cursos e oficinas e vice-versa. Então, a educação midiática e a produção de conteúdo jornalístico estão de mãos dadas o tempo todo. Porque hora a gente faz um curso, uma oficina na escola, duas horas de oficina, conversa com a juventude, quais são as faltas que pegam, o que vocês gostariam que fosse contado pro mundo? A gente levanta aquela informação e depois traz uma pessoa, que um dia foi fonte nossa, pra conversar com essa turma. e pra elas entrevistarem, fazer uma um simulado de coletiva de imprensa, então a gente vai criando. A gente já chamou, por exemplo, pessoas do território pra serem consultoras de pauta. A gente se reconhecendo num lugar de meio a esse assunto que a gente não dá conta sozinhos, né? E aí a gente chama alguém pra um bate-papo com a equipe e que depois às vezes ela até vira fonte também da reportagem, porque ela traz um depoimento, uma colocação importante de especialista no assunto e que depois ela vira fonte pra um conteúdo. Então acho que tem esse lugar de diferentes papéis, de relações. E a gente já se questionou muito sobre isso e hoje a gente naturaliza porque sabe que todas as mídias têm as suas devidas relações com fontes, as nossas relações e as nossas fontes só são outras. Então a gente sabe que um parlamentar, um empresário, ele estabelece uma relação com as mídias hegemônicas e ele ora ou outra é uma fonte ali de um conteúdo. Um especialista, um economista, né? E pra gente, ao invés do economista, é a dona de casa, nossa vizinha que vai saber falar sobre economia da perspectiva dela, das necessidades dela e ela é especialista no assunto da mesma forma que o cara da academia, o economista e tal.

E aí eu queria falar do ponto dessa relação, da expectativa que a Gabrielle falou, que pra gente também é um ponto a mais de cuidado. Porque todo mundo que a gente entrevista gera uma expectativa do que vai pro ar. E a expectativa não é, necessariamente, de uma pessoa que entende os processos jornalísticos, mas de uma pessoa que nunca foi entrevistada e que pela primeira vez vai contar a história dela, e ela vai querer saber e quer ver o que vai acontecer. E aí esse diálogo de explicar o processo jornalístico às vezes pra fonte: “Olha, eu tô aqui uma hora conversando com você, mas já se prepara, não vai sair tudo”. São umas aspas, é um áudio, é um trequinho da conversa. E às vezes a gente até sinaliza: “Olha, muito que você falou, deu várias ideias de outras pautas, mas, por enquanto, a gente vai falar sobre isso”. Então é esse cuidado aí da expectativa também nesse lugar. E aí tem uma coisa da influência da fonte depois que o negócio sai, depois que o conteúdo sai. Pronto, teve aquela expectativa e como é que é?

A gente teve um artista uma vez que ele ficou mais de um mês mandando mensagem pra gente, do território, sem citar nomes. Vai ser publicado e tal, mas mandava mensagem: “Vocês não dão atenção”. E a gente falava: “A gente vai ver, vai considerar sua sugestão” e tal. E aí a gente demorou uma semana pra responder e ele se posicionou cobrando: “Ah, cês falam que são mídias da quebrada, mas não são, cês tão falando de outros artistas de outros territórios, mas não consideram o meu trabalho”. Pronto, a gente aproximou, conversou com cuidado, produziu um conteúdo, fez um registro fotográfico, perfil da pessoa, toda a influência artística dela na região... Foi pro ar. E aí ele voltou com a gente e questionando, falou que podia falar mais coisa, falando que podia ter mais foto e a gente teve que lidar com isso assim, né? E nesse argumento de explicar o nosso fazer jornalístico, de contar que a gente não ia fazer o portfólio dele todo. É uma relação jornalística ali, de um registro de linha editorial, que conduz e tal. Então teve essa situação e teve outra... A reclamação dele não impactou no conteúdo. A gente pôs o limitador.

Aí teve um outro caso que a gente falou de uma mobilização de diferentes grupos de mães, de vítimas de jovens da polícia, de juventude que morreu na mão da polícia. Teve um encontro com várias iniciativas. E aí a gente noticiou esse encontro, o que reverberou dali, porque ele foi importante, quais são as próximas ações desses grupos juntos. E a gente não citou todas as iniciativas. A gente citou a que *puxou o bonde*, sabe? E aí me mandaram um *zap* [WhatsApp] falando: “Poxa, Aline, a reportagem está muito massa, é importante trazer ali proposta do encontro, mas você não citou todo mundo que organizou, e essas mães leem todas as reportagens que saem sobre elas, sobre os filhos delas”. Então elas estão muito ali nessa luta de divulgar essa dor pra ver se surte alguma mudança a partir das demandas delas. E aí eu levei pra redação e falei: “Vamos mudar, vamos acrescentar”. Acho que a apuração não foi adequada a ponto de entender que a gente precisava citar, enfim, e aí a gente foi e editou e acrescentou e sinalizou a mudança. Então só exemplificar duas situações de muita proximidade com a fonte e que tem hora que a gente cede mesmo e fala: “Beleza, respeito a luta, é pra isso que a gente está aqui também, pra servir a ele nesse registro devido adequado”. E aí a gente vai criando essas relações de cada produção de conteúdo.

**Gabrielle:** Aconteceram situações como essas com a gente também. E coisas que são assim num nível que eu entendo que, às vezes, mexe tanto com a autoestima que a pessoa quer ver aquilo do jeito que ela imagina, e não do jeito que a gente produz de acordo com essa linha editorial. Por exemplo, a gente passou quase seis meses, quase

oito, na verdade, incubadora, pra poder lançar. Discutindo vários aspectos, foi muito planejamento. A gente sabe que as coisas vão mudar. A gente entende uma coisa agora, depois entende outra. Uma vez a gente entrevistou um grupo que era majoritariamente de mulheres, e as profissionais falaram que a gente estava usando um aspecto da língua como se fosse masculino, que a gente trocasse o gênero de tudo. E aí ia ficar num português muito diferente do que a gente está acostumado. E aí a gente discutiu muito. E aí gera toda uma polêmica da pessoa querer editar a matéria e a gente também tem que dizer: “Olha, é importante que a gente siga algumas regras porque a gente fez isso pra tentar circular o máximo possível. A gente está disputando espaços que seja pra gente, mas também que a gente possa ser veiculado em outros lugares”.

Eu achei muito legal quando você [Aline] falou *de dentro pra dentro* porque a gente ainda discute muito o nosso público. A gente ainda é muito novinho, mas uma coisa que a gente viu é que tem inserção com outros jornalistas. A gente tá tendo a mídia tradicional, olhando pra gente e pautando. Então como é que a gente pode usar isso estrategicamente? Como é que a gente pode ser uma fissura pra o que a gente produz chegue a mais lugares. Então é pensar público. A gente tem um público primário e um público secundário. Como estratégia mesmo. E aí nem sempre tudo dá pra negociar. Então eu acho que tem um diálogo que ele é muito intenso às vezes com a fonte nesse lugar. De tipo: “Olha, a gente está sendo responsável, a gente tá aberto a mudar”.

Já teve, por exemplo, [uma vez] que a gente fez uma matéria sobre mães. A gente conseguiu fotografar todas e uma não pôde. Normalmente, a gente não publica foto de selfie e etc. Você tem uma matéria com fotos profissionais e vai ter uma pessoa com a foto que não está tão boa? A gente equaliza. Mas aí tinha uma: “Poxa, eu também quero estar com meu filho aí”. Então a gente vai abrindo exceção quando é possível. Mas é um diálogo muito intenso e a gente também já passou por algumas situações de questionamento sobre o que fazer, e aí eu acho que é só o tempo e a importância de ser uma coisa que tem linha editorial, que tem história, teve muito debate, que é pensado sobre. Não é porque é um projeto independente que não tem todo esse arcabouço pra dar força pra gente tomar essa decisão. Então, até quando a gente fica em dúvida sobre nós mesmos, a gente tem essa história pra olhar e ver como é que a gente reage a isso. Mas eu acho que é isso, é muito cuidado, muito afeto, mas também muito diálogo ali, muita negociação no processo.

**PG:** E aí eu vou pegar a carona novamente na Gabrielle quando ela fala da preocupação com o público. O ano de 2023 marca dez anos das manifestações de junho de 2013, e aí a gente percebe que o jornalismo independente ganhou impulso, principalmente a partir da utilização e da ambientação digital. Então existem muitas iniciativas de jornalismo independente ancoradas no digital, na internet. E a gente percebe que hoje um dos grandes processos pra se perceber a interação das iniciativas, e do jornalismo com o público, são as métricas. Para além das métricas, eu queria ampliar essa discussão, se a gente falou do relacionamento com as fontes, eu queria que vocês colocassem como é que fica o relacionamento de vocês com as audiências, com o público de vocês, como é que é esse processo? Há interação? Há uma incorporação das dinâmicas desse público aos próprios processos de produção do jornalismo? Como é que fica isso? Como é que entra o público, as audiências dentro da produção do jornalismo de vocês, como é que é esse processo interativo?

**Aline:** É movimento contínuo. A gente não perde de vista entender como as pessoas estão reagindo a cada conteúdo. A gente está há 14 anos aí na caminhada, e a linha editorial ficou mais afinadinha em 2013, a gente conseguiu deixar redondo assim. E nessa de ouvir o público, de ver o que faz sentido: “Ah, isso aqui a gente já tem outro lugar dando conta”, qual é o nosso melhor? E aí a gente vai afinando melhor. Hoje a gente tem um público que é majoritariamente de mulheres cis, assim, e muito por conta desse... e é o nosso público prioritário, né? Mulheres periféricas, pretas, arrimo de família.

Mas é sempre nesse teste porque é um teste de olhar comentários, olhar a reação das métricas lá que o digital proporciona, mas também observar comportamento na distribuição do WhatsApp, que é uma grande ferramenta pra gente. A distribuição via WhatsApp é muito estratégica porque chega no grupo de família, chega nas pessoas que não têm internet. Isso a gente foi sacando aos poucos também. Fazendo essa checagem o tempo todo do público, porque às vezes a gente acha que está acertando no conteúdo, mas por que ele não está chegando de fato? Porque a gente não está dando o devido cuidado, onde é que está realmente o nosso público. Hoje, o Facebook tem maior engajamento pra gente do que o Instagram. E aí ficam dizendo que o Facebook está morrendo e a gente está superligado ali no Facebook porque a nossa audiência está ali. Faixa etária de 35 a 45 anos e até mais idade, as pessoas estão ali. Maior lugar de conversão de conteúdo, de clique no link pro nosso site é via Facebook. Então o

Instagram também não permite muito, ele permite só no *stories*, então vai dificultando. E aí a gente vai criando outras ferramentas, outras soluções. O uso de ferramentas, que é essa coisa do WhatsApp que chegou com muita força, e a gente começa a criar estratégia do WhatsApp. A gente cria conteúdo pensando não prioritariamente a distribuição no Spotify, mas condicionando que precisa que saia direito pro WhatsApp. Então áudios mais curtos, o próprio áudio também pensando na linguagem que acolhe mais as pessoas, que as pessoas ouvem mais, acessam mais fácil informação.

Na pandemia, a gente criou uma série chamada *Pandemia sem neurose*, que foi uma série em áudio que a gente acessou pessoas que não eram letradas. Então, também, de novo um público que a gente quer dialogar mais, que a gente quer levar informação e que, muitas vezes, não consegue, não acessa outras informações por não ter a familiaridade com a leitura. A gente começa a investir mais em vídeos também nesse lugar. Mas vídeos que principalmente das redes, do Instagram, do Facebook porque no YouTube também, às vezes, é mais difícil de carregar o vídeo. Então o tempo todo a gente vai checando ali com um público de diferentes formas a estratégia.

E aí um ponto importante, a gente partiu lá atrás muito de ser objetivo do jornalismo. E a gente tem trazido cada vez mais também a subjetividade pra nossa narrativa. O que Gabrielle falou do afeto e o que a gente tem falado nos últimos tempos sobre como as outras mídias desumanizam o nosso povo, e a gente quer radicalizar na humanização. Fazer o caminho contrário. E aí está nesse lugar que às vezes a pessoa não quer os dados, não quer saber de dados. O quanto o meu território ainda não acessa o direito à educação, a pessoa quer ser acolhida num outro lugar. “Pô, estou cansada”. E aí quer, sei lá, acessar uma informação de qual é a música, qual é o lançamento ali no território. E aí a gente criou há pouco tempo, inclusive, charge, a gente está experimentando pelo terceiro mês a charge. Que, meu, a gente discutiu um tempão também na redação: será que as pessoas vão entender? Será que a charge basta? Será que a charge tem que vir acompanhada com dois parágrafos? E foi até uma coisa que eu que fiz muita defesa. Porque eu gosto muito de charge, de quadrinho. “Gente, não, vamos nos conter, a gente não precisa entregar o todão assim. Se o pessoal se relacionar com a charge já é massa”. Já parou na reflexão ali que a ilustração trouxe, enfim.

**PG:** Gabrielle, como é que fica essa questão da *Entre Becos* em relação ao público, em relação às audiências e à interação?

**Gabrielle:** Ouvindo que vocês tem 14 anos, a gente ainda é bebezinho. A gente entendeu que a newsletter era o que era viável com o que a gente conseguiu de verba, e aí a gente está começando... E isso vai fazer sentido pra falar de audiência, porque é quantas pessoas realmente acessam e-mails, por exemplo, e leem esses e-mails? Que público atinge uma newsletter? Era uma coisa que a gente pensava muito e discutiu muito, e aí por isso que a gente escolheu o Substack como plataforma. Tem problemas e coisas boas como todas as outras plataformas. A discussão sobre plataformas passa por camadas muito complexas, mas o que a gente achou interessante nessa é que ela gerava um link, como se fosse um site, e que esse link permitia que a gente pudesse fazer o compartilhamento de uma matéria. Então, essa foi uma solução que a gente criou pra ter um produto que era viável financeiramente pra verba que a gente tinha e pra dar o nosso primeiro passo pra gente conseguir construir, entender, ver como é que chega nas pessoas. Pra dar os primeiros passos mesmo, que são importantes. E nela a gente conseguiu entender que até agora houve importância pra gente atingir o nosso público, que a gente tem mais interesse também de que se vejam nas matérias que são as próprias periferias, que foi a distribuição via WhatsApp, que ainda está acontecendo pontualmente, matéria por matéria.

A gente tem algumas preocupações também com o tamanho. A gente ainda evita colocar vídeos na matéria, só link, quem quiser acessar mais as fotos a gente exporta de uma maneira também específica pra que ela carregue no celular, sem consumir muitos dados, e a cada matéria nova que sai a gente distribui numa lista de transmissão. Outra coisa que a gente fez como um movimento também, entendendo que grande parte do nosso público ainda estava no Instagram, ainda é um público relativamente jovem, e no WhatsApp a gente consegue chegar em pessoas com mais de 45 anos. É um dado que a gente ainda está tateando porque quem a gente tem no WhatsApp são pessoas conhecidas. A gente ainda está numa bolha menorzinha no WhatsApp. Então a gente sabe pra onde está indo. E do Instagram, por exemplo, em vez de a gente deixar só nos stories, aí eu já estou trazendo isso pra você também, porque nosso fluxo de matéria é muito pequeno ainda, estamos aumentando, mas a gente produz matérias quinzenalmente. Então o que a gente faz? Em vez de botar o link geral, um movimento que tipo duplicou a nossa audiência de pessoas que vinham do Instagram e que não recebem necessariamente e-mails, foi colocar toda vez que saía uma matéria nova, trocar

a bio pela matéria, pelo link direto da matéria, então você não vai pra nenhum outro lugar, mas diretamente pra matéria que a gente está trabalhando.

Então, o que a gente está fazendo é tentando entender de onde, de que cada rede social vem. O WhatsApp é uma ferramenta maravilhosa, mas nos oferece muito poucos dados. Então o que a gente está entendendo é que às vezes o que tem lá dentro do Substack que é “outros”, provavelmente é WhatsApp, é difícil que seja outras porque a gente consegue ver se vem Facebook, se vem do Instagram, se vem do Twitter, mas a gente não sabe se é do e-mail, de alguém que abriu o e-mail. E aí por que eu falei em público primário e de secundário [p. 263]?

Porque hoje a gente tem e entende e está tentando usar isso de maneira estratégica, de maneira coerente e coesa com os nossos objetivos, que a gente tem um público de universitários muito forte, de professores e de jornalistas. E acho que isso tem a ver um pouco com a nossa história, que a gente teve uma relação muito forte com a *Mural* [Agência Mural de Jornalismo das Periferias], a gente nasceu a partir de um agrupamento da Agência Mural de Jornalismo que fez um projeto em Salvador, a gente passou por incubadora e aí se desvinculou. Criamos uma nossa, somos parceiros institucionais. Mas esse movimento fez com que a gente passasse por várias pessoas, conversasse com a *Cajueira*, com muitos outros veículos. Então, nosso primeiro público foram desses veículos também.

Hoje nosso desafio, e o de várias organizações, é começar a chegar mais nas periferias mesmo. E aí uma coisa legal que aconteceu é que a gente tem uma oficina que a gente dá na Universidade Federal da Bahia pra turma do Bacharelado Interdisciplinar em Humanidades e, toda vez que a gente dá aula, que a gente faz uma participação, principalmente com esse grupo, a gente faz uma dinâmica de mapa afetivo pra que a pessoa olhe o seu território com essa afetividade e que produza a partir disso. Toda vez que a gente vai, a gente tem um aumento substancial de pessoas acompanhando, de inscritos e tudo mais. Então é entender também que essas atividades offline são fundamentais pra conseguir construir a audiência.

Primeiro, toda vez que a gente faz a oficina a gente roda uma pesquisa. Então a gente consegue chegar com números de quem se inscreveu, quem é de periferia, idade e aí vai trabalhando isso aos pouquinhos. Então, assim, o que a gente tem hoje prioritariamente são esses grupos, a maioria jovem. Estamos começando uma inserção com o grupo 40+ muito legal também, porque a gente fez várias matérias, inclusive,

organizadas por Rosana, que é nossa editora mas também escreve textos, em centros de idosos, em casas de acolhimento. Então isso tem provocado uma coisa interessante. E aí a gente tem feito muito trabalho de cada vez mais tentar fazer um cruzamento de dados, né? Qual matéria ofertou um serviço? A gente teve uma mais interessante, qual tocou mais as pessoas? Não pra só sair produzindo isso, mas pra gente começar a entender temas de interesse. A gente fez uma matéria sobre acesso a psicólogos nas periferias, com preços sociais, foi a nossa matéria de melhor número, logo depois da primeira matéria que a gente produziu.

**PG:** Eu estou sempre pegando as deixas pra prosa ir se conectando. A Aline falou sobre a questão de tentar inserir a dimensão da subjetividade também na linguagem jornalística, no processo de produção do jornalismo que a *Periferia* desenvolve. E aí eu fiquei pensando o seguinte: quais seriam as outras inovações que vocês acham, que vocês percebem, que a produção jornalística de vocês — para além daquilo que a gente aprendeu na faculdade, no curso de jornalismo — aquele básico do jornalismo convencional. Ou seja, essas inovações podem ser de diferentes aspectos e naturezas, a Aline colocou uma em relação a questão do texto jornalístico. Ou seja, a gente está tentando inserir o afeto a partir da subjetividade dentro do texto jornalístico. Porque era sempre trabalhado com objetividade extrema. E outras inovações? A gente já falou das fontes, que há um outro diálogo, uma proximidade maior e tal. Vocês perceberiam outras inovações, seja em relação ao texto jornalístico, seja em relação aos formatos, seja em relação ou em torno das relações de trabalho? Por exemplo, é melhor trabalhar no jornalismo convencional? Ou será que o profissional jornalista se sente melhor nas iniciativas de jornalismo independente? Por quê? Que inovações se traz dentro dessas relações de trabalho. Queria que vocês ficassem bem à vontade pra tentar perceber essas diversas dimensões e outras que vocês podem pensar. Que inovações as iniciativas do jornalismo independente estão trazendo para a produção jornalística?

**Brenda:** Essa questão foi profunda. Acho que as meninas ficaram igual a mim. Eu fiquei pensando aqui, é uma coisa que a gente já tinha falado antes, essa coisa da proximidade, né? Eu acho que na universidade, na academia, a gente aprende muito que você está distante da fonte, você tem que ser imparcial. E a Aline trouxe essa coisa de... todos eles têm fontes, todos eles trabalham com fontes, só que a gente trabalha com outras fontes,

que são nossas fontes, que são nossas pessoas, né? E eu acho que a maior inovação pra gente, pra esse jornalismo que a gente tenta fazer como alternativa, é estar próximo às fontes. Eu acho que a nossa maior inovação seria essa.

**Gabrielle:** Eu acho também que é interessante é a metodologia de trabalho interna, sabe? Por exemplo, tudo bem que isso tem a ver um pouco com as dificuldades de se manter, sei lá, criar cargos muito específicos, mas eu acho que também uma coisa que eu fico vendo muito no que a gente está fazendo hoje na *Entre Becos* é como se quase que a gente tirasse uma comissão interna entre nós quatro e nossos colegas que escrevem... Eu acho que muito menos definido, você só escreve, você só edita, você só fotografa, isso tem um aspecto que é às vezes da necessidade de investimento e tudo mais, mas também tem uma lógica da coletividade, no sentido da gente entender que confia no olhar um do outro e de que isso é um cuidado. Por exemplo, a gente vê muitas vezes matérias, sei lá, que saíram com tons problemáticos nas grandes mídias e aí a gente se pergunta como ninguém viu isso. Como é que alguém não notou que não deveria se falar assim de certa pessoa, de certo público. E aí isso é uma coisa que a gente discute muito, então a matéria é lida por nós e revista por nós, e, às vezes, mesmo nos questionamos, procuramos outros especialistas que sejam de quebrada também pra poder falar sobre as suas perspectivas. E eu não sei se essa tecnologia está bem desenhada, mas eu acho também que tem uma outra metodologia de trabalho que ao longo dos anos a gente vai perceber como ela funciona.

Uma coisa que eu lembrei também de quando a gente teve na Agência Mural, que é uma coisa que é, tipo, pra quem passou por outras redações, né? Essa, na verdade, não é a minha profissão mesmo, eu sou comunicadora, mas também sou produtora cultural. E, assim, acompanhei colegas passando por redações, Brenda já passou e a gente sabe o clima tenso, difícil de se trabalhar, o prazo apertado, de uma sensação de que às vezes por mais que ela seja grandiosa, ela também fica muito difícil de lidar. Mas a questão também que eu acho interessante é de como a gente constrói dignidade no trabalho. Que foi um pouco do que a gente viu. É possível criar uma redação que tenha propósito, que atue com respeito às suas fontes, à sua comunidade, à sua audiência e que não esteja adoecendo jornalistas, comunicadores e pessoas que estão atuando ali. Então, eu acho que se o nosso compromisso também é com os grupos periféricos, também é com a nossa saúde mental. Então acho que de alguma maneira

essa tecnologia também está sendo construída. E em diversos grupos, quando a gente conversa, quando a gente participa de conferência, isso também é uma pauta. Então não sei, essa pergunta foi profunda demais. Mas acho que é uma das coisas que está se criando. Um novo jeito de trabalhar, que respeite o dia, que respeite o limite de horário, que a gente rediscuta quais são os modelos de trabalho que nos interessam e que nos contemplam de alguma maneira.

**PG:** E aí Aline, como é que a *Perifa em Movimento* está trabalhando? O que ela está trazendo de novo em relação à produção jornalística?

**Aline:** Eu fico preocupada em dizer “novo”, porque, às vezes, alguém já está há muito tempo fazendo, né? O lugar que a gente parte já é uma inovação porque tudo o que a gente fica apontando — e aí eu falo a gente da *Periferia em Movimento* — e vejo em comum de outras mídias também do território. Tudo que a gente aponta das mídias hegemônicas, a raiz da questão é de onde essa mídia está instalada, de onde ela surge, qual o endereço dela, qual o chão que ela pisa e circula. Então acho que é isso, a gente está propondo uma narrativa que não é do centro econômico da cidade de São Paulo. É das bordas da cidade, é pra onde a cidade acontece, inclusive, e tal. Então acho que isso já é uma inovação, a gente bancar fazer jornalismo com a estrutura muito diferente do que eles têm, com o chão muito diferente do que eles pisam e trazendo pautas e fontes muito diferentes do que historicamente são ouvidas. Então a gente ousa em vários aspectos aí, nesse sentido, a gente banca esse lugar.

Uma das frentes de organização dentro da *Periferia em Movimento* é pensar saúde no trabalho. E aí de novo entender a saúde integral. Não é só a saúde garantir que está todo mundo fazendo seus exames diários ou está fazendo terapia, mas é a saúde de relações também entre a equipe. Vai fazer três anos de CNPJ nosso. Pô, foi muito importante a gente ter o lance do CNPJ porque trouxe essa marcação de limites também entre pessoa física e pessoa jurídica, e a gente cuidar ali do lado pessoal das pessoas, mas também do profissional, como é que a gente combina funções, responsabilidades.

E aí uma outra coisa também que a gente sinaliza pro público, e aí eu acho que até posso dizer inovação, porque é uma caminhada ainda muito recente, é pensar a acessibilidade da comunicação. Então você pensa o conteúdo que interessa, mas aí ele está de fato chegando pras pessoas da melhor forma? A gente coloca no nosso site e nas

nossas redes a acessibilidade, a janelinha de libras, os nossos vídeos, que nos últimos anos começaram a ter a janela de libras no vídeo e ter legenda. Ter também a opção de contraste pra pessoas que têm baixa visão, dificuldade ali de leitura, de enxergar. E aí também um avanço que a gente fez recente, que é a adoção da linguagem neutra, né? Também prevendo esse lugar que é muito desafiador, tem sido pra gente, mas é bancar a linguagem neutra que abarca outras pessoas que não estavam sendo contempladas nas narrativas. Acho que foi Gabrielle ou a Brenda que falou sobre a decisão da linguagem que mulheres indicaram e tal. Pô, a gente já discutiu muito sobre isso, a gente já adotou todas, todos e *todes* e aí todo conteúdo tinha as três alternativas das palavras até a gente chegar na linguagem neutra. Então também acho que é uma coisa de inovação, de pensar na linguagem o tempo todo, de pensar no público o tempo todo e vendo onde a gente pode ajustar mais pra aperfeiçoar mesmo essa comunicação e tal.

Só uma coisa que Brenda trouxe também, do imparcial. A gente já superou a imparcialidade e já é uma caminhada. A gente só entende que o jogar limpo é dizer logo de cara de onde a gente parte, quem a gente vai contemplar e quem a gente não vai contemplar. Infelizmente, as mídias hegemônicas, que historicamente foram mais acessadas pela sociedade, acho que hoje talvez um pouco menos, mas é muito icônico a revista *Veja*. A revista *Veja*, aqui em São Paulo: “ah, nós somos imparciais”. Pô, escancarava na capa que não era imparcial, nunca foi, mas bancava esse lugar assim a todo custo. Mas é isso, a gente está na tranquilidade, a gente usa a ética jornalística, mas a gente parte de um lugar. Nós nunca teremos personagem dos Jardins, um bairro extremamente de pessoas ricas aqui, de mansões, a gente nunca vai ter como personagem. Talvez um especialista que mora lá, está faltando a quebrada, conduziu algum tipo de pesquisa sobre a periferia, a gente talvez vá ouvir. Mas como protagonista ali da matéria, um personagem, não. E está tudo bem, é a nossa linha editorial, né?

**Gabrielle:** É uma coisa que a gente galga pensando no nosso plano de médio e longo prazo de crescimento. Mas existem coisas também, o *The Trust Project* (projeto que indica princípios para a construção da credibilidade jornalística), que é uma forma de você também saber se você está dentro dos princípios de ética do jornalismo. Lá não diz se você tem que falar de tudo, só de periferia ou não. É você dizer claramente quem é que está escrevendo, de onde está escrevendo, ter lugar pra reportar erro. É outra coisa que mede. E aí eu acho que isso é uma coisa interessante da gente lembrar, porque existem

vários órgãos que dão confirmações, que dão selos, respeitosos mesmo sobre a credibilidade. Eu acho que também a gente não tem que ficar perseguindo as coisas, mas eu acho que isso é uma forma de a gente se inserir e dizer: “Olha, não é só *Veja* que tem capacidade e credibilidade”. Eu acho que a palavra é essa pra dizer o que fala. Porque a gente tem um recorte, que a gente está muito bem decidido, é muito responsável, é muito ético, então é uma coisa que a gente fica pensando também, sabe? Da importância de ter veículos independentes, veículos que falam de bairros populares, que falam de periferias e que ocupem esse espaço também como uma forma de dizer: “Olha, não tem o que você questionar aqui, o princípio ético tá muito bem organizado, muito bem definido, a gente tem responsabilidade no que a gente faz”. Então é uma coisa que eu acho que também é uma espécie de validador do nosso trabalho, de alguma maneira.

**PG:** Vocês falaram, em algum momento, sobre republicação de materiais da *Entre Becos* na imprensa convencional. Muitas vezes, ou quase sempre, a gente fala em mídia hegemônica, mídia contra-hegemônica. Então, de uma certa maneira, esses veículos estão em lados opostos. A gente coloca, a gente percebe, a gente compreende como esses veículos em lados opostos. Você tem iniciativa de jornalismo independente e você tem os veículos lá do jornalismo convencional. E aí eu queria perguntar exatamente o contrário pra vocês. A perspectiva da republicação é uma das formas, talvez, de parceria entre as iniciativas do jornalismo independente e os veículos do jornalismo convencional? E que tipo de parceria poderia ser essa?

**Gabrielle:** É porque é uma grande questão nossa sim essa republicação, da parceria. é uma grande questão nossa, a gente não tem a resposta, já respondendo. Mas é uma grande questão que a gente tem tentado lidar porque, de um lado, a gente fica pensando: “Nossa, o que a gente faz realmente tem sentido, a gente não tá louca nas nossas produções, há um interesse sobre as nossas pautas, sobre as pautas que a gente tem feito”. E do outro lado, a gente sempre fica: “Se há interesse, se querem republicar, por que não chegam até a gente e se propõe essa parceria?”. Por que até hoje nenhum veículo desses chegou no e-mail da *Entre Becos* pra propor uma parceria? Não, só sugaram nossas pautas mesmo: “Tem essa pauta aqui e a gente que vai utilizar, que eles são pequenininhos e nós vamos utilizar”. E aí é bem complicado pra gente, né? É uma coisa muito dúbia porque é o sentimento de estarmos fazendo bem feito, mas o

sentimento também é de que estão pegando o nosso trabalho de graça. Porque querendo ou não é um trabalho e não estão pagando nada por ele.

E alguns parceiros, por exemplo, de mídia independente, também [não creditam]. Aí sim já gera a preocupação, né? Gerar uma preocupação de entrar em contato com a gente, ver se podem republicar dando os créditos. O que é bem bacana. Mas alguns só repostam, sabe? Só republicam. Como se não fosse um conteúdo próprio, como se não fosse um conteúdo nosso, que gerou um trabalho de apuração, de escrita, de edição. Há uma grande falta de respeito. E aí é possível a parceria, talvez seja possível. Mas eu acho que cabe a gente pensar de que forma os dois lados possam se beneficiar.

A gente vem da experiência num projeto da Agência Mural aqui em Salvador. E a gente tinha parceria com o jornal *A Tarde*. Nossos textos saíam na Agência e depois saía no jornal *A Tarde*, que é um grande jornal de circulação aqui de Salvador. E pra gente era muito bacana porque tanto saiu no *A Tarde*, era o grandão, e saiu no *Massa*, que é um jornal do tipo *O Dia*, do Rio de Janeiro. É com notícias policiaiscas e tal, e a gente no meio dessas notícias policiaiscas que chegam dentro da periferia, tinha lá uma reportagem super positiva sobre esses espaços. Então, pra gente era interessante estar nesse lugar. Porém, a gente tinha essa parceria estabelecida, não era uma coisa que chegavam lá e só copiavam o nosso texto. Ela era pautada no seguinte: editor do *A Tarde* não mexia no nosso texto. Então era uma parceria que era proveitosa porque a gente mandava o texto e a gente não tinha a editoria do *A Tarde*, tanto que teve matéria que a gente publicou e que chegava no *A Tarde* e disseram: “Ah, essa a gente não vai publicar por uma questão editorial”, quando a gente por exemplo estava fazendo uma denúncia de ocupação indevida de um território pelo governo do estado, criando uma fossa sanitária, e quando a gente fez essa denúncia, que era uma questão ambiental, quase que não sai a matéria por conta disso. Então era uma garantia que a gente tinha. Então tem que pensar estrategicamente. Quando vale a pena a circulação. Porque é um trabalho que a gente faz, mas pra gente, sendo muito honesto, poder pensar no negócio também. Como é que a gente chega, que a gente faz, que a gente consegue patrocínio. Quando a gente for fazer oficina, como é que a gente consegue fazer pra mais pessoas.

E aí nosso debate hoje também é, vai lá, tem matéria que foi pra TV. Então, quando a gente faz um relatório do ano, a gente inclui que a gente construiu, a gente fez essa pauta ser acessível. Porque a gente conhece o jornalista que botou ela lá na TV. A gente sabe que isso aconteceu porque a gente publicou. Porque, de novo, a gente falando

sobre a primeira pergunta: o jornalista que está lá é o jornalista da Graça, jornalista da Barra. Tem muito pouco jornalista periférico dentro das redações de maiores. E agora tem um movimento que é: não pode deixar de se falar. E como não pode deixar de se falar, mas também não é interessante pra eles o suficiente pra que se financie, é fácil copiar a matéria. Então é uma dinâmica que eu acho que a gente vai ter que tentar entender como é que a gente torna esse benefício pra gente. A gente vai fazer um relatório e a gente já falou que pautou não sei quantas mídias aí porque surgiu do nosso texto. A gente sabe que surgiu de lá, e aí vai tentar reverter nisso pra gente. De mostrar que a gente tem de atingir uma audiência grande se tiver verba e financiamento pra isso. Então eu acho que tem uma discussão um pouco nesse lugar também de como é que a gente pode fazer disso uma coisa saudável.

A gente teve nossa matéria completamente desconfigurada e roubada por um portal de notícias. Convenientemente, eles criaram uma seção só pra poder falar de periferias e favelas, e aí eles pegam matérias, a foto está horrível, é o nosso texto totalmente recortado. Isso já aconteceu com outras organizações, que inclusive foram outras organizações periféricas não só da Bahia, também do Rio de Janeiro, já mandaram mensagem dizendo: “Olha, isso aconteceu com a gente, a gente tentar entender o que a gente faz, se a gente entra com pedido, como é que a gente faz?” Eu acho que, inclusive, a ação unificada dos coletivos, grupos e organizações independentes também ajuda, porque, tudo bem, você quer boas matérias da periferia? Então pague. Então vamos fazer aqui uma parceria onde você paga por isso, vai financiar metade da minha redação e a gente vai conseguir aumentar o nosso tamanho, a gente vai conseguir criar uma plataforma. Eu acho que a gente também tem que pensar muito nesse negócio de fissura. Do que a gente toma pra construir o nosso, porque se a gente, infelizmente, for só da de “não publique”, eu não sei se a solução vai ser boa pra gente também.

Então a gente tem discutido muito caso a caso, o que Brenda falou rola muito, de a gente ter outros recursos independentes em Salvador que toda vez que vem, não tem uma redação gigante, a produção é sempre na pegada da guerrilha, quando vê um conteúdo legal e manda a gente pode publicar no nosso site com os devidos créditos, e sai, crédito do editor, do fotógrafo, do texto do veículo em outro lugar. Mas é um veículo independente também. Então você vê que tem um código de ética acontecendo ali, diferente das grandes mídias. Então, resumindo, não sei, mas a gente está tentando ir, discutindo caso a caso e vendo o que a gente pode fazer isso virar o jogo pra gente

também. Pra que a gente construía outras coisas a partir desse uso indevido da matéria, usar de maneira que faça sentido pra gente.

**Aline:** Primeiro, eu quero agradecer muito a nossa conversa, tá sendo  *muito massa* ouvir vocês. Eu acho que eu vou nessa mesma linha. É possível a relação, e a gente já fez algumas coisas, mas é território hostil. E aí como diz a música: “É proibido cochilar”, né? Porque ninguém é amiguinho; “Ah, a gente quer dar visibilidade pra vocês”. Tem muita gente que chega nesse tom: “Quero dar visibilidade porque lá a gente tem milhões de acessos por mês”. E aqui a gente não tem 1 milhão, nem meio milhão, que dirá milhões. E aí chega nesse tom de argumento de visibilidade que lá atrás a gente já tocou. Hoje a gente quer negociar melhor o ganha ganha aí. E então já teve, e o portal de notícias também já chegou nessa pegada com a gente. Bateu na nossa porta também já três vezes tentando convencer, as primeiras propostas, inclusive, foram nesse tom assim de visibilidade. Assim, a gente vai ter trabalho pra fazer o conteúdo. É isso, demanda equipe, tempo. E a gente começou a aprender a pôr esses limites mesmo.

A gente brinca, internamente, se está todo mundo trabalhando voluntário, se está todo mundo na equipe desse portal trabalhando por visibilidade também. O portal funciona em trocas de visibilidade? Não. E por que batem na nossa porta, justo na porta da quebrada, que não tem os direitos garantidos, inclusive de trabalho e renda, vem propor visibilidade como se fosse a salvação de todos os nossos problemas? Então a gente sempre tensiona. São sempre relações tensas. A gente já desistiu mais rápido, hoje a gente vai pra negociação, nem sempre é muito saudável. A gente falou de saúde no trabalho... Porque testa a nossa paciência. Desrespeita o nosso trabalho, mas tem hora que a gente consegue, a tal da fissura, né? E que pra gente é importante. No *UOL*, por exemplo... E via um grande amigo jornalista que entrou lá no *UOL* e provocou uma mudança lá, a gente conseguiu ter um espaço lá que quando a gente quer propor algumas pautas, a gente leva lá pro *UOL*, que paga um valor muito pequeno. Só que pra gente tem pautas que interessa colocar lá. Ganha a remuneração básica pra produzir e consegue colocar no ar estrategicamente pra mais públicos que não o nosso. Então a gente vai nesse jogo. É possível, é tenso e acho que a gente tem que ir pra disputa porque, em alguns momentos, a gente escolheu estar no gueto assim. Hoje a gente já entendeu que a gente precisa ir pra negociar. Por exemplo, muita gente já também republicou a gente, a gente começou a ter coragem na porta e fala: “E aí, como é que a

gente vai ser [remunerada]?”. E em algumas situações pediram pra mandar uma proposta e sugerir pauta. Então começaram a ter retornos assim. Nem sempre eram boas propostas, mas já constrangiam, já deixavam o recado: “Estamos de olho, não é assim que funciona”.

**PG:** Atravessou todas as falas de vocês essa questão da proximidade com os públicos, com as fontes, que é muito característico e é muito marcante dentro da produção jornalística nas iniciativas de jornalismo independente. Fiquei pensando o seguinte, a gente também, dentro dessas discussões sobre desinformação, tem vinculado muito uma estratégia de produção do jornalismo que possa contemplar também a educação midiática. O jornalismo que vocês produzem serve pra pensar? Está conseguindo alcançar isso no público que vocês alcançam? Vocês estão sentindo que essa outra forma de jornalismo, já com tantas inovações que vocês colocaram aqui, também serve pra pensar? Essa interação que vocês fazem é mais qualificada porque o jornalismo que vocês produzem chega de uma forma que leva as audiências a pensarem?

276

**Gabrielle:** Eu acho que dentro dum aspecto micro, dentro da realidade da *Entre Becos*, que está dando seus primeiros passos e tudo mais, eu acho que a gente consegue perceber uma mudança do que pode ser notícia, do que pode ser dito. Muito principalmente por essa proximidade, dessa expectativa, quando a gente falou que a gente tem que ter cuidado, mas que também está conectada com o nosso objetivo de publicar histórias que normalmente não aparecem na grande mídia. Essas histórias fazem parte de uma grande história do que é nosso bairro, do que é nossa cidade, do que é nosso país, aí a gente começa também a construir a noção do que é importante, né? De olhar pro lado e dizer: “Poxa, isso também devia estar na grande mídia, isso faz parte de uma divulgação”. Eu acho que quando a gente vai pra universidade, isso é um movimento muito importante também, acho que uma coisa não pode ser dissociada da outra, a matéria em si, a reportagem em si, ela não vai ter que dar conta de fazer isso, né? Eu acho que é uma missão muito maior. Mas o processo de você se conectar com estudantes, de se conectar com pessoas que tão pensando sobre isso, com a comunidade local, fazer um bate-papo e tudo mais, eu acho que isso começa a abrir processos dentro das pessoas, mas aí eu acho que, num termo um pouco maior, a gente vai precisar que todas as organizações estejam juntas nesse processo.

E aí eu fico pensando que hoje a gente tem conferências acontecendo só entre grupos independentes. Pensar os grupos de São Paulo, os grupos do Rio de Janeiro, os grupos de Salvador, os da Bahia, *ave Maria*, porque a Bahia é gigante! Dava pra ser um país todinho! Pra gente pensar no termo macro de uma mudança, a gente teria que fazer uma mobilização maior, e sei de, por exemplo, organizações que têm seus 14, seus 15, seus 20 anos, que já têm um nível de audiência muito maior e que aí tem uma participação mais ativa. Mas é um trabalho de formiguinha, porque a sensação que eu tenho hoje é que são várias pautas que elas não podem ser negadas, né? A gente não pode deixar de falar de bairros populares, não pode achar que a audiência é medida de uma maneira super complexa, com dados complexos, com relações super complicadas também, que a gente vai dar conta de publicar só sobre o eixo que tem o maior poder econômico. Então, hoje a audiência cobra isso dos grandes veículos. Então os grandes veículos estão fazendo porque precisam, não pelo que a gente faz. Que são objetivos claros, muito definidos, com compromisso de onde a gente vem porque a gente está falando da nossa própria história.

277

**Aline:** O nosso grande esforço todo dia é o de ampliar o olhar, né? A gente não quer necessariamente tirar a pessoa disso aqui e virar pra outra direção, desconsiderando tudo que ela construiu de verdade, de coisas que pra ela tem valor. É só experimentar, olhar outras possibilidades, conhecer novos territórios, novos personagens que narram sobre o mesmo fato que ela já está acessando aqui. Ouve essa pessoa aqui também sobre esse assunto, né? E a gente tem feito um movimento de tentar antecipar algumas discussões. A gente ouve muito na faculdade sobre *Agenda setting* e tal, e tem aqueles assuntos que as pessoas vão falar sobre, e a gente tem feito esse exercício de antecipar

Por exemplo, o marco do 13 de junho. A gente sabe que todo mundo ia falar, que ia ter protesto, que ia ter posicionamentos e falas. Aqui, em São Paulo, o prefeito, já numa jogada de marketing, de campanha antecipada, começou a puxar a bandeira do Tarifa Zero, dizendo que está empenhado nisso. E aí a gente sabe que o formato que estava propondo era garantindo o lucro das empresas e tudo mais, e várias coisas ali que atravessavam. E a gente falou: “Meu, se a gente deixar pra falar disso quando todo mundo estiver falando, a gente vai estar no meio da multidão, ali disputando atenção de leitura, de escuta do público”. Então a gente fez um conteúdo antecipado sobre tarifa zero, fazendo um resgate da luta dos movimentos sociais pra tarifa zero. Resgatando as

histórias que a gente ouviu. Décadas atrás se questionava o lance da mobilidade urbana e tal. E a gente teve um retorno muito positivo do público. Então a gente conseguiu trazer a atenção das pessoas num momento em que as pessoas ainda não estavam esgotadas de tanto acessar a informação sobre o assunto, né?

No ano passado a gente sabia que ia começar uma enxurrada de desapropriação de pessoas ali, sofrendo despejo loucamente porque, em meio à pandemia, em que saiu uma definição de que era proibido, já estava rolando tensionamentos, quando caiu a declaração lá, pronto. Aí a gente já sabia que em 2023 ia rolar. A gente já começou no comecinho do ano a falar de direito à moradia. E está posto. A gente está agora recorrentemente abordando situações que estão acontecendo e a cada hora a gente traz uma perspectiva diferente pra ampliar o olhar das pessoas, não caírem de novo pra criminalização: “Ah, mas quem mandou ocupar um lugar lá que não era dela?”. A gente se antecipou, então é um jogo que a gente tem feito pra fazer as pessoas acessarem outra perspectiva, pra quando vier a enxurrada de informação, ela já acessou o que a gente produziu e consegue com mais qualidade analisar a situação, não comprar narrativa da prefeitura, do governo do estado. Então, acho que é isso, a gente dando esses exemplos assim, mas é o que a gente leva pra debate nas escolas. Os jovens dizendo que a polícia tem que matar mesmo. Aí quem fala isso? É o jovem que perdeu o irmão na mão da polícia. E aí a gente vai na provocação: “Pô, você está falando de direito à vida, o seu irmão perdeu a vida na mão da polícia e você está dizendo que polícia tem que abordar mesmo, tem que ser violenta mesmo?”

**PG:** A Aline falou sobre desapropriações, que a *Periferia* antecipou. A Aline está falando da reformulação do plano diretor da cidade de São Paulo. Eu queria colocar uma última questão. E aí eu me refiro novamente a uma fala que veio da Gabrielle em relação ao perfil dos jornalistas que participam nas grandes redações, que teria pouca representatividade das periferias. E aí eu fico pensando também que o perfil da(o) estudante de jornalismo mudou, e isso a gente tem lá no início da década de 2010, quando surgiu o Prouni, o Reuni, quando surgiram as cotas, principalmente vinculadas a escolas públicas, de entrada nas universidades públicas. A gente começa a perceber uma mudança de perfil nesses estudantes que entram, por exemplo, pros cursos de jornalismo. E quando eles saem, aí por volta de 2012, 2013 é exatamente quando tem aquele impulso em relação às iniciativas de jornalismo independente. Então a gente pode ter talvez até

uma relação de uma dinâmica com a outra: você começa a mudar o perfil da(o) estudante de jornalismo e começam a aparecer iniciativas de jornalismo independente ou iniciativas que tratam dos territórios periféricos. Vendo essa perspectiva de trabalho que vocês estão implementando, essa dinâmica da produção jornalística que vocês estão incorporando, com o que é que a universidade pública deveria se preocupar na formação destes futuros e futuras profissionais?

**Aline:** Eu me formei em 2009, e aí está bem desatualizado o currículo que eu acessei, mas acho que lá atrás eu já senti falta. Primeiro de referências teóricas que dessem pistas de como fazer o jornalismo que eu me propus a fazer, né? O *Perifa em Movimento* foi o TCC. A gente propõe já dentro da universidade uma outra perspectiva de registro da história. Então sentia falta disso, de referências bibliográficas de quem já fez assim. O movimento negro já fazia um registro diferente da história há muito tempo, mas não foi contado isso pra mim na faculdade, ninguém me contou. Então sempre a condução pra trabalhar nas grandes mídias, né? Nas televisões, nas rádios, nos jornais impressos, nos grandões. E que será a perspectiva, a referência de sucesso. Algumas universidades hoje têm proposto mais e já têm um perfil de estimular pra que se crie a sua mídia. Isso não é de hoje, já têm algumas, inclusive, que têm um público que não é periférico majoritariamente, mas que se propõe. Use a herança da sua família, a mesada do seu pai, dá pra abrir o seu próprio negócio, abrir a sua mídia. E isso também não se teve, eu não recebi um estímulo de criação da sua própria mídia. Eu acho que tem essa coisa também de não me contar de uma forma geral sobre pautas periféricas, sobre o registro das periferias, não tive professores, professoras periféricos. Meu TCC foi muito desencorajado, por exemplo. Quando tem profissionais assim dentro da academia, também faz diferença e acho que é o último ponto que me vem mais rápido.

Mas acho que se a gente pensar com mais calma, vem várias outras coisas, que é a permanência, né? Que a universidade esteja pronta pra possibilitar a permanência dessas pessoas. Fala-se muito no Prouni e tal, mas falando enquanto uma periférica branca, eu sei que a minha permanência na universidade tem menos desafios do que uma pessoa periférica preta na universidade. São outros atravessamentos ali. E aí quanto a questão de grana, eu estou numa universidade pública, mas e aí? Eu preciso estudar à tarde, é dividido o horário à tarde e à noite, então, a permanência, ela não é garantida porque eu tenho que *trampar* e aí daqui a pouco eu vou abrir mão da universidade que eu

conquistei e estudei pra caramba pra passar na prova da universidade pública. É fácil ter um monte de número lá dizendo que aumentou não sei quanto o número de pessoas periféricas, pessoas pretas, mulheres na universidade, mas quantos se formaram de fato?

**Brenda:** Então, a minha realidade é uma realidade de prounista. Eu sou a primeira a entrar na faculdade da minha família, no sentido da minha casa, do meu núcleo familiar, e como eu fui a primeira a entrar, a gente não pensou na universidade pública, a gente não pensou em nada disso. E nessa de [entrar de] qualquer jeito a gente vai vendo a questão da permanência. Porque o difícil não é você entrar na universidade, seja ela pública ou privada. O difícil é você permanecer lá, porque a gente de periferia tem outras demandas. A gente tem outros corres que nos focam. Você precisa trabalhar. Você precisa pagar o aluguel. Você precisa ajudar em casa. Porque esse ajudar em casa é muito cobrado dentro das periferias. Então tem todo esse recorte aí que precisa ser feito, um recorte social e racial, na hora de contabilizar os números. Porque, como a Aline falou, muitos entram, mas quantos se formam? Quantos eu deixei pra trás da minha turma? E aí eu fico sempre pensando nisso.

E aí quando a gente vai pensar no que a universidade pode melhorar, aí eu vou falar na minha casa, na universidade, que foi particular, eu fico pensando também nas referências. Porque a gente não tem o estímulo à pesquisa, a gente não tem na universidade particular, a gente é estimulado a pensar o mercado de trabalho, e quando a gente vai pensar no mercado de trabalho, a gente vai pensar os grandes meios de comunicação. Tanto que quando a gente vai pensar estágio, a gente não vai pensar estágio numa *Entre Becos*, a gente não vai pensar em estágio numa *Perifa*, sabe? A gente vai pensar no estágio lá no jornal *A Tarde*, numa *Folha de S.Paulo*, sabe? Então eu acho que uma das principais coisas que precisam ser feitas é estimular a pesquisa desses meios de comunicação, estimular que essas pessoas. Esse exercício que um professor universitário faz de receber a gente uma vez no semestre, pela segunda vez na segunda turma dele, seja feito também nos cursos de jornalismo pra que as pessoas possam... Eu acho que essa abertura da universidade ela é muito importante. Aí talvez estimular que os alunos possam pensar em pautas dentro das suas periferias, dentro dos seus espaços, das redondezas, que vão além de segurança pública, que vão além do extermínio, que isso também é uma coisa muito importante.

Muitas vezes a gente está dentro desse espaço e só consegue ver o que essa grande imprensa mostra pra gente, a gente não consegue construir outras pautas. Fazer esse exercício de observação. E também para além das pautas culturais. Porque a gente ou fala de segurança pública ou cultura. Mas a gente não pensa que dentro das periferias tem saúde. A gente pode falar sobre educação, a gente pode falar sobre economia. Então eu acho que muito nesse *rolê* também. E pagar a gente, contratar a gente. Eu acho que esses grandes meios de comunicação precisam fazer o quê? Ir pras universidades, olhar as universidades, ver potenciais estudantes, comunicadores e também contratá-los. Eu acho que o dinheiros dos grandes também precisa chegar pra gente.

**PG:** Aí Gabrielle a gente encerrando aí a nossa prosa. Em termos de disciplinas, você sente por exemplo, que poderiam ser ofertados outros cursos, disciplinas, dentro do processo formativo? Como é que você vê isso de uma forma ampla?

**Gabrielle:** Eu não sou formada em jornalismo. Sou formada em comunicação. E lá a gente podia escolher Produção Cultural ou Jornalismo. Eu virei jornalista ao longo da vida pela história mesmo. Mas eu queria só fazer um comentário sobre ter poucos jornalistas periféricos e hoje ter uma mudança grande disso. Inclusive porque esses trabalhos que a gente faz de jornalismo independente são visto pelas grandes mídias o tempo todo. Então a gente tem vários conhecidos e pessoas que conseguiram galgar espaços dentro da televisão, dentro de grande mídia e isso é importante também, por conta do que já fez no aspecto local. Mas aí uma coisa que eu acho que a gente pode trazer de provocação pra além disso é quantos editores chefes, quantas pessoas que estão perto do poder de decisão são periféricos, porque, às vezes, a gente vai ter essas fissuras de colegas, de parceiros, dos nossos estando lá, mas que ele vai conseguir até um certo limite, por conta de toda a estrutura, que tem a parceria com a hegemonia, né? Então eu acho também que é bom a gente lembrar disso, que por mais que tenha essa inserção, tem que pensar os aspectos da liderança, de quem toma a decisão, ainda está na mão dos grandes.

São passos pequenininhos. A gente dá esse essa oficina no interdisciplinar de humanidades aqui na Bahia, e que é uma disciplina que o professor discute mídia étnica e periferia, mas na faculdade não tem uma disciplina voltada pra isso. A faculdade de comunicação onde eu fui formada, onde outras colegas também foram formadas, nunca

nos convidou. Os professores sabem do projeto e acompanham. E eu não estou falando assim: “Ai, mandem um convite”.

Por exemplo, uma faculdade de comunicação aqui do Nordeste é super bem conceituada. Mas não discute periferia porque ela é racista. Porque ela tem outras coisas aí muito maiores. Tem dois professores negros, até quando eu estudei. Espero que agora tenham mais. Então tem outros aspectos que também vão chegar pra gente poder discutir mídia independente lá dentro, porque tem organizações que são muito complicadas. As disputas lá são outras. Então eu acho que são coisas que ainda são muito delicadas... A universidade tem um espaço fundamental. Acho que tem que estar entupindo mesmo a faculdade dos nossos. Mas a gente ainda tem que repensar muita coisa lá dentro pra ela ser possível, pra gente existir lá dentro também.

**Brenda:** Essa questão de disciplinas dentro da faculdade que eu estudei é uma coisa bem complexa. Eu me formei em 2016. Nesse tempo que eu estive indo lá, eu senti muita falta. Eu peguei uma disciplina como aluna especial no mestrado, no pós-curso na universidade. E eu senti muita falta ter um embasamento pra pensar comunicação não só como minha válvula de trabalho, sabe? Mas pensar a comunicação também como espaço de pesquisa, de aprendizado. Então eu acho que é muito técnico, eu acho que, pelo menos de onde eu vim, eu senti falta de matérias mais humanas, que a gente pudesse olhar pra nossa fonte, que a gente pudesse olhar pro espaço em que ela está, sabe? Pensar comunicação no sentido de comunicação social mesmo, sabe? Eu acho que eu formei jornalismo, mas comunicação social me sinto muito insegura ainda. É como pensar em comunicação como ferramenta de transformação social. Eu acho que poderiam ser disciplinas que pensassem nisso. Na oficina que a gente leva pra os meninos do Bacharelado Interdisciplinar, a gente convida pra pensar em um mapa de afetos. Que é pensar o seu espaço territorial, pensar o que que está lá, o que não está. A farmácia, o seu ponto de ônibus e tudo mais. E a partir disso fazer uma crônica. Esse é um exercício que a gente poderia ter tido na faculdade, pensar o espaço em que você caminha.