

Edição v. 45
número 1 / 2026

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 45 (1)
jan/2026-abr/2026

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

TEMÁTICA LIVRE

“É como você estar se informando com um colega seu”: jovens leitores e a cobertura das periferias pela Agência Mural

“It’s like you’re getting informed through a friend”: young readers and the news coverage of marginalized areas by Agência Mural

MARCELO ISAMU TAKATSU MORIKAWA

Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC/Campinas) – Campinas, São Paulo, Brasil.
E-mail: mit.morikawa@gmail.com.
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-7463-7635>

JULIANA DORETTO

Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC/Campinas) – Campinas, São Paulo, Brasil.
E-mail: jdoretto@gmail.com.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3078-2165>

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

MORIKAWA, Marcelo; DORETTO, Juliana. “É como você estar se informando com um colega seu”: jovens leitores e a cobertura das periferias pela Agência Mural. **Contracampo**, Niterói, v. 45, n. 1, p. 01-15, jan./abr. 2026.

Submissão em: 09/10/2025. Revisor A: 26/11/2025; Revisor B: 08/12/2025; Revisor C: 17/12/2025. Aceite em: 19/01/2026.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v45i1.69476>



Resumo

As periferias são recorrentemente retratadas de maneira preconceituosa pela mídia tradicional. Para se contrapor a essas narrativas, jovens periféricos têm organizado manifestações culturais que buscam valorizar esses territórios. Foi nesse contexto que se estabeleceram os arranjos jornalísticos periféricos. O objetivo desta pesquisa é mostrar as percepções dos jovens leitores da Agência Mural, um veículo midiático periférico da Grande São Paulo, sobre esse tipo de jornalismo no que se refere às pautas sobre os territórios em que vivem. O método adotado contempla nove entrevistas semiestruturadas. Os resultados mostraram que, para os entrevistados, a produção da Mural se opõe aos estereótipos sobre as periferias retratados na grande mídia, mas é necessário aumentar o alcance, uma vez que há locais de sociabilidade nos territórios onde seu conteúdo ainda tem circulação reduzida.

Palavras-chaves

Agência Mural; periferias urbanas; jornalismo periférico; juventudes.

Abstract

Brazilian suburbs are frequently portrayed with prejudice by the mainstream media. To counteract these narratives, peripheral youth have organized cultural manifestations which aim to appreciate their territories. In this context, new journalistic outlets have been established in suburbs. This research aims to show the perspective of young readers of Agência Mural, a peripheral media based in the Metropolitan Region of São Paulo, about this kind of journalism regarding the guidelines related to their neighborhoods. The methodology included nine semi-structured interviews. Results showed that from the young interviewees' perspective the content published by Mural in fact makes an opposition to the stereotypes brought by mainstream media. However, it still lacks a bigger audience outreach, since there's plenty of places of conviviality in the suburbs where it doesn't have a big circulation.

Keywords

Agência Mural; suburbs; peripheral journalism; youth.

Introdução¹

O movimento de valorização das periferias nas metrópoles brasileiras é um fenômeno relativamente recente, tendo início entre o final da década de 1990 e o começo do século XXI. A expressão das identidades periféricas, originalmente por meio da formação de coletivos destinados a manifestações artísticas e culturais, marca a tentativa de desconstrução do estigma que marca as periferias exclusivamente como lugar de miséria e insegurança. Esses territórios começam, então, a serem narrados também como um lugar que desperta sentido de pertencimento e orgulho (D’Andrea, 2022, p. 114) naqueles que os compartilham e vivenciam neles, de modo comum, certas situações cotidianas. Em sua tese de doutorado em sociologia, o professor Tiaraju Pablo D’Andrea (2013) – nascido e criado em bairros periféricos da zona leste paulistana – denomina as pessoas marcadas por esse sentimento de pertença como sujeitos e sujeitas periféricos.

Esses movimentos de valorização da periferia iniciados nos anos 90 acabaram por contemplar também o exercício do jornalismo como parte do processo. Tratava-se, como nos diz Cláudia Nonato (2020), de uma profissão destinada àqueles que tinham acesso ao ensino superior, o que configurava uma restrição para a população periférica até os movimentos de inclusão dos jovens desses territórios na educação universitária, com as políticas públicas iniciadas nos primeiros governos Lula², entre 2003 e 2010. Além disso, os veículos midiáticos tradicionais são comandados por pessoas das elites econômicas brasileiras – portanto, distantes das periferias –, levando à falta de representatividade nas redações (Nonato, 2020, p. 188).

Nesse processo de ressignificação das áreas das franjas da cidade, nota-se o surgimento de arranjos jornalísticos idealizados por jovens periféricos preocupados em ver os sujeitos periféricos retratados de uma maneira diferente daquela estigmatizada na grande mídia (Rovida, 2021, p. 19). Ainda no que se refere às transformações sociais do início do atual século, Ivana Bentes (2018) observa que tais fenômenos levaram ao estabelecimento do termo “mídia livre”, o qual ressignificou e ampliou outros termos como mídia independente, alternativa ou contra-hegemônica, uma vez que foram “as transformações tecnológicas e a emergência das plataformas e redes sociais que deram acesso e visibilidade aos novos sujeitos sociais e políticos que emergiram no Brasil, vindos das bordas, das periferias, das minorias” (Bentes, 2018, p. 153).

Uma das questões associadas à representatividade está no fato de que as narrativas sobre as periferias produzidas na grande mídia partem das perspectivas de pessoas que não conhecem os territórios, de maneira que o jornalismo periférico busca, a partir das experiências de vida dos próprios jornalistas, “compreender a sociabilidade e as questões vividas pelos moradores” (Nonato; Pachi Filho; Camargo, 2020, p. 20). Para além da diferenciação nas pautas, o modelo de trabalho presente nas redações desses veículos também costuma divergir da mídia tradicional, pois geralmente “são adeptos do chamado formato coletivo em que se preza pela gestão horizontal, sem hierarquias rígidas, apesar da distribuição de tarefas” (Rovida, 2020b, p.9).

Na gestão horizontal, a interação entre os profissionais ocorre no formato de uma rede orgânica, de modo que todos podem opinar em assuntos como estratégias, possíveis parcerias, reportagens e pautas. Apesar de as particularidades de cada membro (bairro de origem, forma de pensar o mundo, idade, trajetória acadêmica etc.) representarem um potencial desafio no que diz respeito às tomadas de decisão, Juliana Bezerra (2021, p. 287) descreve o ambiente nas redações “como um processo formativo

1 O presente artigo é uma síntese da dissertação de mestrado intitulada “Juventudes, jornalismo e os sentidos sobre as periferias: um estudo com leitores da Agência Mural” – que foi parcialmente financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Disponível em: <https://repositorio.sis.puc-campinas.edu.br/handle/123456789/17980>. Acesso em 29 jan. 2026.

2 Disponível em: <https://www.geledes.org.br/governo-lula-multiplica-numero-de-jovens-negros-na-universidade/>. Acesso em 22 jul. 2025.

paralelo, onde os jornalistas mais experientes compartilham e trocam saberes com os mais novos, por meio de rotinas de trabalho que estimulam a construção colaborativa das matérias".

Nessa conjuntura histórica e social surge a Agência Mural, fundada em formato de um blog noticioso hospedado no site da Folha de S. Paulo, com a proposta de "produzir e divulgar narrativas sobre as periferias, fugindo de estereótipos observados na cobertura mais recorrente da imprensa" (Rovida, 2021, p. 19). Exemplos de pautas que não eram aceitas pelo veículo então recém-estabelecido – política que se verifica até os dias atuais – eram aquelas sobre violência, tema que segundo Mara Rovida (2021) geralmente norteia as notícias sobre esses territórios na imprensa tradicional. A parceria com a Folha dura até 2022, mas em 2015 a iniciativa já havia se organizado como agência de notícias, ganhando site próprio em 2018³. Além do portal oficial, o veículo tem perfis nas redes sociais Instagram, X.com, Facebook, LinkedIn e TikTok. Conta com equipe fixa, com 13 pessoas, e cerca de 60 Muralistas, como são chamados os jornalistas que cobrem as diversas áreas da Região Metropolitana de São Paulo, sendo remunerados parcialmente por isso.

Ainda segundo Rovida (2021, p. 16), o objetivo dos Muralistas é produzir narrativas jornalísticas sobre as periferias "a partir das múltiplas perspectivas e diversas vozes periféricas", com as políticas editoriais do veículo sendo desenvolvidas segundo um compromisso assumido com o território e trabalhadas de acordo com interesses que estejam em evidência no conjunto de pessoas que produzem o espaço social compreendido como periferia. Os correspondentes, assim, "conseguem abranger uma área de cobertura que nenhum veículo, mesmo aqueles ligados a grandes corporações de mídia, alcança" (Rovida, 2021, p. 19). No que diz respeito à recepção do veículo por seus leitores, de acordo com seu *mídia kit*⁴, publicado em setembro de 2023, 48% dos leitores da Agência Mural residem na Região Metropolitana de São Paulo, sendo 34% na capital e 14% em outros municípios, com destaque para Guarulhos, Osasco, São Bernardo do Campo, Santo André, Cotia e Barueri. Além disso, quanto à faixa etária, 51% dos leitores têm entre 18 e 34 anos de idade, reforçando a juventude como leitorado dominante.

Apesar de o documento não conter informações sobre a classe social à qual seus leitores pertencem, o público-alvo da Agência Mural é definido como jovens entre 15 e 34 anos pertencentes às classes C, D e E – segundo a categorização do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) – o que reflete, aliás, o perfil dos seus jornalistas. Trata-se de uma geração já nascida no contexto da ressignificação do termo periferia, ou seja, que não vivenciou seus territórios apenas com a perspectiva da estigmatização. Nesse contexto, o objetivo deste trabalho foi identificar as percepções que o jornalismo periférico desperta nos jovens leitores da Agência Mural, no que diz respeito às áreas onde vivem.

Juventudes, territórios e o jornalismo periférico

Nas culturas ocidentais modernas de maneira geral, a juventude sempre foi entendida como um estágio de transição, em que o jovem passa a assumir responsabilidades na vida familiar e no mundo do trabalho. Por isso, ela é crucial tanto para o indivíduo quanto para a sociedade, pois representa a continuação de certos modos de vida e de organização social. Tradicionalmente, os estudos sociológicos das juventudes são categorizados em duas tendências (Pais, 1990): os que veem a juventude como um conjunto social uniforme e homogêneo, definido por uma geração em termos etários; e aqueles que a veem como um agrupamento diversificado, no qual diferentes culturas juvenis se distinguem em função de aspectos como oportunidades de estudo e trabalho, orientação sexual e classes econômicas. Apesar das diferenças entre seus subgrupos, a juventude – enquanto um conjunto social – tem sido encarada histórica e socialmente "como uma fase de vida marcada por uma certa instabilidade associada a determinados

3 Disponível em: <https://www.projetodraft.com/aqui-a-periferia-e-o-centro-do-negocio-como-a-agencia-mural-evoluiu-de-blog-para-agencia-de-noticias/>. Acesso em 30 jul. 2025.

4 Disponível em: <https://agenciamural.org.br/midia-kit/>. Acesso em 30 jul. 2025.

problemas sociais” (Pais, 1990, p. 141).

Essa concepção de etapa identificada por inconstâncias é corroborada por Helena Abramo (1997), que afirma ser histórica a tematização da juventude sob a perspectiva de ser um “problema social”. Na análise da autora, os jovens se tornam objeto de atenção apenas quando apresentam uma ameaça de ruptura para a continuidade social. Em nível individual, as desordens ocorrem quando “o jovem se desvia do seu caminho em direção à integração social – por problemas localizados no próprio indivíduo ou nas instituições encarregadas de sua socialização ou ainda por anomalia do próprio sistema” (Abramo, 1997, p. 29). Já em nível coletivo ocorrem se “um grupo ou movimento juvenil propõe ou produz transformações na ordem social ou ainda porque uma geração ameaça romper com a transmissão da herança cultural” (Abramo, 1997, p. 29).

Em relação aos jovens residentes nas metrópoles brasileiras, existe uma dificuldade maior na transição para a vida adulta em virtude de como os espaços urbanos foram estruturados, escancarando o “fosso abismal entre as elites e o enorme contingente de pobres e miseráveis” (Castro, 2008, p. 255). Tal cenário singular dificulta um senso de pertencimento, uma vez que se torna complexo enxergar pessoas de uma realidade econômica tão diferente como parte de sua própria coletividade. Para Lúcia Rabello de Castro (2008, p. 255), essa situação pode impactar mais as crianças e os jovens pobres, que tendem a enxergar seus bairros apenas como lugares de precariedade, isto é, “corre-se o risco de naturalizar-se o arbítrio humano, de habituar-se com as desigualdades e com o mal-estar que elas causam”.

Os territórios que compõem as periferias das metrópoles brasileiras são aqueles para os quais o modo de produção capitalista destinou as pessoas mais pobres e são formados por “uma grande leva migratória de nordestinos, negros, índios, brancos e imigrantes” (D’Andrea, 2020, p. 7). Essa heterogeneidade de culturas encontra um denominador comum no âmbito econômico, visto que as pessoas que habitam a periferia são aquelas que não detêm os meios de produção e normalmente ocupam os postos inferiores na esfera produtiva.

De acordo com Tiaraju D’Andrea (2020), essa característica é um dos “sinais diacríticos que permitem o reconhecimento mútuo de quem habita esses espaços”, isto é, os sujeitos e sujeitas periféricas se veem como pessoas marginalizadas no sistema social, compreendendo que elementos de seu cotidiano, como a maneira de se vestir, os sotaques, os hábitos da vida cotidiana e as atividades religiosas ou de lazer em comum, são vistos de forma preconceituosa e estigmatizada.

Esse olhar para as periferias como um território de exploração remete à própria colonização, fenômeno que estruturou as sociedades latino-americanas e foi legitimado pelo pensamento que Mignolo (2008) denominou “razão imperial”, o qual afirmava a supremacia da identidade europeia ao “construir construtos inferiores, e expeli-los para fora da esfera normativa” (Mignolo, 2008, p. 291). Os construtos hegemônicos superiores foram reunidos na chamada Matriz Colonial de Poder e foram fundamentados nos seguintes critérios: raciais, com a superioridade do branco ou caucasiano; nacionais, por parte dos países colonizadores da Europa Ocidental; religiosos, de ordem cristã e – na América Latina – católica; sexuais, impostos pela heteronormatividade; e de gênero, predominantemente o masculino.

Para D’Andrea (2020), é preciso identificar os motivos pelos quais os bairros ricos são tão homogêneos e brancos, não refletindo a cultura e a cor da pele da população brasileira. Em seu artigo “Desobediência epistêmica: a opção descolonial e o significado de identidade em política”, Walter Mignolo (2008, p. 323) explica que, na América do Sul, “os privilégios do homem branco são fundamentados na história e nas memórias de pessoas de ascendência europeia que levaram com eles o peso de certas formas de gestão política, econômica e de educação”.

Para romper com esse modelo de dominação, é preciso desenvolver conhecimentos outros a partir de uma perspectiva não eurocêntrica, isto é, de um pensamento contra-hegemônico cujo principal requisito é “ser epistemicamente desobediente” (Mignolo, 2008, p. 323). A própria noção de territorialidade pode ser compreendida como uma opção decolonial no sentido de que, enquanto as matrizes eurocêntricas

priorizam as propriedades jurídicas e políticas do território a partir da ação dos grupos hegemônicos, “na América Latina o território é lido frequentemente no diálogo com os movimentos sociais, suas identidades e seu uso como instrumento de luta e de transformação social” (Haesbaert, 2020, p. 76).

Ainda segundo Haesbaert (2020, p. 76), a conceituação decolonial de território se expande para além da lógica de uma ontologia territorial “vinculada à herança de um modelo capitalista extrativista que coloca em xeque a existência dos grupos subalternos”, consistindo, portanto, uma episteme que dá voz aos invisibilizados e às suas formas de saber. O rap foi pioneiro em afirmar a periferia como território no qual pessoas enfrentam sofrimentos comuns, ao denunciar o genocídio da população periférica de São Paulo nos anos 1990, promovido pelo Estado por meio da violência policial. De acordo com D’Andrea (2022, p. 128), “naquele momento, disseminar periferia era um grito desesperado por pacificação”.

Nos anos seguintes, o movimento de valorização das periferias iniciado pelo rap deu origem a um processo de proliferação cultural, com o hip-hop, o funk, a literatura marginal, as comunidades do samba e os grupos de teatro. “A arte e a cultura passariam a ocupar um espaço ainda mais importante como forma de organização social e política nos territórios” (D’Andrea, 2022, p. 129), preenchendo uma lacuna⁵ deixada pelos partidos políticos e pelas associações de moradores dos bairros e desempenhando um papel de manutenção da coesão social. Neste trabalho, entendemos os coletivos de jornalismo periférico, como a Agência Mural, como uma continuidade desse processo.

O perfil dos produtores do jornalismo periférico é majoritariamente formado por jovens entre 20 e 30 anos, graduados em jornalismo e que indicam “a necessidade de produzir narrativas que pautem a diversidade e a pluralidade de experiências das periferias” (Rovida, 2020b, p. 7). Além de proporcionarem o exercício do direito à informação para suas comunidades, essas iniciativas “ajudam a desconstruir os estereótipos que espoliam seus moradores e denunciam a violação de direitos que marca a trajetória de vida desses cidadãos” (Bezerra, 2021, p. 285).

Nesse sentido, ele acaba por se afastar do jornalismo hegemônico, cujas narrativas apresentam “uma sistemática ausência das vozes e visões das periferias” (Rovida, 2018, p. 57), as quais “comumente são estigmatizadas como lugares apenas de carestia e violência” (Bezerra, 2021, p. 285). Ao promover esse distanciamento, essas produções jornalísticas passam a utilizar as perspectivas das periferias em suas coberturas e buscam “marcar uma diferença no modo de compreender a sociabilidade e as questões vividas pelos moradores” (Nonato; Pachi Filho; Camargo, 2020, p. 20), alinhando suas pautas a acontecimentos que tenham vínculo com as experiências vividas no território e apresentando

(...) uma diversidade de questões, de perspectivas e de vozes que fazem parte desse contexto social. Contexto que é palco das narrativas, ao mesmo tempo em que serve de espaço social de atuação concreta dos comunicadores e é o lugar em que o público-alvo elencado como preferencial – ainda que não seja a maior parte da audiência como revelam os próprios jornalistas – dessas produções está (Rovida, 2020b, p. 8).

Todavia, Mara Rovida (2020a) nos alerta para não generalizarmos os profissionais da mídia hegemônica como incapazes ou perversos no que diz respeito ao silenciamento desses territórios. Para a autora, “existem jornalistas que trabalham na imprensa corporativa e que conseguem incluir a complexidade urbana em suas narrativas, simplesmente por atuarem em consonância com a ideia de polifonia e polissemia presentes na noção de jornalismo dialógico” (Rovida, 2020a, p. 115). Um exemplo é a própria Agência Mural, idealizada por uma equipe de jornalistas colaboradores da Folha de S. Paulo.

Em relação à inclusão da complexidade urbana nas narrativas, ela encontra respaldo na Teoria

⁵ Tal lacuna se refere ao desaparecimento dos trabalhos de base, que representou o “fim de uma era de protagonismo para as classes populares baseada em organizações coletivas” (D’Andrea, 2013, p. 50) e teve duas causas centrais: a derrota do socialismo na Guerra Fria (cujo impacto no Brasil foi a derrota de Lula, o candidato mais alinhado à esquerda, na eleição presidencial de 1989) e a ascensão de um pensamento liberal após a redemocratização.

da Responsabilidade Social da imprensa, a qual “defende que os meios de comunicação têm obrigações com a sociedade. Devem intervir por causa do interesse público. Os meios de comunicação são livres, mas devem se autorregular por códigos éticos” (Alsina, 2009, p. 126). Um dos graus de liberdade da prática jornalística decorre de o acontecimento ser “a percepção do fato em si” (Alsina, 2009, p.12), ou seja, ela é um processo que tem a subjetividade presente tanto em seu *input*, que é o acontecimento, quanto no *output*, que é a notícia, constituída por uma ou mais narrativas. Ainda de acordo com Alsina, “devemos destacar que um acontecimento não é uma realidade objetiva externa nem alheia ao sujeito que percebe esse acontecimento” (Alsina, 2009, p. 13).

O jornalismo, enquanto parte do campo da comunicação e das ciências humanas, pode ser lido então como a “revelação da objetividade na qual a subjetividade (ou a ideologia, dito de modo mais específico) que a pressupõe não se manifesta como um resíduo, mas a como uma dimensão intrínseca à teoria e que a constitui como um conteúdo necessário e legítimo” (Genro Filho, 1987, p. 159). Em relação à ideologia, Adelmo Genro Filho (1987) a define como um elemento que “atravessa todas as criações da cultura” de uma determinada sociedade, “além de manifestar-se no senso comum, nas obras de arte, nas leis, na moral, no jornalismo etc. Esse conteúdo ideológico é contraditório e representa, em suas polarizações extremas, os interesses das classes antagônicas” (Genro Filho, 1987, p. 87). Portanto, se existe um jornalismo hegemônico tradicional que subalterniza populações como as das periferias, é natural o surgimento de ideologias a partir dessas populações no sentido de contestar o *status quo*.

As entrevistas em profundidade

Ao discutirem a metodologia utilizada por Bourdieu (2007) em seu livro *A distinção: crítica social do julgamento*, publicado originalmente na França em 1979, Bertonecelo e Nicolau Netto (2023) descrevem algumas características e diferenças entre o questionário, uma abordagem quantitativa, e a entrevista de caráter qualitativo. Em relação à obra do sociólogo francês, os autores observam que “o central de seu método foi o recolhimento de um conjunto de dados gerados por questionário – aplicado por ele e sua equipe e complementado por dados de órgãos públicos” (Bertonecelo; Nicolau Netto, 2023, p. 364).

De acordo com os autores, uma das conclusões a que os dados gerados pela pesquisa induziram é a de que as classes populares não teriam interesse em estetizar a vida no que diz respeito à cultura pois estariam primeiro preocupadas com suas necessidades primárias, isto é, em “dar respostas rápidas às urgências da vida” (ibidem, p. 365). Uma crítica a essa conclusão foi o fato de que ela foi condicionada ao próprio desenho de pesquisa, uma vez que Bourdieu (2007) baseou seu questionário “em referências culturais já legitimadas pelas instâncias culturais (como museus, ópera, casas de concerto etc.) e em domínios mais típicos de uma visão legitimista de cultura” (ibidem, p. 365) e omitiu perguntas sobre festivais, feiras e outros eventos nos quais “as classes populares tendem a produzir estetização” (ibidem, p. 365).

Nesse sentido, uma abordagem puramente quantitativa como o questionário poderia implicar um recorte enviesado pelas perspectivas e suposições do pesquisador, diferente de métodos qualitativos como as entrevistas em profundidade uma vez que “se, em um questionário, as categorias possíveis são apresentadas pelo pesquisador e por ele classificadas de antemão, em uma entrevista, elas emergem dos entrevistados” (ibidem, p. 366). A utilização de métodos mistos, envolvendo a realização de grupos focais para a coleta de dados primários que abasteceriam um questionário quantitativo, seria uma metodologia interessante para o escopo do nosso projeto.

Porém, em virtude de restrições de tempo e orçamento para se organizar e executar rodas de grupos focais, não conseguiríamos fazer nossa pesquisa com métodos mistos. Por esse motivo, entendemos que a entrevista em profundidade seria a metodologia mais adequada ao presente projeto pois nosso interesse foi compreender os sentidos que a Agência Mural desperta em seus leitores jovens a

partir de suas perspectivas, e não de nossas próprias hipóteses.

De acordo com Duarte (2009, p. 66), as entrevistas em profundidade têm "origem em uma matriz, um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse de pesquisa". O roteiro deve conter uma lista de perguntas, a qual deve ser produzida a partir do problema de pesquisa e buscar tratar o tema com amplitude, "apresentando cada pergunta da forma mais aberta possível" (Duarte, 2009, p. 66). Apesar de o pesquisador definir elementos como as questões e a ordem e maneira como serão apresentadas, "a entrevista é conduzida em grande medida, pelo entrevistado, valorizando seu conhecimento" (ibidem, p. 66).

Ainda nesse sentido, Cremilda Medina (2011) observa o potencial do método quando encarado pelo jornalista (mas aqui acrescentamos também o pesquisador) para além da perspectiva de uma técnica, a qual se mostra "fria nas relações entrevistado – entrevistador" (Medina, 2011, p. 6). Essa possibilidade de construir um diálogo com os participantes, jovens leitores da Agência Mural, foi o fator determinante para escolhermos a entrevista em profundidade como método de coleta de dados para a nossa pesquisa.

Em relação ao formato, sempre deixamos claro aos interessados a nossa preferência por fazer a entrevista de maneira presencial, num ambiente por eles escolhidos, mas abrimos também a possibilidade de encontros virtuais. Em virtude da disponibilidade e das agendas individuais de cada um, a maioria (seis dos nove entrevistados) optou por fazer remotamente em dias de semana, por meio da plataforma Microsoft Teams. A liberdade dada aos participantes, além de deixá-los mais confortáveis, foi motivada por uma orientação de Duarte (2009, p. 71): "o informante deve ser estimulado a escolher o local e o horário. É sempre possível negociar, mas é fundamental atender às condições do entrevistado".

A procura pelos entrevistados ocorreu de três maneiras distintas, sendo a primeira uma lista de contatos fornecida pela Agência Mural, os quais tinham participado de um questionário conduzido pelo veículo. Tal pesquisa, porém, não era restrita às juventudes, tendo contado com a participação de pessoas mais velhas, o que limitou nossa busca.

Esgotada a lista de contatos disponibilizada pela Mural, passamos para a segunda abordagem: solicitar aos entrevistados que indicassem amigos ou conhecidos – que fossem jovens, moradores de periferia e leitores da Agência – para participarem da pesquisa, uma técnica denominada "bola de neve" conforme descrito por Goodman (1961, p. 148). A terceira e última forma de abordagem consistiu em observar pessoas que comentavam nas postagens da Agência Mural na rede social Instagram, analisar foto de perfil e descrição na bio (informações básicas do proprietário da página) e entrar em contato com elas por meio da ferramenta *Direct Messenger* da rede social.

Em resumo, entre abril e setembro de 2024, foram realizadas um total de nove entrevistas, sendo seis em formato remoto e três presencialmente, em locais sugeridos pelos entrevistados. A Tabela 1 mostra os participantes em ordem alfabética. Por questão de sigilo, para que os sujeitos participantes pudessem se sentir mais à vontade ao responder às nossas questões, os nomes verdadeiros dos entrevistados foram substituídos por fictícios. Todos assinaram ainda termos de consentimento livre e esclarecido para a participação na pesquisa, documentos em que garantíamos a sua não identificação e explicávamos os objetivos da pesquisa⁶ e os modos como os dados gerados (incluindo os pessoais e as gravações de voz) seriam utilizados e divulgados.

6 A investigação foi submetida junto à Plataforma Brasil e avaliada pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), que emitiu parecer consubstanciado favorável ao desenvolvimento do projeto e atribuiu-lhe o número 6.723.080.

Tabela 1 – Relação de participantes das entrevistas em profundidade

	Ocupação	Local	Idade	Abordagem	Formato
Andressa	Prod. Cultural	São Miguel Pta.	34	Lista Mural	Remoto
Alberto	Professor	Grajaú	27	Lista Mural	Remoto
Beatriz	Estudante	Jardim Planalto	24	Instagram	Presencial
Eduardo	Estudante	Morro Grande	27	Bola de Neve	Presencial
Henrique	Ator e produtor	Embu das Artes	24	Instagram	Remoto
Jonas	Cientista político	Água Rasa	25	Bola de Neve	Remoto
Karina	Prod. Cultural	Parelheiros	27	Bola de Neve	Remoto
Renata	Prod. Cultural	Cidade Serodio	27	Lista Mural	Presencial
Wesley	Professor	Guarulhos	27	Bola de Neve	Remoto

Fonte: Produzido pelos autores

A duração das entrevistas variou de meia hora a uma hora e 40 minutos. Todas foram gravadas, por meio da plataforma Microsoft Teams, no caso das remotas, e pelo gravador do celular, nas presenciais, e posteriormente transcritas na íntegra com auxílio da Inteligência Artificial ViraTexto, disponível no WhatsApp. Apesar de não termos estabelecido nenhum critério quanto à localidade em nossas abordagens, conseguimos entrevistar pessoas oriundas das zonas Leste, Norte e Sul da capital, além dos municípios vizinhos de Embu das Artes e Guarulhos. Dos nove entrevistados, apenas Beatriz e Jonas não moram mais em seus bairros de origem, tendo ambos migrado para estarem mais próximos de suas atividades profissionais e das universidades em que estudam.

No que se refere à formação acadêmica, aliás, nossos entrevistados se dividem em três grupos: os estudantes que ainda estão cursando a graduação, como Beatriz e Eduardo, estudantes de gestão ambiental e gestão em políticas públicas, respectivamente, ambos pela Universidade de São Paulo (USP); os graduados, como é o caso de Renata, que estudou relações públicas na Universidade Anhembi Morumbi (UAM), Alberto, economista pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), Wesley, formado em história pela USP, Andressa, pedagoga pela Universidade Metropolitana de Santos (Unimes), e Jonas, graduado em ciências sociais pela Universidade Federal de São Paulo (Unifesp); e os que não declararam ter ensino superior completo, como é o caso de Henrique e Karina. Karina chegou a estudar ciências da natureza na USP, mas não concluiu, principalmente por não conseguir conciliar os estudos com as atividades do restaurante de sua mãe em Parelheiros. Já Henrique é um dos embaixadores do Politize⁷, uma organização que promove educação política e atua na formação de lideranças a partir de seus territórios.

O consumo da Agência Mural

Começamos a exposição de nossos resultados com a maneira pela qual nossos participantes conheceram a Agência Mural. Foram mencionados três tipos de resposta: amigos compartilharam, via *story*⁸, algum conteúdo publicado na página da Agência no Instagram; o entrevistado conhece um correspondente do veículo que mora no mesmo bairro ou cidade; e o entrevistado participou ou conhece algum vizinho que participou de uma reportagem produzida pela Mural.

O fato de o conteúdo publicado pela Agência ser produzido por pessoas periféricas foi um elemento recorrentemente citado pelos participantes tanto para atrair a sua atenção quanto para que eles se mantivessem interessados em se informar pelo site ou pela página no Instagram da Agência. Na opinião de Andressa, os redatores tomam cuidado para conseguir dialogar com seus territórios, isto é, “eles falam uma linguagem que é um pouco mais fácil para pessoas de comunidade, pessoas que não têm tanto

7 Disponível em: <https://www.politize.com.br/formacao-de-liderancas/>. Acesso em 17 jul. 2025.

8 Recurso do Instagram que permite o compartilhamento temporário de conteúdos como postagens de outras páginas, fotos ou vídeos curtos.

acesso à leitura, a uma forma mais politizada de se escrever. Eu acho que a notícia fica melhor de ler”.

Essa proximidade com seu público também foi um fator apontado por Henrique, que julga importante conhecer as pessoas que produzem a notícia de maneira a entendê-las como parte de sua própria coletividade: “Num grande jornal até dá pra ver o nome dos jornalistas, mas eu nem sei quem são. A Mural tem esse ponto: eu sei quem são. Então eu confio neles, no que eles estão escrevendo”, afirmou, ao lembrar que conheceu a Agência por meio de um amigo que era correspondente em sua cidade. Já Beatriz se vê representada pelos jornalistas periféricos, sabendo que os acessos às redações são mais restritos para quem vem desses territórios.

A forma com a qual os jornalistas abordam as periferias e os sujeitos que nelas moram nas pautas também foi um ponto positivo citado. Alberto se lembrou de uma série de reportagens⁹ que teve como referência os 60 anos do golpe militar no país: “Recentemente, fizeram um trabalho lindíssimo sobre a ditadura. O que foi a ditadura nas periferias da cidade de São Paulo? Por que Osasco ainda tem uma praça chamada 31 de março? Essa criticidade é muito boa e não é só pelos aspectos negativos”.

Nesse sentido, Jonas estabelece um comparativo entre jornalistas de veículos tradicionais e os da Agência Mural no que diz respeito às maneiras como produzem suas narrativas sobre as periferias. Para o cientista político, o fato de os correspondentes serem jovens e terem toda uma vivência no território faz com que eles consigam retratá-lo de maneira mais conectada à realidade:

A Globo, por exemplo, quando vai falar da periferia, cai no lugar caricato, porque é um jornalista que não tem essa vivência, não conhece, nunca andou naquelas vielas, não sabe do que está falando. É uma visão mais superficial. Quando você tem um jornalista periférico ou que minimamente tem um compromisso político com a periferia, de estar inserido naquilo, você tem uma visão interna do rolê, e aí você fala de um lugar onde você consegue quase que dialogar com pares. É como você estar se informando com um colega seu, com alguém que você conhece, porque tem essa visão parecida com a sua.

O trabalho produzido pela Agência Mural e por outros veículos de mídia alternativa, ao instigar um sentimento de pertença e representatividade em seus leitores, se fundamenta na definição de sujeito periférico concebida por D’Andrea (2013, p. 174) e que estabelece três requisitos: que a pessoa assuma sua condição de periférico, ou seja, que haja uma mudança de perspectiva do periférico “em si” para o periférico “para si”; tenha orgulho dessa condição, abstraindo as estigmatizações; e aja politicamente a partir dela. Ao produzir pautas a partir do território, se afirmando periférica, mostrando as potências ali presentes e fazendo ações políticas no sentido de valorizar as periferias e reivindicar melhorias, a Mural consegue a validação de sua audiência. Entretanto, nem todo jovem periférico é um sujeito periférico, pois somente a “experiência compartilhada de habitar a periferia” (ibidem, p. 173) não define a subjetividade periférica, sem os elementos citados.

Ainda em relação à subjetividade periférica e à maneira como a grande mídia retrata os territórios, para além dos discursos estigmatizantes da violência e da miséria – corroborando Rovida (2021) e Nonato (2020) conforme vimos na introdução –, uma percepção comentada foi sobre como há um novo olhar sobre a periferia como local de potencialidade, mas que é enganoso. É o caso de Jonas, sociólogo e mestrando em mudança política e participação social pela USP, que assim relata suas impressões, destacando que são narrativas diferentes daquelas produzidas pela Mural:

Hoje, na grande mídia, você ouve falar sobre periferia como lugar do empreendedorismo salvador. Então, por exemplo, você vê o Luciano Huck fazendo coisa na periferia, beneficiando pessoas periféricas que são empreendedoras e estão abrindo seu próprio negócio, transformando suas vidas, sempre de uma perspectiva individual, um vender liberal. Então você abre o seu negócio, empreendedor de si mesmo, e é uma lógica

9 Disponível em: <https://www.agenciamural.org.br/especiais/o-que-foi-a-ditadura-nas-periferias-de-sao-paulo/>. Acesso em 25 jul. 2025.

bastante de marketing no sentido de que todo mundo pode fazer.

O pensamento de Jonas nos mostra como um discurso mais liberal conseguiu transformar a ideia de potência das periferias originada nos anos 90, de maneira que ela deixou de ser uma forma de valorização para assumir um caráter meritocrático. No exemplo citado, a prosperidade financeira e o sucesso profissional tornam-se o objetivo principal e, assim, o compromisso com o território e o senso de coletividade deixam de existir, contrariando a ideia de corporificação que estudamos em Haesbaert (2020), na qual os setores subalternos de uma sociedade capitalista fazem uso do território como forma de resistência, e não como somente um ativo financeiro.

Por fim, em relação ao nosso grupo de entrevistados, observamos que é composto por estudantes universitários, professores e produtores artísticos, ou seja, categorias sociais que Bourdieu (2007) classifica como detentoras de baixo ou médio capital econômico e alto capital cultural, por terem um nível elevado de ativos sociais como intelecto, educação formal e estilo elaborado de discurso. Ao menos no caso dos participantes que aceitaram conversar conosco, percebemos que o jornalismo periférico não despertou neles conscientização sobre seus territórios, uma vez que já eram engajados politicamente nessa temática antes mesmo de conhecerem a Agência Mural.

O conteúdo consumido por eles, assim, reafirma suas crenças e valores. Revisitando as obras de outros autores que estudaram as origens do jornalismo periférico, Bentes de fato observa a existência de uma articulação entre movimentos políticos, mídia periférica e outras produções culturais comunitárias, “tendo as universidades públicas como aliadas na certificação de muitas das iniciativas de formação livre, numa redistribuição simbólica de poder” (Bentes, 2018, p. 155). Com os dados levantados, parece-nos ainda ser possível afirmar que nossos participantes representam a maior parte do público do veículo, e cabe-nos então indicar a necessidade de o jornalismo periférico pensar em estratégias para se aproximar de outros perfis de jovens que vivem nessas áreas da região metropolitana.

O diálogo com os territórios

Na presente seção trazemos algumas ideias sugeridas pelos nossos participantes no sentido de promover uma circulação maior do conteúdo da Agência Mural, e do jornalismo periférico como um todo, em segmentos nos territórios onde eles ainda não possuem um alcance mais consolidado. Para a estudante de gestão ambiental Beatriz, é necessário fazer um trabalho de base presencial uma vez que, no seu entendimento, os leitores da Mural geralmente já eram acostumados a se informarem por outros jornais antes mesmo de chegar ao veículo:

Eu diria – se a Mural já faz isso eu não tô sabendo – para ter mais ações presenciais. Então, em algum dia fazer tipo uma oficina de jornalismo com pessoas periféricas. Fazer um painel de roda de conversa para trocar ideias justamente sobre isso. Enfim, nas periferias mesmo. Levar o jornal até lá, porque às vezes é uma bolha. Quem tem acesso ao jornal são pessoas que já têm o hábito de consumir notícia, de estarem informadas.

Ainda no sentido de tentar alcançar outros nichos nos territórios, Jonas destaca os espaços de sociabilidade como meio para engajar as juventudes periféricas. Ao analisar sua própria trajetória e experiências enquanto cientista social e ativista de coletivos, ele cita o futebol de várzea como uma possibilidade para aumentar o envolvimento do jornalismo periférico com a audiência jovem masculina, “porque os homens, a maioria deles, estão sociabilizados nesse espaço do futebol, da cerveja e do churrasco depois do jogo”. Um exemplo prático de como a atuação em locais de sociabilidade chegou aos nossos entrevistados é Andressa, que conheceu a Mural por indicação do coletivo de grafiteiros do qual faz parte.

Outro exemplo de local de convivência entre os jovens nas periferias citado foram os cultos religiosos e outros eventos organizados pelas igrejas, sobretudo as evangélicas pentecostais. Cristina Silva (2023) observa que um dos motivos para o acelerado crescimento das igrejas evangélicas pentecostais nas últimas décadas é justamente o fato de elas preencherem as lacunas deixadas pelo poder público, uma vez que equipamentos de uso coletivo e as opções de lazer são serviços frequentemente negligenciados nos territórios quando comparado aos centros urbanos. O diálogo com as lideranças religiosas locais, inclusive, é um caminho para conseguir a validação das juventudes periféricas segundo o pensamento de Eduardo. Para o estudante de gestão em políticas públicas, mesmo aqueles que não participam com frequência das atividades promovidas pelas igrejas geralmente têm um sentimento de respeito em relação a elas, sobretudo por causa dos laços familiares:

Por mais que às vezes o cara não tá na igreja – ele tá num outro rolê, em outra pegada, – ainda assim, ele tem um certo respeito com a igreja do bairro dele, porque a mãe dele está lá. E ele vem de um contexto de mãe solo. Então, ele não vai respeitar a autoridade masculina; ele vai respeitar a autoridade feminina e evangélica.

Outra participante de nossas entrevistas que mencionou a necessidade de fazer atividades presenciais foi a ativista e produtora cultural Renata, para quem a mídia impressa pode configurar uma alternativa para a Agência Mural alcançar mais pessoas nas periferias, uma vez que, embora as tecnologias digitais tenham se popularizado recentemente, ela ainda não é acessível a todos, principalmente entre as faixas etárias mais elevadas. Graduada em relações públicas, Renata comentou suas percepções a partir das suas experiências em divulgação nos movimentos sociais:

A senhorinha não vai procurar notícia no Instagram; ela assiste a notícia na televisão. As coisas mudaram, mas mudaram para alguns, não mudaram para todos. Quando a gente entrega um papel pra pessoa, e a pessoa vai pra casa com aquilo, ela tá criando um afeto, ela tá levando uma lembrança física do nosso espaço pra dentro da casa dela. Enquanto na rede social você é só uma memória de um instante que já se perdeu no segundo seguinte. Então eu acho que uma das formas de a gente estar nas periferias é não esquecer das questões analógicas e pensar menos no digital.

Embora a Agência Mural tenha como público-alvo as juventudes periféricas, o que não incluiria por exemplo as avós que frequentam as igrejas, é possível pensar em combinar as estratégias pensadas por Eduardo e Renata, isto é, procurar as autoridades religiosas das comunidades para que elas permitam a distribuição de material impresso da Mural em eventos promovidos pelas igrejas abertos ao público, como quermesses e outras celebrações. Dessa forma, o conteúdo produzido pelo veículo conseguiria alcançar tanto os jovens que participam das atividades das igrejas quanto os que não frequentam, por meio de seus pais, mães e avós.

Considerações finais

Nossa pesquisa teve como objetivo investigar quais percepções o conteúdo produzido pelo jornalismo periférico na Região Metropolitana de São Paulo, notadamente pela Agência Mural, desperta em seus jovens leitores, em relação aos territórios em que vem. Para tanto, lançamos mão das entrevistas em profundidade, de maneira que conseguimos entender as trajetórias dessas juventudes periféricas até conhecerem o veículo e sua compreensão sobre o conteúdo produzido, entendendo dessa forma os fatores que motivaram nossos entrevistados a permanecerem fidelizados à Agência.

Percebemos que os jovens leitores entendem que o material noticioso produzido pela Mural se contrapõe a narrativas preconceituosas sobre as periferias veiculadas pelas mídias tradicionais, e que isso se dá sobretudo porque os repórteres que as elaboram são também moradores desses territórios, que conseguem divulgar outros aspectos das comunidades. Essa proximidade, aliás, é responsável tanto por

conferir credibilidade ao veículo quanto torná-lo conhecido entre o leitorado.

Em relação à imprensa tradicional, além das narrativas estigmatizantes já conhecidas retratando as periferias somente pela ótica da violência e da miséria, foi apontada uma nova tendência, no sentido de que as periferias são agora também lugares de potencialidade. Entretanto, isso não significa que esses territórios passaram a ser valorizados pela grande mídia, uma vez que, segundo nossos entrevistados, o discurso adotado tem um caráter mais individualista e fundamentado na ideia de que a pessoa, por meio de seus próprios esforços, consegue sair da condição de periférico.

O perfil dos participantes com os quais conseguimos conversar – professores e profissionais relacionados ao campo da arte e cultura – apontou que os leitores se interessam pela Mural como consequência de seus modos de vida como sujeitos periféricos, ou seja, eles conheceram o veículo por já terem um interesse prévio em pautas pertinentes às periferias. Nesse sentido, uma preocupação à qual chegamos é como o jornalismo periférico pode alcançar suas populações jovens para além dos grupos já engajados com os territórios e, assim, transformar, por meio de seu conteúdo, as visões daqueles que não tiveram acesso a debates críticos sobre os lugares em que vivem. Algumas sugestões de nossos entrevistados, como fazer circular versões impressas em lugares de sociabilidade nas periferias como escolas, igrejas e o futebol de várzea, indicam possíveis estratégias a serem mais desenvolvidas na pesquisa em comunicação.

Referências

ABRAMO, Helena Wendel. Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil. **Revista Brasileira de Educação**, n. 5, p. 25-36, 1997. Disponível em: http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S1413-24781997000200004&script=sci_abstract. Acesso em 30 set. 2025.

ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BENTES, Ivana. Economia narrativa: do midiativismo aos influenciadores digitais. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (orgs.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018, p. 151-169.

BERTONCELO, Edison; NICOLAU NETTO, Michel. Captando a distinção empiricamente: uma análise baseada em uma pesquisa multimétodo. **Contemporânea** – Revista de Sociologia da UFSCar, v. 13, n. 2, p. 359-389, 2023. Disponível em: <https://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/1232>. Acesso em 30 set. 2025.

BEZERRA, Juliana. Jornalismo das periferias: um fenômeno em ebulição. **Revista Alterjor**, São Paulo, v. 2, n. 24, p. 283-289, 2021. Disponível em: <https://revistas.usp.br/alterjor/article/view/181589>. Acesso em 30 set. 2025.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2007.

CASTRO, Lúcia R. de. Participação política e juventude: do mal-estar à responsabilização frente ao destino comum. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 16, n. 30, p. 253-268, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-44782008000100015>. Acesso em 7 out. 2025.

D'ANDREA, Tiaraju Pablo. **40 ideias de periferia**. São Paulo: Editora Dandara, 2020.

D'ANDREA, Tiaraju Pablo. **A formação das sujeitas e dos sujeitos periféricos: cultura e política na periferia de São Paulo**. São Paulo: Editora Dandara, 2022.

D'ANDREA, Tiaraju Pablo. **A formação dos sujeitos periféricos: cultura e política na periferia de São Paulo**. 2013. 309 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/T.8.2013.tde-18062013-095304>. Acesso em 30 set. 2025.

"É como você estar se informando com um colega seu": jovens leitores e a cobertura das periferias pela Agência Mural

DUARTE, Jorge. Entrevistas em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2009, p. 62-82.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: por uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê Editora, 1987.

GOODMAN, Leo. Snowball Sampling. **The Annals of Mathematical Statistics**, v. 32, n.1, p. 148-170, 1961. Disponível em: <https://projecteuclid.org/journals/annals-of-mathematical-statistics/volume-32/issue-1/Snowball-Sampling/10.1214/aoms/1177705148.full>. Acesso em 30 set. 2025.

HAESBAERT, Rogério. Do corpo-território ao território-corpo (da Terra): Contribuições decoloniais. **GEOgrafia**, Niterói, v. 22, n. 48, 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/geographia/article/view/43100>. Acesso em 7 out. 2025.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista**: o diálogo do possível. 1ª ed. São Paulo: Ática, 2011.

MIGNOLO, Walter. Desobediência epistêmica: a opção descolonial e o significado de identidade em política. **Cadernos de Letras da UFF**, n. 34, p. 287-324, 2008. Disponível em: https://professor.ufop.br/sites/default/files/tatiana/files/desobediencia_epistemica_mignolo.pdf. Acesso em 7 out. 2025.

NONATO, Cláudia. Diversidade nas pautas jornalísticas: o caso das periferias paulistanas. **Extraprensa**, São Paulo, v. 13, n.2, p. 183-198, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/extraprensa2020.153455>. Acesso em 30 set. 2025.

NONATO, Cláudia; PACHI FILHO, Fernando; CAMARGO, Camila. Periferia: um lugar para a identidade no discurso de jornalistas. **E-compós**, v. 23, p. 1-24, 2020. Disponível em: <https://e-compos.emnuvens.com.br/e-compos/article/view/2024/2016>. Acesso em 30 set. 2025.

PAIS, José Machado. A construção sociológica da juventude. **Análise Social**, v. 25, n. 105-106, p. 139-165, 1990. Acesso em 20 dez. 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.31447/AS00032573.1990105.07>. Acesso em 30 set. 2025.

ROVIDA, Mara. As periferias pelos periféricos: um fenômeno jornalístico contemporâneo. **Extraprensa**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 50 – 65, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/extraprensa2018.149085>. Acesso em 7 out. 2025.

ROVIDA, Mara. **Jornalismo das periferias**: O diálogo social solidário nas bordas urbanas. Curitiba: Editora CRV, 2020a.

ROVIDA, Mara. Jornalismo das periferias: uma pesquisa de campo na Região Metropolitana de São Paulo. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 27, p. 1-11, 2020b. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.37004>. Acesso em 7 out. 2025.

ROVIDA, Mara. Em quarentena: um podcast da Agência Mural de Jornalismo das Periferias. **Revista Rumores**, n. 30, v. 15. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2021.183834>. Acesso em 7 out. 2025.

SILVA, Silvana Cristina da. Espaço urbano, neoliberalismo e igrejas evangélicas: um debate necessário. **Boletim Campineiro de Geografia**, v. 13, n. 2, p. 369-388, 2023. Disponível em: <https://publicacoes.agb.org.br/boletim-campineiro/article/view/3284>. Acesso em 30 set. 2025.

Marcelo Isamu Takatsu Morikawa é mestre em Linguagens, Mídia e Arte pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Tem graduação em Engenharia de Produção pela Universidade Estadual de Campinas e é estudante do curso Licenciatura em Letras no Centro Universitário Senac. Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados; e redação do manuscrito e apoio na revisão de texto.

Juliana Doretto é professora e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Educação e no curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas e bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq. É doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa e mestre na mesma área pela Universidade de São Paulo. Jornalista Amiga da Criança pela Andi – Comunicação e Direitos. Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; interpretação dos dados; apoio na revisão de texto; e revisão da versão em língua estrangeira.