

Telejornal *Cuíra*: Protagonismo na periferia¹

Lanna Paula Ramos da SILVA²

Raphael CASTRO, Alexandre do Nascimento CUNHA, Camila Lima GUIMARÃES, Alesson Luís Rodrigues LAMEIRA, Julianna Garcia LEÃO, Taiane Figueiredo de Andrade LIMA, Gabriel da MOTA, Wesley NASCIMENTO, Luana Tereza Coelho de OLIVEIRA, Marcus Vinícius PASSOS, Daniel SASAKI, Mariana Pereira da SILVA, Isabella Régis Moraes Ferreira SOARES, Milene Costa de SOUSA, Luciana Moraes VASCONCELOS³

Célia Regina Trindade Chagas AMORIM⁴
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO: O *Cuíra* é um telejornal que apresenta como proposta a tentativa de romper com determinados padrões hegemônicos da grande mídia, principalmente no que diz respeito à abordagem criminalizada das favelas. A ideia não é escamotear a pobreza e a violência dos bairros periféricos de Belém do Pará, mas também não excluir o mundo do trabalho, da arte, da educação, da luta cotidiana por justiça social de atores sociais que vêm dando voz e soluções aos problemas em suas comunidades. Outro desafio foi conjugar Jornalismo e Publicidade com a finalidade de valorizar o empreendedorismo local. O *Cuíra* foi pensado também na perspectiva da convergência midiática, TV e internet. O telejornal foi exibido em primeira mão à comunidade da Terra Firme, somente depois foi postado no site do *Youtube*.

Palavras-Chave: Telejornal. Periferia. Convergência Midiática. *Cuíra*.

1. INTRODUÇÃO

O projeto *Cuíra* surgiu a partir dos questionamentos dos alunos do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal do Pará (UFPA), Turma 2013, acerca dos conteúdos produzidos nos telejornais da capital paraense referentes à periferia. Há na grade de programação da TV Brasileira conteúdos exclusivos às comunidades que vivem em favelas, com foco na temática pobreza e violência. Ao recortar a periferia a partir destes ângulos, uma boa parte dos programas acaba por potencializar tais elementos como se fosse único naquele ambiente social. Tal tratamento jornalístico não é de hoje.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria: Jornalismo, modalidade: Produção laboratorial em videojornalismo e telejornalismo (avulso/conjunto ou série).

² Aluna líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo. Email: lannapaular@gmail.com. Bolsista do projeto Mídias Alternativas na Amazônia. CNPq-UFPA.

³ Coautores e estudantes do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. E-mails, respectivamente: jornalismoraphael@gmail.com, alexnascunha@gmail.com, camilaguimaraes120@gmail.com, alessonluis@gmail.com, julianna.leao@gmail.com, taianelima92@gmail.com, gabrielmotaf@gmail.com, analistapublic@gmail.com, luacoelhos@gmail.com, marcuspassos26@yahoo.com.br, daniel.dias121@gmail.com, mariana.silva78@live.com, isabella.rmoraes@gmail.com, mileneconstadesousa@gmail.com, lucianavasconcelos95@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora Doutora do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM) da Universidade Federal do Pará. Coordenadora do Grupo e Projeto de Pesquisa Mídias Alternativas na Amazônia – CNPq-UFPA. E-mail: celia.trindade.amorim@gmail.com.

Desde o surgimento da televisão, a periferia ficou à margem, sendo representada de maneira romantizada (carnaval), estereotipada (novelas, programas de auditório e humorísticos) ou relegada ao universo da criminalidade (telejornais). ” (MOREIRA, 2009, p. 212).

Frente a essa realidade, um dos principais questionamentos em sala de aula foi: Por que a periferia, quando aparece na TV, é tratada de maneira criminalizada, estereotipada, em muitos programas jornalísticos? Os alunos se sentiram desafiados a perceber as múltiplas realidades existentes no dia-a-dia dos moradores de três bairros: Guamá, Jurunas e Terra Firme, três dos bairros mais populosos da capital do Pará. A inquietação da turma já começou pela escolha do nome do telejornal. *Cuíra* é uma expressão popular amazônica, que significa inquietação e anseios por mudanças. Na abertura do programa os apresentadores lançaram, aos entrevistados e telespectadores/internautas, a seguinte pergunta: Qual a tua *cuíra*? Esta foi o fio condutor do telejornal.

A exibição do programa ocorreu no dia 9 de dezembro de 2015, na escola E.E.F.M. Mário Barbosa, localizada no bairro da Terra Firme. Afinal, o *Cuíra* precisava ser apresentado em primeira mão à comunidade, somente depois foi postado no site do *Youtube*. O evento contou com um show musical de artistas da própria periferia e que fizeram parte do telejornal.



Figura 1 – Exibição do telejornal na Escola E.E.F.M. Mário Barbosa (Reprodução/Cuíra)



Figura 2 – Apresentação dos artistas “Tárcio e Jimmy Banda” (Reprodução/Cuíra)

1.1 O consumo midiático e a publicidade da periferia

Desde os anos 2.000 observa-se na grade da programação de TV não só programas jornalísticos de abordagem violenta (Maia, 2014) como também uma outra angulação referente às comunidades.

A favela emerge como espaço de criatividade e de produção cultural, sendo por um esforço dos meios assim retratada, de forma que seus jovens cidadãos ganham *status*, passando de sujeitos invisíveis a agentes de consumo, divulgando roupas, música, dança, etc. (...) Porém, o interesse

por este cidadão não estaria apenas no reconhecimento de sua criatividade, mas também surgiria atrelado às suas potencialidades de consumo. (MAIA, 2014).

Uma potencialidade de consumo que alimenta a indústria cultural, pois há determinadas camadas de intelectuais, que mesmo sem conhecer o ambiente dessas comunidades, buscam formas de incluir a periferia na grade de programação enxergando-a como “molas” propulsoras para o mercado. (Moreira, 2009).

O telejornal *Cuíra* se lança na perspectiva contrária a essa proposta. O produto vem se somar a muitas iniciativas que têm o protagonismo de atores sociais como foco das abordagens. No projeto se prioriza, por exemplo, a publicidade da própria periferia, com seus carros-som, boca de ferro, anúncios de salões de beleza, açougues, tabernas. Entre os destaques está a placa da venda de açaí, uma cena comum da periferia de Belém. O açaí é originário de uma palmeira amazônica e é muito consumido no Estado. A inclusão do empreendedorismo local entre os blocos do telejornal provoca uma transgressão ao padrão de mercado hegemônico, que se verifica nos telejornais diários do país.



Figura 3 – Publicidade presente nos intervalos (Reprodução/Cuíra), 2015.

1.2. A Convergência midiática do projeto *Cuíra*

O *Cuíra* é um produto multimidiático, com interface para TV e para internet. Como telejornal, é composto de quatro blocos, com reportagem especial, além de inclusão publicitária; como página no *Facebook*, o objetivo foi trabalhar a divulgação do *Cuíra*, produzir conteúdos dos bairros e de história de vida de atores sociais da comunidade, além de possibilitar interações sociais na internet. No contemporâneo, as pessoas produzem, consomem e interagem a todo instante nas redes sociais, já que há mídias em todos os lugares como destaca Jenkins:

[...] Não haverá uma caixa preta que controlará o fluxo midiático para dentro de nossas casas. Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando

numa era em que haverá mídias em todos os lugares. (JENKINS, 2009, p. 43).

O ambiente virtual proporcionou também aos alunos o armazenamento do telejornal no site de *Youtube*, dessa forma as comunidades também tiveram acesso ao programa, não ficando restrito à Universidade. Um exemplo foi o compartilhamento do produto na página do Coletivo “Levante Popular da Juventude UFPa”, <https://www.facebook.com/levanteuropa/posts/1681339052106425>⁵. O Coletivo cedeu imagens para complementar a reportagem sobre Chacina/Juventude.

2 JUSTIFICATIVA E OBJETIVO

O projeto *Cuíra* destaca, na sua essência, a tentativa de romper com determinados padrões hegemônicos da grande mídia, principalmente no que diz respeito à abordagem criminalizada das favelas. Para além da violência e pobreza, existem outras realidades que se manifestam nas comunidades. Arte e cultura, a educação, a luta cotidiana por justiça social, a preocupação com o meio ambiente, o mundo do trabalho e do lazer, enfim universos reveladores de um protagonismo social e que são tratados pelo telejornal com responsabilidade e ética.

A verticalização da narrativa jornalística também é questionada no *Cuíra*. As entrevistas são longas, contrariando as falas reduzidas de moradores da periferia usadas em determinadas reportagens, pois como é possível abordar de forma contextualizada o universo cultural, educacional, por exemplo, em 1’5”, tempo adotado em várias reportagens na TV? O *Cuíra*, ao subverter o tempo padrão de telejornalismo comumente verificado na grade de TV no país, permite amplificar as vozes das comunidades.

Assim, o *Cuíra* tem como objetivos abordar o universo da periferia a partir da contextualização dos fatos sociais, possibilitando com que os problemas e demandas das comunidades ganhem destaque em matérias com tempo ampliado; conjugar conteúdos jornalísticos com a publicidade com foco do local; fazer um produto com interface para a TV e internet já que o contemporâneo exige a chamada convergência entre as mídias, além de garantir aos estudantes a prática do fazer jornalístico sem abrir mão da ética.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

⁵ Coletivo Levante Popular da Juventude. Acesso dia 05 de abril de 2016.

O projeto *Cuíra* foi idealizado na disciplina de Introdução ao Jornalismo, ministrada também pela professora Célia Trindade Amorim, no segundo semestre de 2014. No Laboratório de Telejornalismo em 2015 a turma contou com referencial teórico de telejornalismo e de temas relativos à periferia, além de exercícios práticos para desenvolver o produto. Para a produção do *Cuíra*, a turma, composta por 15 alunos, realizou visitas ao Guamá, Jurunas e Terra Firme. Os bairros foram definidos por estarem localizados próximos à Universidade Federal do Pará.

Após as visitas de campo, os alunos definiram as pautas. As pautas foram escolhidas levando em consideração o interesse social por bairro: 1. Rios/Poluição - muitas periferias de Belém convivem às margens dos rios; 2. Manifestações Culturais – sobrevivem com luta e resistência, mas sem a devida valorização pelo poder público; 3. Feira/Economia - serve de espaço empreendedor para moradores e também para relações de afeto; 4. Projetos sociais/Educação - projetos da UFPa que alcançam a comunidade externa e projetos orgânicos das comunidades; 5. Chacina/Juventude - o tema se originou da chacina (11 pessoas mortas) ocorrida em bairros periféricos de Belém, envolvendo policiais militares, em novembro de 2014. As famílias até hoje esperam por justiça.

A partir dessas temáticas foram construídas sete reportagens que compõe o telejornal. Cada equipe contou com um repórter e dois produtores. Todas as etapas - produção, edição, pós-produção, com inserção de vinhetas, trilha sonora, *lettering*, criação do logotipo do jornal e publicação das reportagens - foram debatidas em conjunto na redação sob a orientação da professora.

As gravações foram realizadas da seguinte forma: Uma parte foi produzida por equipes independente, com saída de alunos que foram a campo com seus próprios equipamentos, câmeras semiprofissionais e celulares; outra parte contou com a ajuda de um cinegrafista. Todas as equipes fizeram a decupagem do material bruto, que de acordo com Paternostro, “é fundamental para a edição” (2006, p.163). Os repórteres escreveram textos (para a gravação de *off* e passagem) em lauda padrão de redação. Um recurso utilizado foi a inclusão de mais de uma passagem de repórter em determinadas matérias. Alcure argumenta que a passagem deve “apresentar informações relevantes” e pode ser utilizada mais de uma vez “em matérias especiais e longas”. (ALCURE, 2011, p.30). A edição ficou por conta dos alunos com o apoio do editor de imagem, Deco Barros.

Na internet foram criadas a página *Facebook* (<https://www.facebook.com/cuirajornal/?fref=ts>) e um canal no *site Youtube* para a

hospedagem dos vídeos do jornal (<https://www.youtube.com/channel/UCi4NcXzFtVzVsBS8yhIS3jQ>)⁶. No *Facebook* havia a programação de duas postagens por dia, intercalando-as entre a apresentação dos bairros Guamá, Terra Firme e Jurunas, nessa sequência; o grande destaque eram os atores sociais dos bairros. O objetivo foi valorizar os sujeitos que ajudaram a construir o telejornal.

As postagens seguiram o formato: uma foto ou *printscreen* (ver figura 05) de tela do vídeo do ator social, acompanhado de um trecho em aspas significativo de sua fala. As ações da equipe também foram publicadas, como bastidores das gravações e a sessão de exibição na comunidade. A página alcançou 685 curtidas, continua ativa, mas sem atualizações. No entanto, as interações (curtidas) são quase diárias. O canal no *Youtube* teve 21 inscrições e mais de 450 visualizações nos vídeos, divididos em 4 blocos.



Figura 4 - Página no Facebook (Reprodução/Facebook)

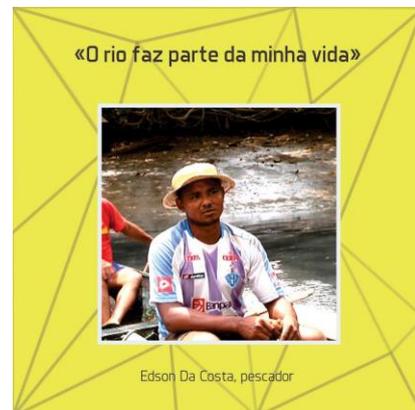


Figura 5 - Modelo de publicação no Facebook (Reprodução/Cuíra)

4.1 IDENTIDADE VISUAL

A identidade do telejornal é assinada pelos alunos Camila Guimarães e Gabriel Mota. A marca do *Cuíra* se propôs a captar o universo da periferia (modo de vida, arquitetura, cores, pessoas) de modo objetivo e agradável. A fonte utilizada, *Polya Regular*, possui um traçado com linhas entrecruzadas que se assemelha às assimetrias e descontinuidades da periferia. O triângulo, uma das figuras geométricas de maior rigidez e alta sustentação, proporciona um emaranhado capaz de sintetizar um fluxo. Os emaranhados da marca possuem grande reconhecimento na paisagem das periferias que possuem sempre muitos fios de eletricidade. No que se refere à abertura e à vinheta, o objetivo foi fazer com que as imagens da periferia fizessem parte da fixação da marca. Portanto, imagens dos bairros visitados são atravessados por traçados avermelhados, aparentemente de forma aleatória, como se fossem conexões entre uma cena e outra, as

⁶ As páginas foram consultadas no dia 05 de abril de 2016.

mesmas linhas se conectam formando a parte inferior do quadro de abertura e vinheta. A música utilizada chama-se *Cumbia do Zumbi*, da Banda Pop Instrumental Paraense, Strobo⁷. Foi escolhida por conter marcas das guitarradas amazônicas e do brega, ritmo musical tão presente na periferia



Figura 6 – Assinatura final na vinheta de abertura (Reprodução/Cuíra)

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O programa *Cuíra* tem a duração de 40 minutos e apresenta, em 4 blocos, o universo dos bairros Guamá, Terra Firme e Jurunas. No primeiro bloco, após a abertura do telejornal, os alunos Alesson Lameira e Luana Coelho, apresentadores do *Cuíra*, explicam ao público o significado da expressão que dá nome ao produto e lançam uma pergunta: Qual a tua sua cuiúra? Os entrevistados expõem as suas inquietações e anseios por justiça social, cultura, educação, etc. O cenário da gravação do telejornal foi a própria periferia



Figura 7 – Apresentação do telejornal realizada no bairro do Guamá, 2015.

O *Cuíra* apresenta a escalada para “segurar” a atenção do telespectador (Paternostro, 2006). O primeiro bloco abre com a reportagem sobre o Rio Guamá, um dos vários rios que

⁷ A música teve a autorização de utilização da Banda Strobo. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=1yv0TvQ_rZI. Acesso dia 18 de maio de 2016.

cercam a cidade de Belém, fonte de renda e lazer para a comunidade. Atualmente enfrenta problemas com poluição e obras paradas de macrodrenagem por parte do Estado. A matéria possui entrevistas de moradores, que vivem às margens do Canal do Tucunduba, um dos afluentes do Rio Guamá.

As reportagens de cultura e lazer, que são fixadas, muitas vezes, no último bloco de telejornais, no *Cuíra* já aparecem no primeiro. A finalidade é dar visibilidade à pluralidade da cultura das comunidades. O conhecido “Baile da Saudade”, que acontece às segundas-feiras, em uma casa de shows no bairro do Jurunas, destaca o público diversificado dessas festas, que recebem de jovens a adultos.



Figura 8 – Reportagem Rio/Poluição
(Reprodução/Cuíra) 2015.



Figura 9 – Reportagem Brega/Público
Reprodução/Cuíra) 2015.

O segundo bloco contém outras duas reportagens. A primeira trata sobre a Feira da Terra Firme, espaço que agrega não somente trocas econômicas, mas também fortalece e constrói relações de amizade entre feirantes e consumidores. A segunda matéria também é cultural, aborda carnaval e boi bumbá, com a cobertura de um repórter por bairro. Na reportagem, com vários entrevistados, o artesão Cléber Oliveira destacou a força cultural do bairro do Guamá: “Então eu vejo o Guamá como essa cidade maravilhosa, essa cidade cheia de cultura, essa cidade que eu acredito.” (OLIVEIRA, 2015).



Figura 10 – Reportagem Feira/Afeto
(Reprodução/Cuíra).



Figura 11 – Reportagem Manifestações Culturais/Resistência
(Reprodução/Cuíra).

Em Novembro de 2014 a cidade de Belém foi marcada por uma chacina que atingiu os bairros que são destaque no telejornal, além de outros. Com a aproximação da data de um ano do ocorrido, o *Cuíra*, no seu terceiro bloco, apresentou uma reportagem especial sobre a realidade dos jovens da periferia, pois homens negros e jovens foram a maioria dos assassinados. A reportagem também destacou não só a luta dos familiares que ainda buscam justiça, como também as formas de resistência da juventude local.



Figura 12 – Reportagem especial – Chacina/Juventude (Reprodução/Cuíra). 2015.

O quarto e último bloco é composto também de duas reportagens. A primeira aborda iniciativas educacionais da própria comunidade do Guamá, como o Espaço Cultural Nossa Biblioteca; e o projeto acadêmico Universidade Aberta, promovido por alunos e professores do curso de Física da UFPa, que funciona como um curso pré-vestibular gratuito para as comunidades próximas à Universidade. A segunda matéria, que encerra o telejornal, destaca os artistas que nasceram e vivem na periferia. Os entrevistados são Moises Batista, que trabalha como cantor do Coro do Teatro da Paz e desenvolve também projetos musicais de rock, metal e sertanejo romântico; e Gina Lobrista, artista que busca seu sucesso nas ruas e feiras. Foram filmados e fotografados empreendimentos dos bairros utilizados nos intervalos de cada bloco, funcionando como uma publicidade das periferias.



Figura 13 – Reportagem Educação/Projetos



Figura 14 – Reportagem Artistas/Periferia (Reprodução/Cuíra)

6. CONSIDERAÇÕES

A experiência do *Cuíra* foi enriquecedora e desafiante no que se refere ao enfrentamento de fazer um telejornal voltado para a periferia, pois a turma precisou quebrar vários preconceitos que estavam internalizados. Os alunos foram expostos a especificidades que fogem à rotina de um telejornal comercial, mas importantes na aprendizagem e construção de um jornalismo comprometido com o interesse social, pois a meta foi fazer um “jornalismo de reflexão” (Bourdieu, 2006). A preocupação e o trato cuidadoso das temáticas refletiram no tempo do telejornal, que alcançou 40 minutos de duração. As entrevistas objetivaram garantir o tempo de fala dos atores sociais. A ênfase para as histórias de vida dos atores sociais também foi uma marca do *Cuíra*, que ampliou espaço para as relações afetivas que surgem nas feiras, nas escolas de samba, nas representações artísticas; a conjugação do jornalismo com a publicidade e propaganda local também marcou um diferencial do produto.

Fazer jornalismo nas ruas e na internet representou um desafio interessante que a turma alcançou ao final do semestre. Exibir o *Cuíra* em primeira mão em uma escola pública, localizada na Terra Firme, também foi importante pois a turma assumiu o compromisso de devolver o produto à comunidade. O evento foi aberto à interação com os alunos que participaram com perguntas sobre o processo de produção do telejornal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCURE. **Telejornalismo em 12 lições. Televisão. Vídeo. Internet.** Rio de Janeiro: Senac Nacional e editora PUC-Rio, 2011.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a TV.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

MAIA, Aline. “**No passinho da nova classe média**”: **Notas para um estudo sobre comunicação, juventude, periferia e consumo.** Trabalho apresentado no XIX Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste – Vila Velha – ES – 22 a 24/05/2014.

MOREIRA, D. G.. “**A gente se liga em você**”: **reconfigurações da TV Globo em um cenário de convergência midiática.** Galaxia (São Paulo, Online), n. 23, p. 194-206, jun. 2012.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV.** Manuel de Telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ENTREVISTA:

OLIVEIRA, Kleber. 2015. Fonte: **TELEJORNAL CUÍRA.**