

## **Pelas Lentes d@ Favela<sup>1</sup>**

Tatiana Teles CARDOZO<sup>2</sup>  
Camila Gouveia de Oliveira MOURA<sup>3</sup>  
Catharine Maria Pinto PIMENTEL<sup>4</sup>  
Juliano Domingues da SILVA<sup>5</sup>  
Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

### **RESUMO**

O documentário experimental “Pelas Lentes do(a) Favela” mostra os bastidores de produção audiovisual do grupo Favela News, que faz parte de um projeto que ensina artes digitais para crianças excluídas em toda a América Latina. A ideia é mostrar a importância do trabalho audiovisual nas comunidades e o impacto que este tipo de mídia causa na população. O projeto aborda todo o processo de produção de conteúdo, desde a reunião de pauta, até oficinas e cineclubes oferecidos pelo grupo. É por meio da rotina de Adriano, Yane, Natália e Okado (repórteres, produtores e editores do Favela News), que o “Pelas Lentes do(a) Favela” revela o poder da comunicação popular e a importância da mídia cidadã. Com uma câmera na mão e muitas idéias na cabeça, os quatro jovens saem às ruas do Recife com uma missão: transformar a periferia em protagonista.

**PALAVRAS-CHAVE:** Favela News; produção audiovisual; comunicação popular; mídia cidadã.

### **1 INTRODUÇÃO**

Informar e debater temas importantes para determinada sociedade são apenas algumas das funções da imprensa, mas, que no Brasil, parecem estar longe de serem alcançadas. Apesar de o fim da ditadura há 30 anos ter significado o retorno de um sistema eleitoral democrático, o mesmo não se pode dizer do sistema midiático. Ainda vivemos sob o domínio de grandes conglomerados de comunicação, pouco ou nada plurais.

O que se vê nas TVs, se lê nos jornais ou se escuta nas rádios hoje está longe de ser a realidade da maioria brasileira. Representando grupos empresariais e interesses de uma elite, os veículos de comunicação, em sua maioria, não visibilizam diversos segmentos da sociedade. São pobres, negros, mulheres, gays e tantos outros que têm constantemente suas imagens “desfocadas” das lentes. Mas se por um lado existe a exclusão, por outro, grupos

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade CA 02.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante recém graduada do curso de jornalismo, email: tati\_teles@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante recém graduada do curso de jornalismo, email: camilagmoura1@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante recém graduada do curso de jornalismo, email: cathpim@gmail.com

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de jornalismo, email: domingues.juliano@gmail.com

lutam por uma mídia representante da diversidade. É, justamente, sobre a batalha por uma comunicação popular e uma mídia cidadã, ou seja, voltada para o povo, que este projeto se debruça.

Mostrar que espaços de visibilidade fazem a diferença para aqueles que vivem à margem é uma das metas desse projeto. À parte impressa, então, destinamos a discussão teórica, fator fundamental para embasar o debate que propomos no documentário. Essa discussão, no entanto, ganha forma quando transportada para telas, através do caso do Favela News. O grupo, um “braço” da ONG Shine a Light, tem como objetivo estimular o protagonismo dos moradores das periferias pernambucanas dentro da cena audiovisual.

Sáímos, então, às ruas para captar essa rotina de produção que inclui desde reuniões de pauta a gravações de matérias que realmente interessem e representem as comunidades. Assim, pudemos acompanhar de perto o dia a dia dos jovens Adriano, Yane, Natália e Okado na elaboração de pautas e realização de matérias. Experiência que nos fez perceber o poder de transformação de uma comunicação plural, sem reforçar estereótipos. Algo que esperamos que também possa ser sentido e compreendido por quem está do outro lado da tela.

## **2 OBJETIVO**

### **2.1. Geral**

- Retratar, por meio de um documentário, a importância da produção audiovisual na comunicação popular para as comunidades periféricas, tendo o projeto Favela News como condutor dessa discussão.

### **2.2. Específicos**

- Mostrar a rotina de produção do grupo Favela News;
- Debater o papel da comunicação popular e mídia cidadã;
- Ouvir cidadãos que são beneficiados pelo trabalho do Favela News e, conseqüentemente, pela comunicação popular/mídia cidadã;
- Discutir a relevância da comunicação popular e da mídia cidadã para a identidade de moradores das periferias.

### 3 JUSTIFICATIVA

Apenas centrada nos aspectos combativos dos movimentos populares e dirigida a pequenos grupos no período do seu surgimento, a comunicação popular, no Brasil, passou por mudanças significativas, sem, contudo, deixar de traduzir a expressão daqueles que estão à margem da sociedade, enfatizando direitos e deveres do cidadão e fortalecendo a prática da cidadania. Para Cicília Maria Khroling Peruzzo, a comunicação popular:

Não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares. Essa ação tem caráter mobilizador coletivo na figura dos movimentos e organizações populares, que perpassa e é perpassada por canais próprios de comunicação (2008, p. 368).

A comunicação popular, também chamada de comunitária, se revela como um espaço de expressão para aqueles que raramente têm a oportunidade de serem ouvidos. É, portanto, uma comunicação que vem do povo. Já em 1979, Gilberto Gimenez (p. 60) entende que a comunicação popular “implica a quebra da lógica da dominação e se dá não a partir de cima, mas a partir do povo, compartilhando dentro do possível seus próprios códigos”.

A propósito, não são poucos os nomes atribuídos à comunicação voltada às classes oprimidas e subalternas. Participativa, alternativa, dialógica ou horizontal são alguns comumente utilizados como sinônimo da comunicação popular, apesar da busca de conceitos para diferenciá-los. Todos, no entanto, devem se caracterizar por um aspecto: o processo comunicacional horizontal. Assim, ocorre uma interação social democrática, em que a produção da mensagem não está restrita apenas a um único emissor, mas a ambos os interlocutores. É, então, uma troca constante. Algo que não ocorre na grande mídia, descrita por Béltran como transmissora de uma comunicação vertical:

(...) o que ocorre seguidamente sob o nome de comunicação é pouco mais do que um monólogo dominante em benefício do iniciador do processo. A retroalimentação não é empregada para proporcionar a oportunidade de um diálogo autêntico. O receptor das mensagens é passivo e está submetido, uma vez que quase nunca se lhe dá a oportunidade adequada para atuar também como verdadeiro e livre emissor; seu papel consiste em escutar e obedecer. Tão vertical, assimétrica e quase autoritária relação social constitui, no meu modo de ver, uma forma antidemocrática de comunicação (...). (1981, p72).

São as ações comunicacionais contra-hegemônicas verdadeiras ferramentas para a comunicação no campo popular. E, baseado nessas ações, surgiu, mais recentemente, o conceito de mídia cidadã, que permite que as pessoas exerçam sua cidadania por meio da participação direta na produção de conteúdos.

O termo “mídia cidadã” implica, em primeiro lugar, que uma coletividade está cumprindo a cidadania ao intervir e transformar ativamente a paisagem midiática estabelecida; em segundo lugar, que estas mídias estão contestando os códigos sociais, identidades legitimizadas e relações sociais institucionalizadas e, em terceiro lugar, que estas práticas de Comunicação fortalecem a comunidade envolvida até o ponto em que estas transformações e mudanças são possíveis. (RODRIGUEZ, 2008, p.1131)

A mídia cidadã, então, deve ser capaz de transformar pessoas comuns em cidadãos, despertando a consciência e criando conexões entre comunidades isoladas. Para Clemencia Rodriguez, então, a mídia cidadã está intimamente relacionada à ideia de mudança social e política. Hoje, com câmera e internet qualquer indivíduo/coletivo/grupo pode sair às ruas e fazer sua própria apuração, trazendo à tona conteúdo informativo que provoca mudança na célula social.

A real intenção do projeto, portanto, é entender o papel de mídias alternativas para a identidade de populações marginalizadas, que, em sua maioria, são retratadas de maneira estereotipada ou até mesmo esquecidas pela imprensa tradicional. O tema, apesar de ganhar destaque no meio acadêmico e ter sido bastante analisado em teses (o que não quer dizer que o assunto tenha se esgotado), é pouco debatido na produção audiovisual. Ao buscarmos documentários e curtas voltados para a abordagem da comunicação popular, nos deparamos com um material escasso. Por isso, optamos por produzir um vídeo sobre a temática. Uma decisão que também leva em consideração o fato de o audiovisual possibilitar expandir a discussão, despertando o interesse e o entendimento de diversos setores da população. Algo que normalmente não ocorre com as produções científicas, ficando restritas aos ambientes universitários.

Aliás, a produção de conteúdo popular em audiovisual foi recorte escolhido para o nosso documentário, pois acreditamos que esse é um dos vieses que impulsionou a democratização da comunicação. Desde que surgiu, o vídeo foi responsável por captar enorme atenção da população, devido sua linguagem fácil e atrativa. Mas, no início, estava restrito aos grandes conglomerados de mídia.

Com o passar dos anos, os avanços tecnológicos permitiram a redução dos custos de produção. Movimentos sociais, ONGs e sindicatos passaram, então, a investir na realização de vídeos. Assim, há certa ruptura na hegemonia da grande mídia e uma ampliação do discurso voltado aos setores oprimidos da sociedade. É o que aponta Josilda Maria da Silva de Carvalho:

O surgimento, no mercado, das câmeras de vídeo doméstico e, mais particularmente, das primeiras câmeras de vídeo acopladas a gravadores portáteis, foi, portanto, o marco da apropriação do equipamento por indivíduos e grupos ativos cultural e politicamente, possibilitando, a produção de seus próprios programas em circuito fechado. (1995, p.27).

Nos anos 2000, o “boom” da internet e o surgimento das redes sociais impulsionaram ainda mais esse setor, pois possibilitaram o alcance direto ao público, sem a necessidade de intermediários. Logo, se durante muito tempo, foi difícil para a imprensa dita alternativa se posicionar diante dos grandes conglomerados midiáticos, a web permitiu uma alcance, antes inimaginável, ao conteúdo audiovisual produzido nas comunidades:

Com a chegada do Youtube, as perspectivas de uma possível participação do cidadão na estrutura comunicacional da aldeia global passaram a ganhar força. Através dele, a classe subalterna ganha status de agente emissor de seus protestos e de sua cultura popular. (RENÓ, 2007-c, p.14).

Ou seja, em um cenário tecnológico, globalizado e de intensa pluralidade cultural, a comunicação popular foi repagina e trouxe à tona novas especificidades que merecem ser analisadas. Hoje, o que se nota é a necessidade de certos grupos de se fazer ouvir, procurando novas formas de comunicação. Desse modo, esses também são responsáveis pelo aumento dos vídeos populares que independem da imprensa formal. Para Osvaldo Trigueiro (2008):

[...] esses grupos possuem alternativas próprias de emissão, e criação na elaboração dos seus produtos culturais, emitem opiniões, fazem críticas, tomam posição e se apropriam de interesses que vão além dos planejados pela produção e emissão da mídia hegemônica (TRIGUEIRO, p.22).

Assim, através da produção audiovisual, os grupos populares conseguem transmitir para outras gerações seus costumes como danças e culinária típica, promovendo o desenvolvimento local e difusão de suas culturas. Os assuntos políticos também ganham espaço nos vídeos produzidos por comunidades excluídas pela mídia tradicional. Com o auxílio das ferramentas de edição e com possibilidade de replicar facilmente nas redes sociais, o conteúdo funciona como um “grito” para denúncia dos problemas locais.

O Favela News é um dos projetos que realiza esse tipo de trabalho nas zonas periféricas pernambucanas e foi ele o grupo que escolhemos para ser o fio condutor da discussão sobre comunicação popular e mídia cidadã em nosso documentário. O grupo, formado por jovens que usam as mídias digitais para oferecer meios de reconhecimento aos moradores de comunidades, transforma a favela em notícia e, como uma das integrantes afirma em seu depoimento, abre “um espaço para que essas pessoas (moradores da periferia) sejam ouvidas”.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Em “Pelas Lentes do Favela” optamos por um estilo mais livre de documentário, principalmente no que diz respeito ao momento das gravações. Partimos do princípio da observação; através da câmera na mão, acompanhamos o dia a dia de trabalho e produção do grupo Favela News, para assim construir uma espécie de making of dos bastidores do grupo de audiovisual.

Como referência para a realização deste documentário temos o episódio do especial da globo, “Um dia no Jornal Nacional”, e também o filme “Entreatos”, de João Moreira Salles. Os dois vídeos apresentam os bastidores da feitura de trabalho. O primeiro fala dos bastidores do Jornal Nacional, mostrando o caminho que é seguido pela redação para chegar ao que de fato é o Jornal Nacional, enquanto o segundo apresenta os bastidores da campanha política de 2002 do ex-presidente do Brasil, Lula. Assim como Moreira Salles faz em “Entreatos” procuramos realizar um filme através da simples observação, sem interferir no trabalho do grupo, tentando revelar da forma mais pura como verdadeiramente ocorre a produção do material do Favela News.

Para construir a narrativa de “Pelas Lentes do Favela” colocamos as vozes das personagens principais como as vozes condutoras do documentário. A partir de entrevistas, como ocorre em “Um dia no Jornal Nacional”, Adriano, Okado, Natália e Yane apresentam o trabalho de produção audiovisual e também as outras atividades realizadas pelo grupo (a oficina na Cidade de Deus e o cineclube). Então, o curta “Pelas Lentes do Favela” é uma junção da observação do trabalho do grupo, desde a reunião de pauta à postagem das matérias, com os depoimentos dados pelos membros da equipe.

“Pela Lentes do(a) Favela” também contém a inserção de imagens dos vídeos que estão sendo feitos pelo Favela News durante a produção. Isso, e a inserção de vídeos mais antigos do grupo (retirados do Youtube), funcionam tanto para dinamizar o documentário quanto para ilustrar o trabalho do pessoal do Favela News. Outra forma que encontramos para mostrar esse trabalho foi a presença das pessoas da comunidade falando sobre os produtos, no caso, os vídeos do “Favela”, como muitos chamam. Dessa forma é possível que o espectador tenha uma ideia da recepção e do significado que o material do Favela News tem, principalmente para as comunidades da periferia.

#### **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Produzido como projeto de conclusão do curso de jornalismo, o documentário busca ampliar o debate sobre o real papel da comunicação. Será que ele está sendo mesmo cumprido e as diferentes vozes estão sendo ouvidas? Ou a população ainda é refém de uma mídia pouco inclusiva? É preciso repensar o *modus operandi*, principalmente neste momento de crise do fazer jornalístico.

Assim, o “Pelas Lentes do(a) Favela” mostra que é possível, sim, fazer uma comunicação diferente e não excludente. Exemplo disto é o Favela News, grupo escolhido como fio condutor do trabalho, formado por jovens que saem às ruas pernambucanas com o objetivo de transformar a periferia em notícia, sem estereótipos.

Ao longo de 16 minutos, apresentamos ao público a rotina dos integrantes do Favela News, com a intenção de debater a importância da produção audiovisual nas comunidades e o impacto que este tipo de mídia causa na população. A partir dos depoimentos colhidos, é possível perceber o quão necessário é este tipo de ação, sobretudo, para a transmissão da cultura de uma determinada comunidade e para o debate sobre problemas enfrentados na periferia.

O tema é bastante difundido no meio acadêmico, mas pouco debatido no meio audiovisual, o que dificulta o acesso de mais pessoas à discussão. Por isso, sentimos a necessidade de realizar um material em vídeo sobre a produção audiovisual dentro da periferia.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

A comunicação é um elemento fundamental para a vida em sociedade, no entanto, nem sempre é utilizada da maneira como deveria. É comum vê-la de modo deturpado ou mesmo sendo negada a alguns segmentos. Mas também existem aqueles que se dedicam a uma comunicação transformadora de uma realidade. É justamente isso que fazem Adriano, Yane, Natália e Okado. Quatro jovens que são produtos e ao mesmo tempo agentes dessa transformação.

Com uma câmera não mão e muitas ideias na cabeça, eles saem às ruas das comunidades da Região Metropolitana do Recife, orientados por Rita e Kurt, para dar vida ao projeto Favela News. Microfone e criatividade são as únicas “armas utilizadas” por eles para

“lutar” contra a mídia hegemônica e dar visibilidade aos que moram nas favelas. É a identidade que chega àqueles que por diversas vezes são esquecidos ou estereotipados pela imprensa.

Se a teoria foi o primeiro passo para começarmos a compreender a temática proposta, acompanhar de perto do dia a dia desse grupo foi fundamental para alcançarmos o nosso objetivo geral. Através da rotina desses jovens e, principalmente, de seus depoimentos fortes e contundentes constatamos a real importância da produção audiovisual na comunicação popular nas comunidades periféricas.

Por consequência, os objetivos específicos foram sendo atingidos. E desse modo, os depoimentos dos moradores da periferia foram de extrema utilidade para comprovar a relevância do Favela News (aqui, na condição de representante de outros grupos de comunicação popular) para a criação de um processo de identidade de muitos que, por vezes são excluídos, pela imprensa tradicional. Por fim, levamos conosco a sensação de que acreditar é o primeiro passo para alcançar a tão sonhada mídia livre, e é essa mensagem que buscamos deixar para o telespectador: acreditem.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARVALHO, Josilda Maria da Silva de Carvalho. **Vídeo popular: a concepção e a prática comunicacional de grupos vinculados aos movimentos sociais e populares em Natal**. 1995.2012 f. Dissertação (Mestrado em Multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 1995.

BELTRÁN, Luiz Ramiro. **Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal. Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, IMS, ano III, nº 6, set. 1981.

BEZERRA, Cláudio Roberto de Araújo. **Tradição e ruptura no audiovisual: um estudo de linguagem do vídeo popular em Pernambuco na década de 1980**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, 2001.

FESTA, Regina e LINS DA SILVA, Carlos Eduardo (orgs.). **Comunicação Popular e Alternativa no Brasil**. São Paulo: Edições Paulinas, 1986.

GIMÉNEZ, Gilberto. **Notas para uma teoria da comunicação popular**. Cadernos CEAS. Salvador: CEAS, n. 61, p.57-61, maio-jun.1979.

GIL, Carlos Antônio. **Como elaborar um projeto de pesquisa**. Ed. Atlas S.A. 4 edição, 2002.

GOMES, Pedro Gilberto. **O Jornalismo Alternativo no projeto popular**. São Paulo: Paulinas, 1990.

MARQUES DE MELO, José et all (Org.). **Mídia cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: UNESCO/WACC/Methodista, 2006

NICHOLS, Bill . **Introdução ao documentário**, Campinas. Papirus, 2005.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados**. Reelaboraões no setor. In: Palavra clave, vol. 11, no. 2. Bogotá, 2008, p. 367-379.

PUCCINI, Sérgio. **Roteiro de documentário: Da pré-produção à pós-produção**. São Paulo: Papirus Editora, 2009.

RENÓ, Denis Porto. **YouTube: o mediador e a cultura popular no ciberespaço**. Revista Latina, ano 10, mai. 2007-b. ISSN 1138-5820. Disponível em [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis\\_Reno.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm).

RODRIGUES, C. **De medios alternativos a medio ciudadanos**. In: GUMU-CIO-DRAGON, A.; TUFTE, T. (eds.). Antología de comunicación para el cambio social. New Jersey: Consorcio de Comunicación para el cambio social, 2008.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação e ativismo midiático**. João Pessoa: Editora UFPB, 2008.

DORNELLES, Beatriz. **Divergências conceituais em torno da comunicação popular e comunitária na América Latina**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/176/177>.