

## O jovem e a comunidade periférica midiática proposta pelos veículos de comunicação<sup>1</sup>

Marli Paulina VITALI<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

### Resumo

Apresenta-se aqui uma breve discussão sobre dois temas que irão nortear a pesquisa de doutorado, ainda em fase inicial de estudos: juventude e comunidade periférica midiática. Embora diferentes, os dois temas conversam entre si dentro da proposta que mídia procura retratar o cotidiano dos moradores das comunidades. A medida que traz essa reprodução do dia a dia das localidades mais afastadas do centro, os veículos de comunicação reproduzem uma comunidade periférica midiática, ou uma comunidade simbólica, que é criada pela mídia para apresentar esses espaços.

**Palavras-chave:** jornalismo; juventude; comunidade periférica midiática; jovem.

### Introdução

Entender o jovem, mais especificamente o morador da periferia, pode contribuir também para a que a mídia consiga entender os canais de comunicação que estabelece com esse público. A proposta deste artigo é trabalhar com dois dos conceitos que serão utilizados na tese de Doutorado do Programa de Pós-graduação em Jornalismo (POSJOR) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), juventude e comunidade periférica midiática.

A pesquisa tem como tema central compreender como e quais as notícias televisuais são consumidas pelos jovens das comunidade periféricas. Por isso, a relevância de aprofundar as discussões sobre juventude e a relação dele com a mídia. O olhar para a periferia se faz necessário para compreender um pouco o perfil desse jovem, verificar o consumo que faz das produções jornalísticas, tendo como base as multitelas. Embora abrangente, num primeiro momento, a pesquisa concentra o foco sobre o jovem morador dos bairros da cidade de Criciúma, sul de Santa Catarina.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Doutoranda do Curso de Pós-graduação em Jornalismo da UFSC, email: [marli.vitali@gmail.com](mailto:marli.vitali@gmail.com).

Ao interligar os conceitos juventude e comunidade periférica midiática, pretende-se também discutir um pouco sobre a questão da comunidade, ponto em que se encontra esse jovem. Bem como, observar de que maneira a mídia se posiciona nesse contexto.

### **O jovem e a comunidade midiática na periferia**

Os tempos mudam e o jovem enfrenta dificuldades, dúvidas, angústias específicas em cada um. Nos movimentos contemporâneos, sejam culturais ou sociais, como em todos os fenômenos coletivos, combinam-se formas de ação que dizem respeito aos diversos níveis de estrutura social que implicam diversas orientações, que pertencem a fases históricas diversas. “Trata-se, portanto, de compreender esta multiplicidade de elementos, sincrônicos e diacrônicos, e de explicar, como eles se combinam na concreta unidade de um ator coletivo”. (MELLUCCI, 2001, p. 25)

Dentro desse universo de constante mutação, aprendizado e dúvidas, está o jovem. Instigador, curioso, questionador, ciente de seu papel ou manipulável? A Sociologia vê a juventude como um espelho da sociedade. “Os jovens podem, portanto, tornarem-se atores de conflitos porque falam a língua do possível” (MELLUCCI, 2001, p. 102). Para a cultura juvenil, o questionamento não é para que o poder desapareça, mas para que ele seja transparente, para que se mostre e possa ser avaliado.

O jovem procura sobressair-se à submissão que lhe é imposta por família, padrões, governos e sociedade. “Os jovens tendem a acreditar que, devendo construir um novo mundo, eles serão capazes de fazê-lo melhor, mais justo e mais livre do que o mundo em que vieram à luz” (SINGER, 2008, p. 29). Falar da juventude é falar de multiplicidade de pensamentos, opiniões e valores éticos e morais. Independente do período em discussão, seja na década de 1960 ou nos dias atuais, “[...] a juventude, mesmo que não explicitamente, é reconhecida como condição válida, que faz sentido, para todos os grupos sociais, embora apoiada sobre situações e significações diferentes” (ABRAMO, 2008, p. 44).

É importante que se avalie que o jovem vive um período de mudanças, imprecisões, até porque há conflitos sobre quando começa ou termina a própria juventude. Segundo Sposito (2009, p. 18), estudos mais recentes sobre o tema juventude são fundamentais para compreender que não há necessariamente uma separação, mas é

importante que se compreenda os “processos estruturantes da vida social, fundados nas desigualdades sociais, nas relações de gênero e relações étnico-raciais, entre outras”. Interligados em sua rede de contatos, amigos, familiares, enfim a rede que os une, os jovens vivem. Verificar a realidade de cada grupo é importante para compreender o contexto em que ele está inserido.

Entender o que o jovem pensa da mídia é importante, porque faz com que se tenha ideia das percepções da juventude sobre o jornalismo e o papel do jornalista na atualidade. Isso faz também com que se pense o futuro. Afinal, a mídia depende desse público jovem para continuar desempenhando o seu papel com mais eficácia.

A relação, especialmente com o público jovem da periferia, não é algo simples. Percebe-se um distanciamento da produção jornalística e da realidade dos bairros fora do eixo central. A esses, as notícias recorrentes envolvem a violência, a criminalização. Essa característica, a busca por esse tipo de pauta, como observam Ramos e Paiva (2007, p. 79) “[...] se baseia na linha editorial dos veículos que, na maioria dos casos, privilegia a cobertura de bairros nobres das cidades onde estão concentrados seus leitores”. Escreve-se para um público determinado e específico. Nem em veículos de maior abrangência, como a TV e o rádio, destacam as autoras, é possível observar que há uma ampliação de pautas, uma busca por informações diferenciadas.

Deixar de lado a comodidade do jornalismo diário não é tarefa fácil. Fazer algo diferenciado é um desafio constante para as equipes que estão atuando nos veículos. A análise que faz Traquina (2005, p. 34), sobre a profissionalização da profissão, faz com que se lembre que o jornalista reivindica para si o “monopólio do saber” e transforma a informação em mercadoria.

Mesmo limitado e constringido, o poder do jornalismo e dos jornalistas aponta para a importância das suas responsabilidades sociais. A afirmação do reconhecimento das suas responsabilidades, por parte dos jornalistas e também por parte dos donos das empresas jornalísticas, não é possível reduzindo as notícias a uma simples mercadoria, e ignorando a existência dos ideais mais nobres do jornalismo, que fornecem uma manta de legitimidade ao negócio (TRAQUINA, 2005, p. 207-208).

Esquece-se a real função do jornalismo, que é atuar em prol daqueles que mais precisam, dos que realmente não tem voz, para se concentrar em fortalecer o *status quo*, as fontes privilegiadas e os donos dos veículos. Com o crescimento da internet e o surgimento de novas mídias, criou-se um desafio ao profissional, já que há uma

avalanche de informações que devem ser filtradas e selecionadas. Para Traquina (2005), a internet permite que, não só o jornalista, mas o público geral, possa buscar canais alternativos para transmitir informações e para se atualizar.

A separação observada entre mídia e juventude é algo controverso. Embora os veículos venham desenvolvendo conteúdos específicos a esse público, o resultado nem sempre é o esperado. Relatório “A Mídia dos Jovens”, desenvolvido pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi) e Instituto Votorantin (2007), aponta que as publicações estão contribuindo para o processo de formação cidadã, mas que tratam esse jovem apenas como consumidor, “oferecendo publicações e programas com pouca consistência informativa ou reflexiva” (p. 3).

Se há essa diferenciação com o jovem, que tem conteúdos limitados oferecidos nos veículos de comunicação, o que dizer do jovem morador das periferias. O olhar excludente da mídia sobre as áreas mais afastadas do centro das cidades tem reflexo na relação que o próprio morador faz da sua localidade. Ele não aceita a terminologia usada para designar o seu espaço territorial. Chamar o bairro de periferia é algo considerado pejorativo. A designação que serve geograficamente para localizar bairros e loteamentos que não se concentram na área central, possui contornos negativos. Domingues (1994) avalia que o termo periferia se tornou o mesmo que lugar de exclusão, um espaço onde o poder público é ausente, sobram problemas estruturais e sociais. Além disso, pondera que essa distância que antes era geográfica, se tornou uma separação sociológica e de poder.

Compreensível porque entre os próprios moradores dessas localidades o termo não é bem aceito. O que o morador quer é o direito à cidade, mas, conforme Freitas (2014), isso implica em considerar todas as peças de uma estrutura que não foi criada para conceber o que ele imagina. Segundo a autora (2014), a grande mídia tem contribuído para apresentar esse local marginalizado que é a periferia, muitas vezes chamada de favela ou gueto. Locais como as favelas cariocas que receberam as Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs), viram surgir a especulação imobiliária e se tornaram cenários de telenovelas, mas continuam sendo conhecidos pela grande massa como pontos de violência e pobreza (FREITAS, 2014).

Embora ocorram desigualdades, diferenças evidentes, Sá Barreto (2009, p. 4) argumenta que esses espaços de encontro não são estanques. Eles interagem, se integram, “[...] eles existem em uma multiplicidade de pequenos agregados de lugares,

no sentido do espaço geográfico e simbólico do termo, que se deterioram como um todo, assim como suas regras de constituição”.

As pessoas procuram se socializar, interagir entre si, seja no bairro central ou periférico (SANTANA, 2009). Ao fazer a troca de termos, de “morar na periferia” para “morar na comunidade” as pessoas também buscam algo que lhe traga o sentimento de pertença. A comunidade agrega, acolhe, faz com que ele se sinta integrado, não mais um excluído (BAUMAN, 2003). Dizer que se faz parte de uma comunidade é revelar aconchego, sentir-se em segurança.

“Comunidade” produz uma sensação boa por causa dos significados que a palavra “comunidade” carrega — todos eles prometendo prazeres e, no mais das vezes, as espécies de prazer que gostaríamos de experimentar mas que não alcança mais. Para começar, a comunidade é um lugar “cálido”, um lugar confortável e aconchegante (BAUMAN, 2003, p. 7).

A busca pela união dos comuns, pelo fortalecimento do grupo é algo que a comunidade demonstra. Ali há uma procura de afinidades. “A defesa do lugar, vista da condição necessária de toda segurança, deve ser uma questão do bairro, um assunto comunitário” (BAUMAN, 2003, p. 102). Avaliando sob esse aspecto, entende-se que o sujeito encontra, na comunidade, não na periferia, essa condição de pertencimento.

A comunidade é um lugar humanamente contraditório por definição: confortável e aconchegante, mesmo que não isento de conflitos ou carências, pois mesmo tais fenômenos, por serem naturalizados dentro do repertório de possibilidades de existência, acabam por ser interpretados como um modelo seguro (PAIM et al, 2013, p. 838).

Por muito tempo a periferia foi olhada pela mídia não como esse espaço de união comum, mas pelo aspecto mais negativo. Pela imprensa vinham as notícias que reforçavam o que havia de ruim, a violência, as carências, o tráfico de drogas, a pobreza. Paim et al (2012, p. 30) destaca que essa realidade violenta era reforçada todos os dias nos telejornais. Segundo ela, as coisas não mudaram, “[...] a dura realidade enfrentada pelos moradores das periferias continua existindo. O que mudou foi a leitura da mídia”.

Os meios de comunicação lançam um novo olhar sobre as comunidades periféricas, não ignorando os antigos conteúdos, como a pobreza e a violência, mas buscando conteúdos diferenciados, como argumenta Paim et al (2012, p. 36) ao destacar

que as produções culturais da periferia são um tema novo que surge, estimulado por “um novo tipo de consumo cultural em nosso país”. A mudança de conceitos são percepções que dizem respeito ao que Henn (2007, p. 6) aponta como uma readequação dos dispositivos midiáticos, que “tendem a replicar sua estruturalidade com vistas à permanência”.

Trazer a comunidade, ou a periferia, para a tela contribui para o processo de globalização que a própria mídia defende. Não porque acredita na igualdade das discussões, mas porque percebe que ali há um público que consome seus conteúdos, mas que também produz cultura. Paim et al (2013) ressalta que a realidade acaba se transformando em entretenimento a partir de um encontro que há entre o cotidiano e a ficção. Observando sobre o aspecto da televisão, Sarlo (2000) aponta que esse encontro busca uma “cultura de espelho”:

De qualquer ponto de vista, a televisão é *acessível*: reflete seu público e nele se reflete, como uma estrutura em abismo que confirmaria os traços barrocos que muitos acreditam verificar na condição pós-moderna. A televisão é laica e democrática, mas não deixa de ter fortes elementos de fundamento mítico (SARLO, 2000, p. 82).

A mídia, especialmente a televisiva, traz fragmentos de histórias que abraçam as causas, gêneros e comunidades. “A televisão partilha do que antes repartiu, e reparte o que tomou um pouco de cada parte (SARLO, 2000, p. 67). Ao retratar parte de um todo, os meios de comunicação tendem a criar comunidades simbólicas ou, como defende Sá Barreto (2009, p. 2), comunidades periféricas midiáticas “concebidas pela mídia nas suas relações dialógicas com as comunidades do seu entorno”.

Os veículos de comunicação se aproximam de seu público, no caso das comunidades, porque essa é uma necessidade real, tanto mercadológica quanto cultural. Algo como propõe Sodré (2001), que determina a relação entre indivíduos e mídia, procurando considerar diferentes pontos de vista que surgem. Sá Barreto (2009, p. 2) aponta que entender as comunidades nessa relação com as mídias ajuda a:

[...] desvendar a dimensão comunicacional da TV, na medida em que, nessa interlocução as mídias televisivas criam comunidades simbólicas, que substituem as comunidades reais por suas representações, como preferimos chamar comunidades midiáticas, ou seja, comunidades simbólicas concebidas pela mídia nas suas relações dialógicas com as comunidades do seu entorno.

Para isso, Sá Barreto (2009) traz o destaque de programas como Central da Periferia, Cidade dos Homens e Antônia (Rede Globo), ou Vidas Opostas (Record) que trouxeram um pouco da realidade das comunidades para as telas e serviram para que a mídia se aproximasse mais do público morador e consumidor das próprias comunidades.

Então, chegar mais próximo, voltar-se para as comunidades periféricas é uma estratégia de atendimento a um desejo. Mas, sobretudo, no caso, as mídias são cômicas da força que essas comunidades exercem na esfera social e cultural da atualidade. Esta questão torna-se evidente pelo espaço que as mídias vêm lhes concedendo (SÁ BARRETO, 2009, p. 3).

A proposta de Sá Barreto (2009, p. 2) é que se reflita sobre o processo de configuração das comunidades periféricas midiáticas, observando o que ela chama de ‘desencaixe dos sistemas sociais’, já que não há unanimidade entre o que traz a mídia e o que a comunidade vivencia, “pois as interações entre esses dois sistemas não ocorrem em nível presencial e sequer os seus membros se conhecem”. A mídia pode dizer que tem a “possibilidade de agir tendo em vista um outro que conhece apenas a imagem da minha ação” (THOMPSON, 1998, p. 7, apud SÁ BARRETO, 2009, p. 2).

A mídia determina a ordem do dia da sociedade. Para Bertrand (1999, apud Paim et al, 2013) se a mídia não dita o que as pessoas devem pensar, ao menos determina no que elas vão pensar.

Desta forma, o discurso midiático pode ser entendido como uma tecnologia de poder, pois gera sistemas de correlações de força e efeitos de verdade. Ele participa da formação da opinião, modifica valores e identidades. Através dos discursos da mídia, o sujeito estabelece contato com outros estilos de vida. Ao confrontar com essa diversidade sociocultural, ele é apresentado a uma nova realidade que poderá operar na construção da sua identidade, pois ao mesmo tempo em que a mídia individualiza modos de vida e comportamento, ela aproxima mundos distintos unindo esses sentimentos isolados e transformando-os em sentidos coletivos (PAIM ET AL, 2013, p. 843).

Ao propor que todos se reconheçam em si, a mídia busca uma aceitação da comunidade, mas isso não ocorre. A ampliação das práticas comunicacionais e o acesso à novas tecnologias fizeram com que os sujeitos acessassem novas linguagens. Ao mesmo tempo que consomem os conteúdos produzidos pela grande mídia, os sujeitos das comunidades procuram alternativas para apresentar seu próprio conteúdo.

---

Um exemplo disso é o documentário “Catadores de sonhos”<sup>3</sup> produzido em 2013 por adolescentes que frequentavam o Programa Projovem, desenvolvido dentro do Centro de Referência em Assistência Social (CRAS) do bairro Tereza Cristina, em Criciúma (SC). O vídeo conta a história dos catadores de material reciclado do bairro, mas também traz as observações dos próprios jovens, como no texto de abertura narrado por uma adolescente:

Nascemos e crescemos no Tereza Cristina, conhecido como Pedregal. Nosso bairro tem uma fama muito ruim, porque ao invés de crescer muitos param de estudar. A violência está em toda a parte, tem lixo, drogas... mas tem coisas boas, histórias de vida de muita luta. [...] Como os catadores nós adolescentes vivemos tentando vencer a discriminação, o preconceito e superar nossas dificuldades, mas nunca desistimos de lutar pelo que buscamos. Porque o mundo não tem limites para quem sonha. E todos nós vamos chegar onde queremos. A vida é como um trilho com vários caminhos a seguir... qual trem pegar só depende do seu sonho. Eu sou um catador de sonhos. Todos nós somos... Catadores de sonhos (CATADORES DE SONHOS, 2013).

O jovem deixa claro que pertence a uma comunidade, a um grupo. Não se exclui, mas também não esconde seus problemas. No trecho do documentário produzido pelos jovens do CRAS é possível observar que há orgulho em fazer parte de um mesmo território. Ao produzir conteúdo que traz um pouco das histórias de quem vive na comunidade, o grupo apresenta também o outro lado do bairro, não apenas o que questões negativas, mas o de gente que trabalha e vai em busca de seus sonhos.

## CONSIDERAÇÕES

As observações realizadas até o momento são preliminares, até porque a própria pesquisa é incipiente. Importante destacar que as discussões serão ampliadas, à medida que o próprio estudo avança. O olhar sobre o jovem das comunidades é relevante nos estudos em Comunicação porque ele é peça fundamental na continuidade do trabalho da

---

<sup>3</sup> Documentário “Catadores de sonhos” tem 19min de duração e foi exibido na 1ª Conferência Municipal de Meio Ambiente, realizada em Criciúma em 2013. A produção, roteiro e gravação foi realizada em uma oficina educacional ministrada dentro do CRAS com os jovens. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7xI7RMU56TU>. Acesso em: 15 dez. 2016.

mídia. Entender um pouco mais de seu universo e aprimorar conteúdos que lhe sejam interessantes, contribui para que a mídia esteja mais interligada com a sociedade.

Importante também avaliar como se formula essa relação dos veículos de comunicação com a própria comunidade, ou a periferia. O conceito de comunidade periférica midiática surge a partir do momento em que a mídia procura dialogar com as comunidades, escolhendo fatos, versões e objetos que serão levados ao conhecimento do grande público.

Quando observa apenas uma parte de todo o contexto, a mídia não consegue dar conta de estabelecer uma relação completa de divulgação, mostrando todo o contexto que envolve essa comunidade. A medida em que a importância desses espaços populacionais é percebida, novas relações vão sendo formadas entre os dois atores, algumas conflituosas, outras que retratam o cotidiano das comunidades.

Como no caso do documentário produzido pelos jovens do CRAS. Ali encontram uma forma de expressão, uma maneira de apresentar um pouco a comunidade em que vivem, mas que normalmente não aparece nos meios de comunicação.

## REFERÊNCIAS

- ABRAMO, Helena. **Condição juvenil no Brasil contemporâneo**. P 37 – 72. In: ABRAMO, Helena; BRANCO, Pedro Paulo Martoni (org.). Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2008.
- BAUMAN, Zygmund. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Tradução, Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- DOMINGUES, Alvaro. **(Sub)úrbios e (sub)urbanos: o mal estar da periferia ou a mistificação dos conceitos?** Revista da Faculdade de Letras – Geografia I Série. Porto, vol. 10/11, p. 5-18, 1994. Disponível em: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/1588.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2017.
- FREITAS, Guaciara Barbosa de. **O discurso “Periférico” no Centro da Narrativa Midiática**. Revista Novos Olhares – Vol. 3, nº 2. São Paulo: 2014.  
<http://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/90205>. Acesso em: 11 jan. 2017.
- HENN, Ronaldo. **Sorry periferia: tensões midiáticas nas fronteiras da cultura**. Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R2302-1.pdf>. Acesso em 9 fev. 2017.
- MELUCCI, Alberto. **A invenção do presente: Movimentos sociais nas sociedades complexas**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

---

PAIM, Denise da Cruz; et al. **Luzes, câmera... Ação!** No ar, a transformação midiática do conceito de periferia no conceito de comunidade. Revista Estudos e Pesquisas em Psicologia. Rio de Janeiro: V. 13, n. 3, p. 835-854. 2013.  
Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1808-42812013000300003](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812013000300003). Acesso em: 11 jan. 2017.

\_\_\_\_\_; et al. **A organização midiática de um ethos de periferia a partir de narrativas televisivas.** Revista Barbaroi nº 36, Santa Cruz do Sul. Jun. 2012. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-65782012000100003](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-65782012000100003). Acesso: 7 fev. 2017.

RAMOS, Silvia; PAIVA, Anabela. **Mídia e violência:** tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil. Rio de Janeiro, IUPERJ, 2007.

**RELATÓRIO** A mídia dos jovens. Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi) e Instituto Votorantim. Edição Especial 10 anos, 2007.

SÁ BARRETO, Virgínia. **Culturas televisivas e sociabilidade:** configurações, pactos e sentidos de comunidades periféricas na TV. Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. Vol. II, n. 1 – jan./jun./2009. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/11693>. Acesso em 05 jan. 2017.

SANTANA, Fernanda Castilho. **Favela como espaço de identidade:** representações na telenovela Duas Caras. Revista Internacional de Folkcomunicação. Vol. 1, 2009. Disponível em: <http://www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/viewFile/919/706>. Acesso em 8 fev. 2017.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna:** intelectuais, arte e videocultura na Argentina. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.

SINGER, Paul. A juventude como coorte: uma geração em tempos de crise social. P. 27-35. In: ABRAMO, Helena; BRANCO, Pedro Paulo Martoni (org.). **Retratos da juventude brasileira:** análises de uma pesquisa nacional. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2008.

SODRÉ, M. Comunicação, um novo sistema de pensamento? In: **Campo da Comunicação:** problematizações e perspectivas. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2001.

SPOSITO, Marília Pontes (coord.). **Estado da Arte sobre juventude na pós-graduação brasileira:** educação, ciências sociais e serviço social (1999-2006), volume 1. Belo Horizonte, MG: Argvmentvm, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo.** A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa, transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.