

COMUNICAÇÃO NA ROCINHA: UMA ETNOGRAFIA DA E NA PERIFERIA

Data de submissão: 28/01/2025

Data de aceite: 05/03/2025

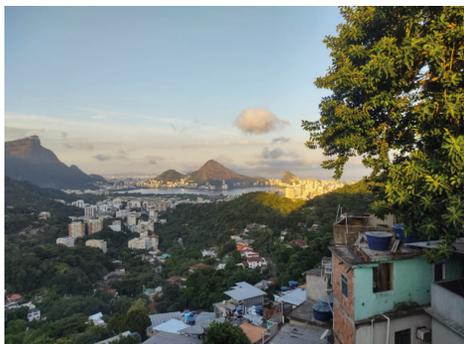
Isabel Siqueira Travancas

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da UFRJ, Doutora em Literatura Comparada pela UERJ e Mestre em Antropologia Social pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional da UFRJ
<http://lattes.cnpq.br/0325091621337695>

Caroline Belo Cunha dos Santos

Mestranda em Comunicação e Cultura na Escola de Comunicação da UFRJ
<http://lattes.cnpq.br/9897976357900960>

Esta pesquisa faz parte do projeto “Os mundos locais da informação: uma comparação Brasil, Canadá, França e Argentina”, coordenada pelo prof. Fábio Pereira, da UNB.



Vista da Rocinha. Foto: Ivanilda Maria

RESUMO: A Rocinha é a maior favela do Brasil. Está localizada na Zona Sul do município do Rio de Janeiro e sua população é de cerca de 72 mil habitantes (G1, 2024). Seu índice de desenvolvimento humano (IDH) no ano 2000 era de 0,732 — o 120º colocado entre 126 regiões analisadas no Rio —, sendo um local onde muitas famílias vivem em extrema pobreza. Nosso objetivo é apresentar uma pesquisa em fase inicial sobre informação e fake news entre os/as jovens da Rocinha. O trabalho de campo já começou e com ele a etnografia com as entrevistas com jovens de 18 e 25 anos que moram na Comunidade. Para tanto, a entrada no campo foi realizada por meio de relações pessoais das pesquisadoras com os/as moradores/as do local. Já fizemos algumas visitas ao território, aplicando questionários e fazendo uma observação participante dos moradores e do espaço físico e simbólico.

PALAVRAS-CHAVE: Rocinha, Favela, Comunicação, Etnografia.

COMMUNICATION IN ROCINHA: AN ETHNOGRAPHY OF AND IN THE PERIPHERY

ABSTRACT: Rocinha is the largest favela in Brazil. It is located in the southern part of the city of Rio de Janeiro and has a population of approximately 120,000 (G1, 2024). Its human development index (HDI) in 2000 was 0.732 — ranked 120th among 126 regions analyzed in Rio — and is a place where many families live in extreme poverty. Our goal is to present an initial study on information and fake news among young people in Rocinha. Fieldwork has already begun, along with ethnography, with interviews with young people aged 18 to 25 who live in the community. To this end, researchers entered the field through personal relationships with local residents. We have already made several visits to the area, applying questionnaires and conducting participant observation of the residents and the physical and symbolic space.

KEYWORDS: Rocinha, Favela, Communication, Ethnography.

INTRODUÇÃO

A Rocinha, localizada na Zona Sul do Rio de Janeiro, é a maior favela do Brasil e tem uma população estimada em 120 mil habitantes. A região passou a ser considerada um bairro e foi delimitada pela Lei N° 1.995 de 18 de junho de 1993, com alterações nos limites dos bairros da Gávea, Vidigal e São Conrado¹. Nesse sentido, a Rocinha é um retrato da desigualdade social do Brasil, sendo que o índice de desenvolvimento humano (IDH) no ano 2000 era de 0,732, o 120° colocado entre 125 regiões analisadas no município do Rio.

O local tem uma grande variedade de comércio e serviços, imóveis residenciais e, em outras áreas, casas de madeira em situação de risco e sem infraestrutura, onde muitas famílias vivem em situação de extrema pobreza e vulnerabilidade social. O nome de Rocinha vem de “roça” — que significa fazenda — que na década de 1920 foi tomada pela expansão urbana, e cresceu sem nenhuma regularização dos terrenos. Em 2024, tem cerca de 72 mil habitantes, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (G1, 2024), e já é a maior comunidade sul-americana.

Seguindo essa lógica, desenvolver um estudo sobre as práticas de informação dos moradores da Rocinha é um desafio, especialmente pela sua dimensão. Assim, o objetivo do projeto é saber como os jovens se informam, quais as dificuldades de acesso à informação e também a sua relação com os veículos de comunicação, as plataformas e as redes. Realizamos uma entrada no campo por meio de contatos pessoais com moradores para observar o bairro, a sua organização e estrutura.

Esta é uma pesquisa sobre informação e desinformação tendo a Rocinha como o campo de imersão. Para isso precisamos conhecer essa comunidade e as suas condições de acesso às informações que circulam. Para tanto, desenvolvemos a observação participante do espaço físico e simbólico, buscando encontrar interlocutores/as locais para entrevistar — homens e mulheres jovens de 18 a 25 anos. Faz parte também do objetivo desta pesquisa conhecer a comunidade em termos geográficos, sociais e culturais. E, por ser identificada como uma favela, é relevante entender o seu significado para os/as jovens moradores/as e problematizar o conceito por meio da escuta dos/as informantes.

1. Ela está situada entre Gávea e São Conrado — dois bairros de classe alta — e o Vidigal, outra favela.

Nosso objetivo com este artigo é apresentar as primeiras reflexões da pesquisa sobre os/as jovens da Rocinha no Rio de Janeiro e a informação. Para isso, é fundamental saber quais são os canais que eles/as consultam para se informar e como averiguam a veracidade das notícias. As *fake news* estão presentes em muitos países gerando desinformação em massa e o Brasil não é exceção.²

O nosso público alvo são os/as jovens de 18 a 25 anos — incluindo estudantes e trabalhadores/as. Nosso objetivo é ouvi-los/as, conversar e discutir as condições de acesso à informação nos veículos de comunicação, nas plataformas e nas redes sociais. Para isso, conversamos com dez jovens tanto em grupo como individualmente.

Buscamos assim conhecer os/as jovens da Rocinha e a sua relação e identificação com o lugar onde moram. Propomos, por meio de uma imersão na favela, explorar em profundidade as práticas de consumo midiático dos/as entrevistados/as — que são moradores/as locais. A pesquisa tem caráter exploratório e descritivo e utilizamos ferramentas metodológicas quantitativas — os questionários — e qualitativas — as entrevistas — para conhecer “o ponto de vista dos nativos”, nos termos do antropólogo Clifford Geertz (2013) e suas opiniões sobre informação.

OS/AS MORADORES/AS DA ROCINHA

Ao longo da imersão no campo com conversas com os moradores da Rocinha observamos que as vivências podem ser muito diferentes. Compreender a realidade da Rocinha e a subjetividade dos/as seus/as moradores/as é uma tarefa complexa e desafiadora. Após termos coletado alguns relatos dos/as jovens locais, percebemos que as narrativas da e na favela são, muitas vezes, invisibilizadas e silenciadas. Por exemplo, há um movimento de resistência dos grupos subalternos ao poder local como os/as favelados/as (Rippel e Belo, 2024).

Em *Quarto de Despejo* (1963), a escritora Carolina Maria de Jesus apresenta suas histórias íntimas por meio de um diário autobiográfico. Seu livro se tornou uma das obras mais importantes da literatura brasileira. A sua narrativa apresenta o cotidiano da favela, suas dificuldades e ao mesmo tempo sua resistência expressa também em seu livro.

Nas palavras de Carolina: “[...] as favelas não formam caráter (*sic*). A favela é o quarto do despejo. E as autoridades ignoram que tem o quarto de despejo” (De Jesus, 1963, p. 100). A autora viveu na favela do Canindé em São Paulo na década de 1950. Uma comunidade bem diferente da Rocinha com outras características, simbologias e relações pessoais. Mesmo assim é possível estabelecer uma analogia com a Rocinha, no Rio de Janeiro, na medida em que os moradores e moradoras, ao longo das entrevistas em profundidade, denunciam a negligência governamental com a Favela o que faz com que seus habitantes sejam silenciados, estigmatizados e colocados “fora da cartografia”.

2. Sabemos que a disseminação de fake news aumentou muito nos últimos anos e um exemplo disso foi a campanha contra a vacinação de COVID-19.

Segundo a autora Janice Perlman:

Favelas [...] eram a morada de um terço da população do Rio de Janeiro em fins da década de 1960 [...]. Debaixo da miséria aparente existe uma comunidade que se caracteriza pelo cuidadoso planejamento no uso de um limitado espaço para fins de moradia, e pelas técnicas criativas de construção em encostas que os urbanistas consideram demasiado íngremes para edificação. Aqui e ali se vêem casas sólidas, de tijolos, que representam a poupança das famílias que a construíram aos pouquinhos, tijolo por tijolo (Perlman, 1977, p. 27).

Buscamos fontes que pudessem comprovar o levantamento de dados, mas nos deparamos com a informação de que: por conta da ausência de recursos dos moradores — sejam eles financeiros e/ou técnicos — encontram obstáculos para se tornarem visíveis e terem as suas narrativas e território reconhecidos. Segundo uma reportagem do Instituto 215 (2023), o Brasil passou a não reconhecer os territórios periféricos, incluindo a Rocinha. A Prefeitura do Rio, em 2013, solicitou a retirada do termo *favela* do Google.

Os episódios de exclusão de favelas de mapas oficiais da cidade do Rio de Janeiro, que vêm acontecendo com certa frequência ao menos desde 2013, apontam para um apagamento também cartográfico das favelas e periferias cariocas (Instituto 215, 2023).

O jornal *Fala Roça*, em 2023, deu início ao Mapa Cultural da Rocinha, que engloba a cartografia de 150 projetos culturais, dado muito importante para o reconhecimento local e dos/as moradores/as pertencentes à cidade (Instituto 215, 2023).³ Tal iniciativa lembra a “Favela Inteligente”, um curso de empreendedorismo digital elaborado pelo Instituto de Economia (IE/UFRJ) e financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj). A proposta era capacitar residentes da Rocinha para buscarem soluções eficientes, em termos geográficos, sociais e culturais, para a melhoria de vida na Comunidade — de acordo com os dados fornecidos pela Conexão UFRJ (2022).⁴

Para Janice Perlman (1977), há algumas crenças como “mitos da marginalidade”. Isso significa que as favelas e os/as seus/as moradores/as são vistos/as por muitas pessoas como marginais e definem suas zonas como marginalizadas. Os pobres das cidades são, muitas vezes, vistos com preconceito. Desde o século passado, com o início da urbanização e das migrações a cidade do Rio de Janeiro se transformou. Segundo Perlman, em 1940 um terço da população brasileira vivia nas cidades e em 1980 dois terços dela. O Rio de Janeiro estava entre as cidades brasileiras de maior crescimento populacional.

3. INSTITUTO 215. *Mapa Cultural da Rocinha: pesquisa realizada pelo Jornal Fala Roça*. Disponível em: <https://instituto215.org.br/mapa-cultural-da-rocinha-resultado-de-pesquisa-feita-pelo-jornal-fala-roca/>. 2023. Acesso em 23 de fevereiro de 2025.

4. CONEXÃO UFRJ. *Favela Inteligente: Curso de empreendedorismo digital, realizado com apoio da Faperj, vai criar aplicativos para melhoria de vida na Rocinha*. Disponível em: <https://conexao.ufrj.br/2022/05/favela-inteligente/>. 2022. Acesso em 23 de fevereiro de 2025.

[...] as favelas do Grande Rio eram em número de 300, aproximadamente, com uma população de cerca de um milhão, ou seja, a sétima parte do total da área metropolitana. Enquanto a cidade do Rio crescia 2.7 por cento ao ano, as suas favelas — e os seus subúrbios — expandiam-se a um ritmo anual de 7,5 por cento (Perlman, 1977, pp. 31-32).

Desde o início da urbanização e das migrações até os dias atuais, as favelas são vistas como aglomerações patológicas, mais especificamente como “uma aglomeração desordenada de vagabundos desempregados, mulheres e crianças abandonadas, ladrões, bêbados e prostitutas. Esses ‘elementos marginais’ vivem em condições ‘subumanas’ sem água encanada [...], num ambiente sujo e insalubre” (Perlman, 1977, p. 42). Desta forma os/as favelados/as são considerados/as à margem da cidade e identificados/as como não pertencentes à metrópole e não são vistos como contribuintes da economia de mercado.

Sabemos que, infelizmente, estes estigmas e preconceitos despertaram — e ainda despertam — nos/as governantes uma espécie de repulsa e aversão aos/às pobres, ao ponto de em diversos momentos pensarem na erradicação das favelas. Isso já estava presente nas palavras de Carolina Maria de Jesus, quando afirma:

Quando estou na cidade tenho a impressão que estou na sala de visita com seus lustres de cristais, seus tapetes de veludos, almofadas de cetim. E quando estou na favela tenho a impressão que sou um objeto fora de uso, digno de estar num quarto de despejo (De Jesus, 1963, pp. 40-41).

Ao longo das entrevistas com os/as jovens eles mencionam que a Rocinha é vista por muita gente como uma favela perigosa, sem cultura. E gera entre muitos uma certa frustração por serem vistos como excluídos ou não bem recebidos em várias partes da cidade do Rio. Esta exclusão é observada na negligência governamental, uma vez que os/as governantes privilegiam as regiões mais nobres da metrópole. Além disso, os/as moradores/as são estigmatizados e invisibilizados socialmente. E a favela é vista, muitas vezes, como um espaço de jovens marginais.

A ROCINHA COMO CAMPO

Fomos à Rocinha diversas vezes para conhecer o território, as suas características, as atividades e os jovens. Como parte do trabalho de campo, fomos à Biblioteca Parque para conhecer os/as jovens que frequentam o espaço. Muitas vezes ela estava vazia, principalmente nas férias escolares.

No momento, estamos fazendo um levantamento numérico de jovens da Rocinha a partir dos dados do IBGE e de ONGs locais. Elaboramos um questionário para aplicar entre os/as jovens de mais de 18 anos, moradores/as da Rocinha, para saber como se informam, como se relacionam com as notícias e como distinguem as informações falsas das verdadeiras.

A partir das respostas dos formulários, vamos reunir jovens para conversar, de maneira mais informal, sobre informação e *fake news* no seu contexto. Duas alunas da Escola de Comunicação da UFRJ fazem parte do Projeto e têm atuado como moradoras “nativas” e também como jovens universitárias que refletem sobre este espaço e discutem os preconceitos em relação à Rocinha como espaço de tráfico de drogas e, portanto, de bandidos e criminosos. Ao caminharmos com uma delas pelas ruas estreitas da Rocinha com sua enorme circulação de motocicletas, percebemos a proximidade entre os/as moradores que se conhecem e cumprimentam ao longo do caminho.

Subimos de van até a Biblioteca Parque e observamos que na Rocinha há muitas lojas de materiais de construção e salões de beleza. No caminho, percebemos uma música gospel como som de fundo, que vinha de caixas de som na rua. Quando chegamos à Biblioteca, falamos com a Jaqueline, uma das responsáveis pelo lugar, que nos disse que a partir das três horas da tarde começam a chegar os/as jovens, mas, como fomos em um período de férias escolares, encontramos o local vazio.

Para Jaqueline “A biblioteca faz um trabalho mais social do que de biblioteca”. Isso porque, embora seja um espaço de estudos desde 2012, ano da sua criação, ela e o seu padrão aproveitaram outros andares do lugar para acoplar outros projetos da Rocinha que não tinham outro lugar para ficar. Nesse sentido, há uma circulação de pessoas que frequentam a Biblioteca com a intenção de ter aulas de dança do ventre, capoeira, lutas marciais e demais atividades de corpo.

Quando fomos à rua para procurar jovens para conversar sobre informação e *fake news*, encontramos Douglas e Erika, que nos contaram sobre as suas vivências. Em ambas as conversas falamos sobre como se informam e por meio de quais veículos de comunicação. No entanto, como esta pesquisa ainda está em fase inicial, essas duas conversas, bem como outras que tivemos ao longo da pesquisa.

ETNOGRAFIA: OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE, DIÁRIO DE CAMPO E ENTREVISTAS

Segundo o antropólogo François Laplantine (2000, p. 150):

A etnografia é antes a experiência de uma imersão total, consistindo em uma verdadeira *aculturação invertida*, na qual, longe de compreender uma sociedade apenas em suas manifestações ‘exteriores’ (Durkheim), devo interiorizá-las nas significações que os próprios indivíduos atribuem a seus comportamentos.

Para Laplantine (1988), a etnografia é uma formulação teórico-metodológica, que inclui entrevistas e observação participante para compreender os/as “nativos/as”. Buscamos saber dos jovens qual a sua relação com o seu “lugar” de origem, assim como o seu estilo de vida e a sua visão de mundo. Buscamos investigar como os/as jovens se informam e como diferenciam as informações verdadeiras das *fake news*. Buscamos saber também se há uma homogeneidade no universo juvenil ou não e conhecer os seus interesses.

Em primeiro lugar, fizemos um reconhecimento do espaço, circulando pela Rocinha, e conhecendo sua geografia. A primeira aproximação foi na Biblioteca Parque da Rocinha onde buscamos contatar os/as jovens. Na segunda etapa, aplicamos questionários com os/as entrevistados/as na rua, nos bares, nas lojas e na biblioteca. Nossa intenção foi saber como eles/as se informam, por meio de veículos, aplicativos e meios de comunicação em geral. E também se há grupos que analisam e discutem as *fake news*. Nesta primeira ida à favela foi realizada uma observação participante na qual caminhamos livremente pelas ruas para conhecer seu espaço, seu comércio e seus/as habitantes.



Biblioteca Parque da Rocinha em 24 de novembro de 2024. Fotos: Caroline Belo

Para isso, seguimos a orientação do antropólogo Roberto Cardoso de Oliveira (1993) que, em seu artigo “Olhar, ouvir e escrever”, apresenta o trabalho de campo dividido nestas três ações. Chegar e observar para então entrar em um novo universo buscando conhecê-lo aos poucos. A segunda etapa é ouvir os “nativos”: o que pensam, o que falam, as histórias que contam, os seus hábitos, a sua alimentação, as suas crenças e a sua visão de mundo. Ao longo do trabalho de campo, escrever sobre a sua experiência, descrevendo as suas sensações e o que observou e como foi recebido.

Para esta pesquisa, usamos métodos quantitativos e qualitativos. O primeiro foi a coleta de dados do IBGE, dos jornais da Rocinha e dos questionários para obter informações objetivas como sexo, idade, escolaridade, gênero, entre outros quesitos. Em seguida, fizemos uma observação participante — circulando pela Rocinha, observando o seu cotidiano, a sua movimentação, o seu comércio e os seus/as habitantes.

Na primeira ida à Rocinha, decidimos conversar com os/as jovens nas ruas, na Biblioteca Parque e nas escolas para começar a conhecê-los/as. Em uma segunda etapa, procuramos saber como se informam, como identificam as *fake news*, quais fontes consideram confiáveis e quais não são.

A etapa seguinte foi a realização de entrevistas em profundidade com informantes entre 18 a 25 anos em diferentes lugares da Rocinha para ouvi-los/as. Buscamos entender um pouco da biografia deles/as e da sua relação com o território. As questões apresentadas são abertas e abordam temas sobre informação. Como os jovens se informam? Como detectam as *fake news*? Como e de quem recebem as *fake news*?⁵

Vale salientar que o uso da mídia e das redes sociais é outro ponto importante do trabalho. Portanto, na próxima etapa do trabalho de campo, realizaremos uma etnografia virtual com os/as jovens que seguem as redes sociais, em particular o Facebook e o Instagram. As redes sociais são espaços de mediação e circulação de informações on-line e off-line e também de discussão.

A interpretação dos dados é resultado da observação etnográfica, das entrevistas e também da análise da participação e do uso das redes sociais como aborda Recuero (2016). Os principais indicadores são:

- a) o perfil dos usuários, identificando o mais ativo;
- b) o volume e o tipo de conteúdo difundido e as reações provocadas, assim como os momentos de silêncio e de atividade;
- c) a temática das mensagens, os tipos de formato utilizados — texto, link, imagem/emojis/gifs, áudio, vídeo —, as fontes das mensagens e os padrões de replicação e compartilhamento.

5. Estes são os primeiros dados obtidos a partir do questionário que criamos e que está em anexo no fim deste artigo.

INFORMAÇÃO E FAKE NEWS

As *fake news* são um tema muito presente na atualidade. Elas foram ganhando espaço e dimensão ao longo do tempo e têm se tornado uma presença constante no cotidiano das redes sociais. Algumas são fáceis de detectar, como falsas, e outras não. E mesmo assim têm destaque nas redes sociais.

O jornalista Eugênio Bucci (2019, pp. 37-48), em seu artigo *News não são fake — e fake news não são News* publicado no livro organizado pela Mariana Barbosa (2019), *Pós — verdade e fake News: reflexões sobre a guerra das narrativas*, afirma que “se há algo que realmente preocupa na cena política de nossos dias, em que a política se afasta ainda mais da verdade factual, é o bordão de políticos autoritários ao acusar a imprensa de espalhar *fake news*”.

Eduardo Santos de Oliveira (2020), ao procurar distinguir a notícia das *fake news*, destaca que:

As notícias apuradas, editadas e veiculadas pelas redações profissionais podem, claro, conter informações incorretas e absurdas (...) mas notícias de jornal, ou, para usar o termo em inglês, as *News*, são verdadeiramente geradas por jornalistas que trabalham para um órgão de imprensa com todos os registros legais (...) As notícias produzidas pelas reações profissionais podem ser mentirosas — e lamentavelmente isso acontece muito — mas não são *fake news* (Oliveira, 2020, p. 74).

Ainda segundo Oliveira (2020), as chamadas “*fake news*” ganharam mais atenção na ascensão de Jair Bolsonaro, em 2018, com a sua produção e o seu compartilhamento em massa, somado à descredibilização das instituições consolidadas, sendo vistas com desconfiança, como as escolas, os três poderes estatais, a imprensa, as evidências científicas, as pesquisas acadêmicas e as universidades.

Grandes empresas jornalísticas como *O Globo* e *Folha de São Paulo* têm criado mecanismos de verificação das *fake news*, para conferir se mensagens e informações compartilhadas nas redes sociais são verdadeiras ou falsas. Além disso, surgiram e se consolidaram empresas que trabalham especificamente com a checagem dessas de informações, as agências de checagem (ou *fact-checking*) como as empresas *Aos Fatos* e *Agência Lupa*, dentre outras. Em ambos os casos, trata-se de uma prática que classifica os fatos, as informações sem discussão aprofundada (Oliveira, 2020, p. 75).

Outros aspectos são interessantes no contexto de *fake news*. O primeiro é que os autores falsificam as informações e se apresentam como jornalistas que produzem seus textos em uma redação profissional, mas não é o que ocorre. “Eles se fazem passar por jornalismo sem ser jornalismo” (Oliveira, 2020, p. 86). Uma outra questão relevante sobre as *fake news* é assinalada por Eliza Casadei e Liliane de Lucena Ito (2020). As autoras afirmam que as notícias falsas se propagam:

porque seus produtores são capazes de simular alguns elementos previamente estabelecidos como próprios das reportagens”, de forma que o público reconhece os traços textuais que simulam o estilo da imprensa tradicional, conferindo legitimidade a esses relatos falsos (Casadei e Ito, 2020, p. 258).

O percurso metodológico escolhido pelas autoras foi observar e analisar as peças de desinformação que foram divulgadas nas eleições presidenciais de 2022. Selecionaram 20 peças de desinformação veiculadas no Twitter e Telegram além de circularem também em outras redes sociais e aplicativos como: Whatsapp, Facebook, TikTok e Instagram.

Segundo Tandoc Jr., Lim, Ling, (2017, p. 137), as *fake news* estimulam reflexões sobre “a natureza da notícia real” e afirmam que as notícias são “suposta e normativamente baseadas na verdade, o que faz da expressão *fake news* um oxímoro, o uso conjunto de palavras de sentido contraditório” (2017, p. 140).

Para os autores Andrew Guess, Brendan Nyhan e Jason Reifler (2018, p. 41): “as fakenews são uma nova forma de ‘desinformação política’”. Eles entendem e utilizam a expressão *fakenews* para se referir à informação abertamente falsa que não tem base em fatos reais e que pode ser refutada usando mecanismos muito básicos de checagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto, em fase inicial, busca ouvir os/as jovens e saber a sua relação com a informação e as fake News. Como os/as jovens da Rocinha se veem? Como se informam, como conferem as informações recebidas e de que maneira enfrentam as *fake news*? Para isso, buscamos nos aproximar deles/as, ouvi-los/as e entendê-los/as no seu contexto e conhecer a sua visão de mundo. Estamos começando a análise dos dados dos questionários e da pesquisa etnográfica e, para isso, estabelecemos relações com os/as jovens nativos/as.

No entanto, podemos concluir destacando a necessidade de explorar este universo em uma perspectiva etnográfica, chamando a atenção para a diversidade dos mundos sociais (PEREIRA, F. 2017, 2020). A Rocinha é uma localidade vista como pobre e perigosa, sujeita à violência, entre outros preconceitos.

O projeto “Jovens da Rocinha: informação e fake news” foi iniciado em 2024 e conta com a participação de alunos/as de Graduação e de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ que vêm fazendo parte da pesquisa: “entrando no campo”, “descobrir a Rocinha”, entrevistando os/as seus/as moradores/as para elaborar ao final deste Projeto de Pesquisa e Extensão um relatório e um artigo acadêmico redigido de maneira conjunta.



Vista da Rocinha

REFERÊNCIAS

CASADEI, E. & ITO, L. “O consumo simbólico da desinformação ancorada na credibilidade jornalística: análise de elementos de legitimação do discurso nas Eleições de 2022”. In: *Mídia e cotidiano*. Niterói: vol.18, nº1, jan-abril, 2024.

CONEXÃO UFRJ. *Favela Inteligente: Curso de empreendedorismo digital, realizado com apoio da Faperj, vai criar aplicativos para melhoria de vida na Rocinha*. Disponível em: <https://conexao.ufrj.br/2022/05/favela-inteligente/>. 2022. Acesso em 23 de fevereiro de 2025.

DE JESUS, Carolina Maria; MORAVIA, Alberto. *Quarto de despejo: diário de uma favelada* (edição comemorativa — 1960-2020). Livraria Francisco Alves, 1963.

G1. *Maior que 91% das cidades brasileiras, Rocinha segue como maior favela do país, diz Censo*. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/censo/noticia/2024/11/08/rocinha-segue-como-maior-favela-do-pais-mostra-censo-2022-sol-nascente-no-df-e-a-2a.ghtml>. Acesso em 26 de fevereiro de 2024.

GEERTZ, C. *O Saber Local*. Petrópolis. ed. Vozes, 2013.

GUESS, Andrew; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. *Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign*. Conselho de Pesquisa Europeia, 2018. Disponível em: <https://www.dartmouth.edu/~nyhan-fake-news-2016.pdf>. Acesso em 10 de julho de 2019.

INSTITUTO 215. *Mapa Cultural da Rocinha: pesquisa realizada pelo Jornal Fala Roça*. Disponível em: <https://instituto215.org.br/mapa-cultural-da-rocinha-resultado-de-pesquisa-feita-pelo-jornal-fala-roca/>. 2023. Acesso em 23 de fevereiro de 2025.

LAPLANTINE, F. "Antropologia dos sistemas de representações da doença sobre algumas pesquisas desenvolvidas na França contemporânea reexaminadas à luz da experiência brasileira". IN: JODELET, D. (Org.). *As representações sociais* (pp.241-259). EdUERJ, 2001.

_____. *Aprender Antropologia*. São Paulo: Brasiliense, 2000.

OLIVEIRA, R. C. "O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever". IN: *Revista de Antropologia*, São Paulo: USP, 1996, v. 39, nº 1.

OLIVEIRA, E. S. "O Guardião do dizer 'verdadeiro': jornalismo, argumentação e Fake News". São Carlos, v.34, jan/jun, 2020, p.74-89.

PEREIRA, F. Os critérios de noticiabilidade e sistema de convenções: uma abordagem beckeriana aplicada à sociologia do jornalismo, In: 15º Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo, São Paulo, 2017.

PERLMAN, J. E. *O mito da marginalidade: favelas e política no Rio de Janeiro*. Paz e Terra, 1977.

RECUERO, R. (2016). Métodos mistos: combinando etnografia e análise de redes sociais em estudos de mídia social. In: B. Campanella et C. Barros (dirs.), *Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos* (pp. 117-132). Rio de Janeiro: E-papers.

RIPPEL, Nathália; SANTOS, C. B. C. Do Canindé ao Complexo do Alemão: uma análise do sentido de ser 'favelado' na literatura marginal das periferias da região Sudeste do Brasil. *Revista Amerika*, ISSN 2107-0806. v. 28, p. 1. Disponível em: <https://journals.openedition.org/amerika/19400>. Doi: <https://doi.org/10.4000/12225>. 2024.

TANDOC JR, Edson C.; LIM, Zhen Wei. Richard Ling, Defining "Fake news". *Digital Journalism*, v. 30, 2017.

ANEXO – QUESTIONÁRIO

Eu, Isabel Travancas, professora da Escola de Comunicação da UFRJ, e Caroline Belo, mestranda do Programa de Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da UFRJ. Juntas estamos desenvolvendo um projeto de Pesquisa e Extensão sobre informação e desinformação entre os/as jovens da Rocinha. Você gostaria de participar desta pesquisa? Na primeira etapa, serão dois encontros para conversar e debater sobre informação e sobre a Rocinha. Em caso afirmativo, deixe seus dados ao final — email, Instagram e celular — para que possamos entrar em contato com você na segunda etapa desta pesquisa.

Para começar, pedimos que você responda ao questionário abaixo com toda a liberdade e franqueza. São perguntas fechadas e abertas e, no final, há um espaço para, se quiser, escrever sobre algo que não foi perguntado, mas que se relaciona com o tema sobre o qual você gostaria de falar. Desde já muito obrigada pela sua participação. Ela é fundamental para a nossa pesquisa.

1. Nome
2. Idade
3. Gênero
4. Você estuda?
5. Onde estuda e está em qual nível de escolaridade?
6. Onde mora e com quem? Pais, irmãos, outros/as?
7. Seus pais trabalham?
8. Você mora na Rocinha há quanto tempo? Gosta de morar nela?
9. Quais são os pontos positivos e os negativos da Rocinha?
10. Você gosta de ler?
11. Como você se informa normalmente? Pela televisão, pelo rádio, pelos/as amigos/as, pelas redes sociais e/ou outros?
12. Você tem celular? Você usa para se informar? De que forma? O que você acessa?
13. Você tem computador em casa? E televisão?
14. Quais são as redes sociais que você acessa para se informar?
15. Você se acha uma pessoa bem informada?
16. Você duvida de algumas informações que aparecem nas redes sociais? Dê um exemplo.
17. Quais são os veículos de comunicação da Rocinha que você conhece? Canal de tv, rádio, sites, jornal impresso, entre outros.
18. O que você mais busca nos veículos de comunicação? Qual assunto te interessa mais?
19. Você sabe quando uma notícia é “verdadeira” ou é fake news? Em caso afirmativo, como você descobre?
20. Você frequenta a Biblioteca da Rocinha? Em caso afirmativo, para ler, encontrar amigos, estudar ou outros? E quantas vezes na semana? Em caso negativo, por que você não vai à Biblioteca?
21. Onde você encontra os seus amigos? Sobre o que gostam de conversar?
22. Seus comentários, informações e sugestões.