

## **Espaço público periférico: a pluralidade nas pautas da Agência Mural<sup>1</sup>**

Edilaine Heleodoro FELIX<sup>2</sup>  
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### **RESUMO**

Este artigo descreve o portal de notícias Agência Mural de Jornalismo das Periferias como um espaço jornalístico que debate temas de interesse público, desconstrói estereótipos das periferias, com pautas mais comprometidas com as realidades locais periféricas na criação de uma comunicação popular, alternativa e comunitária. Para a reflexão usei os autores BUCCI e HABERMAS (2021, 2003) na definição sobre esfera pública, espaço público e novos espaços comunicacionais e AUGÉ (1994) sobre o conceito de lugar e não-lugar.

**PALAVRAS-CHAVE:** Espaço público; Pluralidade; Periferias; Jornalismo.

### **Introdução**

Há 30 anos, os jornalistas detinham em maior medida o poder da informação. Hoje, com a agilidade e a fluidez da informação, com as diferentes fontes, já é possível dizer que qualquer pessoa, em qualquer lugar, munido de um celular com acesso à internet pode informar o mundo de um acontecimento. Os assuntos são filtrados em diferentes plataformas em um mercado jornalístico cercado de diferentes produtos para diversos suportes midiáticos. Os jornalistas não são os únicos porteiros (gatekeepers) da distribuição da notícia, uma vez que qualquer um, em princípio, pode publicar notícias e opiniões na internet e nas redes sociais (HJARVARD, 2014, p. 102)

E, diante dessa realidade, que não é apenas tecnológica, mas também política, econômica, cultural e social, que identificamos a comunicação alternativa desenvolvida no ambiente periférico, da e para as periferias, com pautas não estereotipadas e exotizadas do território, identificando as pessoas, o local, as questões étnico-raciais e de gênero. De acordo com Peruzzo (2008) a comunicação popular, alternativa e comunitária é expressão das lutas populares por melhores condições de vida que representam um espaço para

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT Comunicação Comunitária, Popular e Alternativa, do PENSACOM BRASIL 2022.

<sup>2</sup> Doutoranda em comunicação no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM ECA USP), jornalista e mestre em Comunicação pelo PPGCOM ECAUSP. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Cruzeiro do Sul. E-mail: [efelix@usp.br](mailto:efelix@usp.br).

participação democrática do “povo”. Comunicação que se faz através de projetos, de coletivos jornalísticos que funcionam em formato de oficinas, agência de notícias, para a produção e divulgação de notícias, como a Agência Mural de Jornalismo das Periferias.

A internet não resolveu os problemas de representatividade e, em muitos casos, amplificou preconceitos e estereótipos. “As mídias digitais promoveram não uma nova transformação da esfera pública e sim do mundo da vida como um todo” (BUCCI, 2021, p. 142, 143). Com a mídia geral não é diferente. Ela segue repetindo, em suas pautas e textos, padrões repletos de estereótipos e preconceitos quando o tema é periferia, raça, gênero, indígena, pautas identitárias em geral.

“No século XIX, quando não havia nada nem remotamente parecido com um aparelho de televisão, o critério de verdade factual provinha da palavra impressa” (BUCCI, 2021, p. 41). Atualmente, com as mídias digitais perdeu-se, em muitos casos, a noção de público e privado, que segundo Bucci, acarretou um “deslocamento dos espaços comunicacionais entrelaçados pelo capitalismo”, proporcionando a formação de um telespaço público – um espaço social gerado pela comunicação, sem espaço físico.

O portal de notícias Agência Mural de Jornalismo das Periferias (<https://www.agenciamural.org.br/>) – nascido em 24 de novembro de 2010, tem como objetivo “minimizar as lacunas de informação e contribuir para a desconstrução de estereótipos sobre as periferias”. O projeto começou como um projeto multimídia que formava e treinava “correspondentes comunitários” - alunos de jornalismo, blogueiros, jovens com alguma experiência em jornalismo e outros interessados egressos de comunidades de periferias da cidade de São Paulo para produção de conteúdo jornalístico. Vale lembrar que a Mural nasce em 2010 como um blog noticioso sobre as periferias da Grande São Paulo hospedado na Folha de SP. Depois de cinco anos de blog nasce a Agência Mural de Jornalismo das Periferias, com seu site.

Neste artigo, tenho a intenção de apresentar a Agência Mural como um espaço comunicacional de caráter público que, a partir da apuração de pautas com temas como racismo, direitos humanos, questões de gênero, indígena, antes restritos aos espaços privados, debatidos na sociedade civil (conceito de mundo da vida, de Habermas), passam a dominar o espaço público. Para isso, utilizarei os autores BUCCI (2021), HABERMAS (2003), AUGÉ (1994) como referencial teórico.

## **Espaço público e jornalismo**

No livro *Mudança Estrutural da Esfera Pública* (2003), Habermas chama de “‘públicos’ certos eventos quando eles, em contraposição às sociedades fechadas, são acessíveis a qualquer um - assim como falamos de locais públicos ou de casas públicas.” (p. 14). Contudo, Bucci (2021), no livro *A Superindústria do Imaginário*, aponta a importância de conhecer o papel estruturante da comunicação e seus desdobramentos *comunicacionais* das relações de mercado e lembra de um alerta feito por Habermas, em 1992, quando o filósofo se refere à esfera pública como “o espaço social gerado pela comunicação” (p.54), um espaço que trata diferentes assuntos da sociedade, local que emerge conexões, troca de informações impostas pela lógica do mercado - em uma troca de fluxos contínuos e regulados, na qual homens se comunicam entre si e criam um espaço social que é a esfera pública.

A esfera pública burguesa pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público; elas reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social. (HABERMAS, 2003, p. 42)

Aqui, pretendo usar o termo espaço público, em português, no significado de lugar físico, que promove encontros físicos entre as pessoas, e não esfera pública, na noção de Habermas, como um ponto de encontro para uma ação comunicativa entre atores que não precisam estar lá fisicamente para se comunicar. Para Habermas, todo encontro em que atores se relacionam comunicativamente gera um espaço público linguisticamente constituído (p.135).

Embora a Agência Mural, que para produzir jornalismo conta com jornalistas, “muralistas”, que são repórteres responsáveis pelas coberturas de bairros periféricos de São Paulo - e esses não precisam se reunir, não estar fisicamente juntos, apenas para reuniões periódicas de pautas -, eles têm um espaço concreto, uma sede e precisam da dimensão física para realizar o trabalho. Eles precisam do território, do espaço geográfico, do bairro, da periferia, para produzir pautas e textos jornalísticos, pode até ser virtual,

como se deu durante a Pandemia da Covid-19, mas é excepcional, pois é preciso conhecer, circular pela periferia para aplicação da prática jornalística – apuração, investigação. Um espaço público “construído para a comunicação entre os sujeitos”.

À medida que foram modelados mais pela imagem (eletrônica, virtual, paradoxal) do que pela palavra, os espaços sociais gerados pela comunicação mudaram de aspecto, de composição e de natureza. Podemos chamá-los de espaço público desde que sejam abertos e comuns do público – e poderemos chamá-los de públicos mesmo quando não tratam de assuntos que tradicionalmente poderiam ser vistos como de “interesse público”. (BUCCI, 2021, P.126)

O filósofo Paul Virilio diz que o mundo ao vivo e on-line - o que ele chama de lógica paradoxal -, a virtualidade perturba a noção de ‘realidade’, e daí surge uma crise de representações públicas tradicionais (gráficas, fotográficas, cinematográficas...) “em benefício de uma apresentação, de uma presença paradoxal, *telepresença* à distância do objeto ou do ser que suplanta sua própria existência, aqui e agora” (2021, apud BUCCI, 2021, p.125). Bucci enfatiza que a chave desse paradoxo é a “telepresença”, a qual Virilio detectou presenças simultâneas em espaços múltiplos, por meio das tecnologias de instantaneidade. “Pelas telepresenças, uma pessoa ocupa mais de um ‘espaço’ ao mesmo tempo, com presenças simultâneas e não excludentes em esferas distintas” (p.126). Os espaços sociais, físicos não mais dependem da presença física, corpórea, pois a virtualidade dá conta de reproduzir a presença dos sujeitos. Com a tecnologia há um deslocamento dos “espaços” comunicacionais, as fronteiras geográficas não mais existem. Seriam as *telepresenças* o estar em muitos lugares, atender a todos os pedidos, estar sempre presente, sem fronteiras geográficas, pois, as distâncias encolhem, os espaços temporais desaparecem.

Segundo Bucci, essa “lógica paradoxal” de Paul Virilio já estava em atividade desde que a *instância da imagem ao vivo* se consolidou com as redes de televisão, ou seja, desde antes das mídias digitais, do advento da internet, já convivíamos com “telepresenças entrecruzadas” - físico, virtual -, que altera definitivamente o espaço comunicacional aberto ao público (2021, p.126). Esses espaços sociais passam a prescindir das presenças físicas, precisa da presença virtual, uma vez que a imagem reproduz a presença dos sujeitos que não estão lá. Muitos espaços públicos não são necessariamente de interesse público. Espaço público pressupõe um modelo dialógico, que se define por conteúdos que circulam, de interesse geral.

“Logo, espaços sociais comunicacionais e caráter público podem acolher, normalmente, temáticas sexuais, étnicas ou comportamentais que, trazidas discursivamente de esferas não públicas, podem se politizar e ganhar relevância de interesse público.” (BUCCI, 2021, p.128)

Público é espaço social gerado pela comunicação com participação de todos, com liberdade de expressão e direitos amplos em busca da informação. A natureza da comunicação, na separação do espaço social de caráter público e privado, é definida, segundo Bucci, pelo caráter de apropriação e controle, feito por organismos privados, que filtram e interferem nas pautas e no debate.

As práticas e produções jornalísticas são realizadas a partir dos estudos jornalísticos, como os critérios de noticiabilidade, que consideram os temas que serão noticiados pela mídia, e pelas teorias do jornalismo que mostram, explicam o dia a dia do jornalista / jornalismo, suas aplicações, práticas, rotinas, dia a dia. E é nesse processo de produção de notícia que a sociedade comporta organizações e movimentos emergentes, com discussões da sociedade civil. Esses debates, temas, tratados pela Agência Mural, já são debatidos nas periferias, “no mundo da vida” e, quando chegam ao site, são transmitidos de forma ampliada para o espaço público.

### **Agência Mural como espaço social de comunicação**

As escolas de comunicação e as redações nem sempre refletem sobre a importância da relação com a sociedade e a necessidade da inclusão e da diversidade nas pautas. E, também por isso, que além de pensar na indústria da comunicação sob uma perspectiva da informação, dos novos formatos, ética e prestação de serviço, é preciso pensar no jornalista, responsável por criar e adaptar a narrativa e o discurso para a sobrevivência na profissão, analisar as novas funções informativas - pautas, narrativas, editoriais de diversidade.

Segundo Muniz Sodré, a reflexão comunicacional não considera o jornalismo na erosão da credibilidade pública dos fatos e no esvaziamento do debate democrático (p.36). Sem compreensão política, que estão congelados em modelos, o saber / fenômeno comunicacional, se torna um obstáculo. “Compreender implica, portanto, uma afinação (efetiva, política) com o mundo e sua diversidade” (p. 37).

Luisa Tavares, em sua tese de doutorado: “O jornalismo das periferias de São Paulo entre a experimentação e a atualização de práticas convencionais”, destaca que os coletivos de jornalismo das periferias de São Paulo produzem outra narrativa sobre a vida nesses bairros, elegendo quais iniciativas e questões e de que maneira essas devem ser tratadas no jornalismo, “para que ele seja ao mesmo tempo coerente com o cotidiano das pessoas que ali residem, útil para elas e ressignifique o olhar sobre o território tanto de quem mora lá, quanto de quem mora nos centros” (TAVARES, 2019, p. 17).

E, conforme Mara Rovida (2018), a periferia é dinâmica e plural, é território ocupado com subdivisões e organizações internas que se diferenciam entre si e tornam o espaço diverso e complexo. “Longe de ser, portanto, um contínuo homogêneo, as periferias se apresentam como espaço de identidades variadas e de vínculos sociais estabelecidos por relações duradouras” (ROVIDA, 2018, p. 14). A necessidade de um jornalismo feito nas e para as periferias deu origem às escolas de jornalismo de periferias, a Agência Mural, com o propósito de ensinar jovens periféricos a criar conteúdo jornalístico que atendam às necessidades locais, e muito tempo depois fez com que a mídia tradicional olhasse para esses projetos e buscasse diálogo, parcerias para contar (retificar) essas histórias.

Identificar esses lugares para poder contar essas histórias. Lamia Tosi em resenha sobre a obra “Não-lugares” de Marc Augé, publicada na Revista Aurora, do Programa de Pós-Graduação em Ciência Sociais da Unesp, afirma que, segundo Augé, o excesso de espaço remete paradoxalmente ao encolhimento do mundo, e essa aparente ambiguidade altera escalas que incidem, em termos planetários, sobre concentrações urbanas, migrações populacionais e contribuem para a produção de não lugares. Esses não lugares se materializam nos aeroportos, nas vias expressas, nas salas de espera, nos centros comerciais, nas estações de metrô e também nos campos de refugiados, ou seja, “lugares” por onde circulam muitas pessoas e bens, cujas relações são incapazes de criarem identidade de grupo.

No livro, Marc Augé explica que

Se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir como identitário, nem relacional, nem como histórico definirá um não-lugar. A hipótese aqui defendida é que a supermodernidade é produtora de não-lugares, isto é, de espaços que não são em si lugares antropológicos e que, contrariamente à modernidade baudelairiana, não integram os lugares antigos: estes,

repertoriados, classificados e promovidos a “lugares de memória”, ocupam aí um lugar circunscrito e específico. Um mundo onde se nasce numa clínica e se morre num hospital, onde se multiplicam em modalidades luxuosas ou desumanas, os pontos de trânsito e as ocupações provisórias (as cadeias de hotéis e os terrenos invadidos, os clubes de férias, os acampamentos de refugiados, as favelas destinadas aos desempregados ou à perenidade que apodrece) (AUGÉ, 1994, p. 73)

Portanto, “o lugar e o não-lugar são, antes, polaridades fugidias: o primeiro nunca é complementemente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente” (p. 74). As periferias, seriam, então, no conceito de Augé, não lugares? Para produção de narrativas jornalísticas, na maioria dos casos, sim, com produções estereotipadas que não contribuem para um jornalismo mais inclusivo, emancipador, de interesse público, ético, e sim para o apagamento da memória, criando sujeitos sem identidade.

Produzir jornalismo a partir, das e para as periferias, é um caminho para identificar esses espaços e contar essas histórias. O site da Agência Mural se utiliza de critérios de noticiabilidade, de gêneros jornalísticos, de apuração, ética, para produzir pautas considerando todo o ambiente periférico, identificando o local, as pessoas e suas histórias, sem os estereótipos usuais da mídia hegemônica, repletos de violência. E para contrapor essas narrativas e suas produções estereotipadas, que não contribuem para um jornalismo plural, em primeiro momento, foi realizada uma observação simples do site da Agência Mural. Segundo Carlos Gil, observação simples é “aquela em que o pesquisador, permanecendo alheio à comunidade, grupo ou situação que pretende estudar, observa de maneira espontânea os fatos que aí ocorrem [...] Daí por que pode ser chamado de observação-reportagem, já que apresenta certa similaridade com as técnicas empregadas pelos jornalistas” (GIL, 2008, p. 101).

Utilizando-se de um site de internet para publicar notícias na home (espaço principal, de abertura do site) da Agência Mural estão as 10 editoriais: Sua quebrada - notícias do seu bairro, favela ou comunidade, divididos pelas zonas sul, norte, leste, oeste e Grande São Paulo; Rolê - notícias sobre arte, cultura, gastronomia e esporte; No Corre - notícias sobre economia e empreendedorismo; Vale Nota? - notícias sobre educação; Ponto a Ponto - notícias sobre mobilidade e transporte público; Sobre-Viver - notícias sobre saúde e meio ambiente; Democratize-se! - notícias sobre política, serviço público e direitos humanos; Especiais - reportagens para você conhecer as periferias com profundidade; Podcast – um podcast jornalístico diário, com histórias, notícias e relatos

mais conectados com a realidade das periferias do Brasil e, em especial, São Paulo; Webstories - histórias visuais para ler no celular. Além de um Apoio a Agência Mural, com link e informações sobre doação mensal via Catarse ou pix, e acesso às redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn. No site também é possível conferir no item “Credibilidade” a Política de ética; a prática de correções; a política de privacidade, os princípios e o impacto e a Diversidade de vozes.

Toda a produção jornalística é feita e assinada pelos “muralistas”, que são correspondentes locais que moram ou cresceram em bairros e cidades da região metropolitana de São Paulo e fazem as coberturas em suas áreas. Os textos seguem a estrutura jornalística, com entrevistas - especialistas e personagens, dados, estrutura composta com gráficos, infográficos, imagens, vídeos, áudios, com pluralidade para a construção de identidades periféricas. As pautas, os temas são das periferias, que poderiam estar na mídia tradicional, muitos estão, com assuntos pertinentes que devem ser discutidos em sociedade, mas que muitas vezes não passam pelo crivo das redações ou são reportados de forma estereotipada, com preconceitos e pré-julgamentos.

De acordo com Sodré (2021, p.141), jornalismo esteve/está à mercê do sistema do governo, por isso é preciso um jornalismo independente, como o exemplo da Agência Mural, que faz a mediação entre agenda pública, sociedade, natureza social e política, com foco na produção de pautas de conteúdo inclusão, com viés contra-hegemonico e de interesse público.

A nossa rede de correspondentes comunitários é formada por dezenas de comunicadores que moram ou cresceram em bairros de 36 distritos e em 17 cidades da região metropolitana de São Paulo. Temos entre 18 e 60 anos e somos de diferentes credos e religiões, etnias e raças, gênero e orientação sexual, além de possuímos formação em várias áreas — jornalismo, publicidade, secretariado, economia, entre outros.

Como uma agência de jornalismo, a diversidade em nossa redação colabora para que a nossa apuração e produção jornalística considerem, respeitem e promovam a pluralidade de visões de mundo que constrói a identidade das periferias paulistanas.

Como moradores de lugares onde os índices de desenvolvimento humanos (IDH) são baixos, buscamos expor realidades além das violências sofridas — habitualmente exploradas na imprensa tradicional — e contar histórias a partir de perspectivas que não são consideradas oficiais: a dos cidadãos (residentes nas localidades onde o correspondente também mora). (AGÊNCIA MURAL DE JORNALISMO DAS PERIFERIAS, 2021)

Oliveira (2017) defende que o papel do intelectual que milita para transformar a sociedade não é apenas o de fazer críticas, mas também de apontar caminhos de mudanças. Embora o site da Agência Mural se utilize de critérios jornalísticos para produzir pautas - considerando o território, os sujeitos periféricos e suas identidades -, diante da constatação dos estereótipos usuais da mídia tradicional eles criaram “10 princípios para a cobertura jornalística das periferias”, como um manual. E a partir da pergunta: “Você já se incomodou com a forma que alguns veículos falam das periferias?” a Agência Mural criou “10 princípios para a cobertura jornalística das periferias”: 1) não usar a palavra “carente”; 2) tome cuidado com o sensacionalismo e evite clichês; 3) Fuja de lugares-comuns ao falar sobre os moradores da periferia; 4) Nunca chegue em pauta tentando comprovar suas próprias teses; 5) Não subestime a capacidade política dos moradores da periferia; 6) Lembre-se que as crianças das periferia, e os moradores em geral, não são “coitados”; 7) A periferia não é só violência e escassez de infraestrutura; 8) Não se esqueça que os bairros localizados na periferia fazem parte da cidade como qualquer outro bairro; 9) Não dê ouvidos somente para as fontes oficiais; 10) Na periferia há níveis de renda distintos.

De acordo com Sodré, o individual se sobrepõe ao espaço público e as imposições políticas de responsabilidade social e é nesse âmbito civil ou liberal que se impõe a verdade jornalística (p. 154). Em *Superindústria do Imaginário*, Eugênio Bucci (2021) ressalta que hoje temas restritos ao repertório privado dominam a esfera pública, e os novos espaços comunicacionais públicos contribuem *positivamente* para a inclusão de mais direitos nas democracias (p. 129).

### **Considerações finais**

Fundamental para garantir a pluralidade de informação, o site da Agência Mural traz para o dia a dia da redação pautas que se transformam em produtos jornalísticos e debatem temas de interesse público, do bem comum (racismo, direitos humanos, questões de gênero), e, quando esses grupos – espaços sociais comunicacionais – são constituídos em um site jornalístico, levam a discussão para o espaço público.

Contribuir para um jornalismo mais inclusivo, emancipador, de interesse público, sem os estereótipos usuais da mídia tradicional e mais comprometidas com os espaços

periféricos é um dos objetivos da Agência Mural. E para levar para o espaço público pautas mais comprometidas com as realidades locais das periferias.

### **Referências Bibliográficas**

Agência Mural de Jornalismo das Periferias. Disponível em: <https://www.agenciamural.org.br/>. Acesso 10 dez. 2021.

AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas SP: Editora Papirus. 1994.

BUCCI, Eugênio. **A Superindústria do imaginário**: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HJARVARD, Stig. **Mediatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

OLIVEIRA, Dennis de. **Jornalismo e emancipação**: uma prática jornalística baseada em Paulo Freire. Curitiba: Ed. Appris, 2017.

PERUZZO, C. M. K., Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaboraões no setor. **Revista Palavra Clave**, Bogotá, v. 11, n. 2, dez, p. 367-379, 2008.

ROVIDA, Mara. **As periferias pelos periféricos – em busca de uma outra narrativa**. 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. SBPJor - Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2018.

SODRÉ, Muniz. **A sociedade incivil**: mídia, liberalismo e finanças. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2021.

TAVARES, Luisa. **O jornalismo das periferias de São Paulo entre a experimentação e a atualização de práticas convencionais**. Santa Catarina, 2019. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Luisa\\_Tavares/publication/336653546\\_O\\_jornalismo\\_das\\_periferias\\_de\\_Sao\\_Paulo\\_entre\\_a\\_experimentacao\\_e\\_a\\_atualizacao\\_de\\_praticas\\_convencionais/links/5daa08a7299bf111d4be6479/O-jornalismo-das-periferias-de-Sao-Paulo-entre-a-experimentacao-e-a-atualizacao-de-praticas-convencionais.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Luisa_Tavares/publication/336653546_O_jornalismo_das_periferias_de_Sao_Paulo_entre_a_experimentacao_e_a_atualizacao_de_praticas_convencionais/links/5daa08a7299bf111d4be6479/O-jornalismo-das-periferias-de-Sao-Paulo-entre-a-experimentacao-e-a-atualizacao-de-praticas-convencionais.pdf). Acesso em: 10 dez. 2021.

TOSI, Lamia Jorge Saadi. **Não lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Resenha. *Revista Aurora*, Marília-SP, v.08, nº 1, jul/dez de 2014.