JUVENTUDE, CIDADE E TELEJORNALISMO LOCAL: As representações sociais produzidas e consumidas pelo jovem telespectador

Jhonatan Mata
Mestre em Comunicação - UFJF
jhonatanmata@yahoo.com.br

Iluska Coutinho
Professora do PPGCOM - UFJF
iluskac@uol.com.br

RESUMO
Os jovens, em suas interações sociais com os meios de comunicação, buscam algo que esteja além de externar emoções, sensações e experiências situacionais. Pretendem a inserção no contexto midiático em sua totalidade, aderindo ao consumo de bens simbólicos e de serviços disponibilizados pelo mercado e difundidos pelos meios de comunicação de massa. O objetivo deste trabalho é analisar, com ênfase para um recorte local, as representações sociais produzidas e consumidas pela juventude, em sua relação com os noticiários televisivos. Interessa-nos, ainda, perceber as estratégias lançadas pelos jornalistas na tentativa de criação de uma identidade e de um diálogo com a juventude urbana, mediada, re-cortada e re-contada pela televisão.
Palavras-Chave: juventude; telejornalismo; identidade; cidade

ABSTRACT
Young people in their social interactions with the media, looking for something that is beyond express emotions, sensations and situational experiences. They want to insert the media context as a whole, adhering to the consumption of symbolic goods and services provided by the market and spread by means of mass communication. The objective of this study is to analyze, with an emphasis on cutting local social representations produced and consumed by young people in their relationship with the television news. We are interested in, though, understand the strategies launched by the journalists in an attempt to create an identity and a dialogue with the urban youth, mediated, re-cut and re-told on television.
Keywords: youth; TV journalism, identity, city

Complexas ações de comunicação acompanham o século XXI e colocam em cena novas práticas culturais pautadas em relações particulares com os meios de comunicação. Neste cenário, os jovens emergem como protagonistas privilegiados,

principalmente pelo papel dos mesmos diante da emergência de novas formas de sociabilidades e de demandas tecnológicas.

Em "Comunicação, Cultura e Juventude" (2010), obra organizada por Marialva Barbosa e Osvando J. de Morais, apresenta-se um mosaico de idéias e abordagens sobre juventude e comunicação. Para Barbosa (2010, p11), o protagonismo juvenil se justifica pelo próprio lugar de fala da juventude, construído num mundo onde sua própria historicidade se pauta a partir dos meios de comunicação. Mundo no qual

> Desempenham o papel de atores centrais, mas também o de a-sujeitados aos limites que, muitas vezes, essas práticas colocam em cena. Pensar historicamente os sujeitos sociais é, ao mesmo tempo, visualizar mundos díspares e lugares complexos: se num momento assume-se o centro do processo, num outro instante somos colocados num lugar periférico (BARBOSA, 2010, p.11).

Na era do hibridismo e da multiplicidade de identidades, um dos grandes desafios da televisão e, sobretudo do telejornalismo- na função de nova "praça pública" (VIZEU, 2008) consiste em contribuir para a preservação de traços genuinamente locais num mundo globalizado. Nesse processo, os jornalistas, através das "matérias de bairro" (no jargão jornalístico) tentam re-construir o tempo-espaço da cidade e a caracterização da "juventude" como elementos recortados diretamente do mundo natural.

A proposta de nossa pesquisa é observar de que maneira esse esforço discursivo midiático em anular a oposição entre o aqui (centro) e o ali (periferia) é percebido por aqueles a quem o telejornalismo, priorizando o foco local de Juiz de Fora, tenta representar- no caso, os jovens de bairros periféricos. Importa-nos, ainda, analisar as promessas discursivas feitas pelo telejornalismo, tanto em nível local quanto nacional, para tentar se afinar com os "novos telespectadores" - que se apresentam com exigências narrativas peculiares, conforme observaremos adiante.

A título de rápida exemplificação – e também de inquietação, sobretudo para aqueles que se dedicam aos estudos em telejornalismo- temos uma juventude cujo contexto se define num ambiente onde predomina uma nova forma cognitiva de transformação e interação com o meio em sua maneira de pensar, agir e se comunicar. Jovens que são classificados como "a geração digital", mas que não se

resumem ao uso das tecnologias digitais e à internet, exigindo linguagens diferenciadas que incluem modificações nas "tradicionais" narrativas telejornalísticas.

Nossos estudos se ancoram nas experiências compartilhadas, desde o ano de 2007 até a atualidade, com os jovens da Oficina crítica "Telejornalismo: Novos Olhares". A oficina integra o projeto multidisciplinar de inserção social "UFJF: Território de Oportunidades".

O Projeto "UFJF: Território de Oportunidades" existe desde 2005, trabalhando com jovens de 15 a 18 anos. A proposta básica de trabalho se concentra no envolvimento entre ensino, pesquisa e extensão, nas diversas unidades de ensino da UFJF. O objetivo das oficinas é permitir aos jovens a inserção social, para que possam atuar como agentes culturais e referenciais em suas comunidades.

O grupo é formado por jovens da periferia da cidade, prioritariamente dos bairros Santa Cândida, São Sebastião e Granjas Betânia. Cada turma, que se mantém na oficina semanal por quatro meses é formada por aproximadamente 15 jovens.

Debates críticos sobre as funções do telejornalismo como recurso de aproximação entre as pessoas e aulas práticas sobre a elaboração de matérias para um noticiário de TV envolvem jovens, professores, técnicos e bolsistas de iniciação científica.

Um dos principais objetivos da oficina consiste em investigar as "maneiras" como a audiência jovem da periferia se sente (ou não) representada nos telejornais locais ou "as diferenças entre a visão de cultura de quem faz os jornais e de quem os assiste", nas palavras da professora integrante do projeto, Iluska Coutinho.

1. Juventude e cidade

A canção "A cidade", composta por João Higino Filho e imortalizada pela banda Chico Science e Nação Zumbi define, com clareza de intenções, nosso intertítulo. Nela, descortina-se um ambiente onde "a cidade se apresenta como centro das ambições, de trabalhadores, patrões policiais e camelôs". O rápido processo de urbanização pelo qual o Brasil tem passado desde a década de 60 coloca a cidade como palco da economia pós-industrial no século XXI. Atualmente, mais de 80% da população vive em áreas urbanas. Um novo sistema de cidades está se

configurando, sobretudo com o aumento da população dos municípios de porte médio, como é o caso de Juiz de Fora.

Complexa e multidimensional, essa "neo" urbanização traz como características básicas a exclusão social e a segregação espacial. Conseqüentemente, aumentam as reivindicações da população acerca de um maior poder de representatividade e de respeito à diferença nos processos de gestão urbana.

Diante deste cenário, a hipótese central de nosso estudo é de que a exigência de condições mais dignas de habitabilidade ultrapassa cada vez mais os limites meramente "ambientais" ou "geográficos". Os utilizadores da cidade, com destaque para os jovens moradores das periferias, reclamam por "salubridade midiática", principalmente na televisão.

Para Yvana Fechine

> ...o *homo electronicus* sepultou definitivamente o modelo das cidades-teatro da Antiguidade e da Renascença, pautado na dimensão espacial física do território: cidade como palco de encontro. Com a desterritorialização propiciada pelo espaço-tempo ótico eletrônico, a cidade redefine seu estatuto:é sobretudo, uma experiência de mediação- telecidade ou videocidade (FECHINE, 2006, p. 37).

Atento a tais re-definições, o estudioso e defensor da TV aberta, Dominique Wolton reconhece que, "como objeto de estudo e consumo, a televisão não deixa ninguém indiferente, sendo constante alvo de controvérsias e discursos apaixonados e políticos que não contribuíram para estabelecer uma lógica do conhecimento" (WOLTON, 1996, p.34).

Na direção desses pensamentos nossos esforços concentram-se na percepção do telejornalismo local como elemento fornecedor de vínculos entre a juventude destes bairros participantes. Vínculos estes que podem se estabelecer não apenas entre os próprios jovens quanto em relação ao bairro onde vivem e à cidade como um todo.

Interessa-nos averiguar, a partir dessas evidências empíricas, como o telejornalismo local constrói seu regime de interação com o espaço urbano que sugere representar nesse caso.

Além da caracterização geográfica de periferia, os jovens que integram as oficinas têm em comum, paradoxalmente, a própria diferença, a exigência de um espaço (televisivo e urbano) para a mesma e o pedido de um novo olhar sobre seus bairros.

Na concepção de Miracy Gustin "as cidades na atualidade são desenraizadoras com relação às suas instituições, quadros de referência e convicções (...) e o urbano é hoje tão fluído quanto a própria modernidade contemporânea e todos os seus elementos fugazes e contraditórios"(GUSTIM, 2006, p37). A idéia de um "centro fixo" de elaboração identitária, perde, assim, sua força diante da modernidade.

Em Juiz de Fora, "cidade-recorte" privilegiada em nosso estudo, o direito à cidade também é permeado por tais jogos de poder e negociações identitárias, desde sua formação[1] até à atualidade.Conservadorismo e progresso marcam a identidade de Juiz de Fora. O município, considerado de porte médio, caminha para seus 160 anos e tem população estimada de pouco mais de 500 mil habitantes. É importante salientar sua função de principal cidade da Zona da Mata mineira e sua posição de pólo regional que presta serviços no comércio, saúde e educação a habitantes de vários municípios, extrapolando, inclusive, fronteiras estaduais. Por outro lado, a cidade encontra-se tensionada entre as três maiores capitais brasileiras: São Paulo, Belo Horizonte e Rio de Janeiro.

Nesse contexto paradoxal, o que seria e a quem pertenceria Juiz de Fora? Por um lado, existe a cidade como um circuito de bons restaurantes e hotéis, edifícios de escritórios, (alguns inclusive cobertos por painéis de artistas como Cândido Portinari), condomínios residenciais, shoppings, teatros e centros culturais, como o Cine Theatro Central e o Centro Cultural Bernardo Mascarenhas.Nos dois últimos há, frequentemente, por parte da mídia local, um discurso cosmopolita da cidade, que recebe nestes ambientes personalidades de renome nacional e até internacional com a valorização do local, daquilo que poderia ser caracterizado como "prata da

[1] Jornalista, professora e pesquisadora das confluências entre Comunicação, Identidade, Memória e Imaginário urbano, Christina Musse caracteriza Juiz de Fora como um caso particular de cidade mineira, principalmente por seu processo de povoação. Ela explica, em sua tese de doutorado (2006), que a cidade não "viveu" com intensidade o ciclo do ouro. Com isso, se afastou daquilo que se convencionou chamar de discurso da "mineiridade", que forja a sua narrativa nos setecentos e oitocentos. O desenvolvimento se fundamenta no mito (ainda sem consenso) dos imigrantes empreendedores e na realidade de sua efetiva identidade industrial, moderna e febril no início do século XX e em declínio a partir de 1930, que rendeu ao município a designação de Manchester mineira, em comparação com a cidade inglesa.

casa", os artistas, personagens e personalidades regionais (sempre valorizados pelo reconhecimento nacional que obtiveram).

Os exemplos mais recentes de valorização de artistas locais podem ser observados com a projeção midiática de profissionais que estabelecem, principalmente com a audiência jovem, seus contratos de afinidade. São casos como o da cantora juizforana Josiane Oliveira, em função de sua participação no *reality show* da Rede Globo, Big Brother Brasil 9. Ou, ainda, da cantora Mylena, que ganhou projeção nacional depois de aparecer no quadro "Garagem do Faustão", que lhe rendeu inserção de canções nas novelas globais "Caras e Bocas", "Malhação" e o tema de abertura da novela das sete "Tempos Modernos". Temos também a participação de duas modelos juizforanas, Bruna Siqueira e Fernanda Moraes no quadro "Menina Fantástica" do Fantástico, Rede Globo. O concurso visa eleger a top model mais profissional e bela do país. Contrapondo-se ao "glamour urbano da atual Manchester Mineira" temos uma outra população de "utilizadores da cidade" que cresce nas periferias (tanto territoriais quanto econômicas), cujas reivindicações à cidade são também legítimas, mas muitas vezes muito menos bem vindas- como os jovens que integram nosso projeto/oficina. Essa indefinição entre o cosmopolitismo e o provincianismo de Juiz de Fora torna ao mesmo tempo difícil e primordial a atribuição de uma identificação coletiva ao telejornalismo local. Nesse sentido, o passado, para ser "vendido como discurso", pode ser projetado no presente como o "paraíso perdido", instrumento de re-ativação de costumes e reinvenção de tradições. Passado mitificado, idealizado, num tempo que não é repetido (embora alguns discursos o pretendam), mas reinventado, ressignificado.

2. Telejornalismo e juventude: tentativas de diálogo com os novos telespectadores

As chamadas mídias de demanda, como a internet, encabeçam a preferência do público jovem quando o momento é o de buscar informação e entretenimento. Esse cenário, aliado a outros fatores, se reflete na baixa audiência dos telejornais entre os telespectadores mais jovens. E faz com que se operem, na atualidade, mudanças de formato e linguagem no jornalismo audiovisual.

Em caminho semelhante de supervalorização de uma suposta "estética jovem telejornalística", Willian Bonner, editor chefe do Jornal Nacional, tenta, na análise de Iluska Coutinho(2010, p.261) "aderir às redes sociais, como o twitter, como forma de seduzir os telespectadores pretendidos, ainda que em um espaço estendido em relação à TV".Com quase um milhão de seguidores até o momento, a criação de um perfil[2] pode ser interpretada, segundo Coutinho, como uma tentativa de estabelecer um diálogo com o público, especialmente com os jovens. A escolha da gravata a ser usada na apresentação do JN, feita por seus seguidores, lidera os comentários feitos na rede e lhe rendeu, em março de 2010, o prêmio "The Shorty Awards", conhecido como o "Oscar do twitter".As mudanças atuais no jornalismo de televisão não se limitam à influência de "fatores externos", como o das redes sociais, blogs ou da internet em sentido amplo. Configuram-se em mecanismos expressivos e modalizações diferenciados, ou "mudanças de tom", conforme sugere Bastos (2006).

É essa mudança de tom que coloca Cíntia Benini e Analice Nicolau apresentando, de minissaias o SBT Notícias Breves (2004), conhecido como "O Jornal das pernas". O programa, criticado porque dava mais ênfase às cruzadas de pernas das apresentadoras em minissaias do que às notícias foi tirado do ar com a chegada da jornalista Ana Paula Padrão ao SBT em 2005.

Analice Nicolau volta ao telejornalismo do SBT em 2007, agora com postura discreta e dividindo bancada com Hermano Henning. A ex-colega de "jornal das pernas" e de "Casa dos Artistas", Cynthia Benini, voltou ao meio jornalístico, também com cabelos curtos e roupas longas, no comando do jornal "SBT Brasil", ao lado de Carlos Nascimento, na mesma emissora.Propostas diferenciadas de divulgação da informação são apresentadas atualmente pelos Programas CQC (Bandeirantes) e Profissão Repórter (Rede Globo). O primeiro, sob a ótica de Caco Barcellos e jornalistas recém-graduados, resgata o apuro investigativo, "os bastidores da notícia" (PROFISSÃO REPÓRTER 2010).

O programa privilegia as reações dos repórteres (choro, medo, alegria) e tenta se aproximar do público- especialmente o jovem- por meio de uma formalidade reduzida, na qual o repórter também é notícia.

[2] Bonner se anuncia em seu perfil no twitter @realwbonner como um 'tio".

Já o CQC, retoma o "remake" de produções argentinas[3] lançado por produções como o extinto noticiário "Aqui Agora". Veiculado semanalmente desde 2008, no CQC há opção pelo humor como forma de tratamento da informação, ainda que a promessa do programa seja de atuar como um resumo semanal de notícias. O vínculo com o público, neste caso, pode se solidificar na maneira irônica com que seus "repórteres" interpelam as fontes de informação, geralmente tratadas com cerimônia, como políticos, empresários e celebridades.

3. Juventude e telejornalismo local em Juiz de Fora: protagonismo juvenil e divergências narrativas

A luta por uma re-descoberta de identidades juizforanas se reflete no telejornalismo e em sua audiência (ou na audiência que os jornalistas presumem[4]). Isso é percebido ao observarmos a tradição da mídia local de resgate de ordem, de desvelamento e demarcação dos problemas e "territórios" urbanos, seguindo uma tendência nacional, tendo-se na "voz do povo" a materialização das angústias cotidianas.

Essa "voz do povo", no caso do telejornalismo local, tem na imagem propagada pela juventude local uma de suas bases na luta pela conquista por audiência. Tal constatação pode ser observada nos resultados obtidos por trabalho de conclusão de curso realizado concomitantemente com as oficinas "Telejornalismo: Novos olhares". Embora o foco deste trabalho, intitulado "A voz do povo é a voz de Deus? Participação popular no telejornalismo local" (MATA, 2008) tenha sido a observação do uso do recurso conhecido como *povo fala* e outras entrevistas com populares na construção da narrativa do telejornal da Alterosa edição regional, a juventude (de bairros periféricos ou centrais), mesmo na condição de elemento integrante deste

[3] O humorístico "CQC" ("Caia Quem Caia" na versão original argentina) é um projeto da produtora argentina Cuatro Cabezas. Foi rebatizado de "Custe o que Custar" no Brasil. Exibido nas noites de segunda-feira, elevou a audiência da Band de 2,4 para 5 pontos no horário (comparativo das médias anuais entre 2007 e 2009).

[4] A hipótese de Audiência Presumida, na concepção do professor e pesquisador na Graduação e na Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, Alfredo Vizeu, pode ser anunciada como a construção antecipada da audiência a partir da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras de redação), da língua e das regras do campo das linguagens para, no trabalho da enunciação, produzirem discursos. Esse trabalho resultaria, nesse contexto, na notícia.

"universo popular", não era, a princípio, elemento norteador ou específico de pesquisa. Entretanto, esse protagonismo juvenil mostrou sua força quando percebemos que, no caso do telejornal da Alterosa, o equilíbrio diante da predominância das notas "negativas" ao vivo se reflete na produção das matérias (com imagens). Nestas, vigoraram, no período que recortamos, as matérias consideradas "do bem", nas quais, principalmente os adolescentes ilustravam boas iniciativas, projetos bem sucedidos, as coisas "positivas e alegres" da vida, conforme anunciou Vizeu.

Num universo de 41 matérias produzidas pelo Jornal da Alterosa, em nosso recorte empírico do ano de 2008, 34 abordavam temáticas amenas, sendo que destas, 31 envolviam a participação popular na construção da narrativa, com 16 matérias incluindo crianças e adolescentes no vídeo. As outras sete produções apresentavam temáticas trágicas ou tristes e se voltavam, sobretudo, para a necessidade de solução de problemas com a prestação de serviços públicos.

São as crianças e jovens que apontam "a Juiz de Fora que querem", sem poluição, com menos violência feliz e alegre, no povo fala da matéria de 31/05, sobre o aniversário da cidade; aprendem a conviver com o diabetes (02/06); são a esperança da cidade e orgulho dos pais ao se esforçarem nos treinos para o Festival de Ginástica de Trampolim (03/06); embarcam no mundo das palavras, no Festival de Leitura (04/06); dão lição de cidadania participando de Gincana Ambiental (05/06).

Lutando contra uma doença associada a adultos, com as privações impostas nas festas de aniversários e convivendo com traumas ainda maiores, como a morte do pai, os heróis nessa seleção audiovisual se assemelham aos heróis da tragédia grega. Ambos são postos em situação de ter que enfrentar os desígnios da fatalidade e do destino. E, quanto mais se acrescentam desafios a esses personagens nos seus esforços por ultrapassar os obstáculos, mais parece crescer sua própria força.

Tais recursos discursivos estabelecem diálogo fértil com a proposta de dramaturgia do Telejornalismo, de Coutinho (2003). A existência desta dramaturgia abriga, para a pesquisadora, uma estrutura narrativa característica do drama nas notícias televisivas e seria favorecida por uma tendência intrínseca ao veículo, à sua

forma de ordenamento das informações: a serialidade. Tais fatores permitem observar que

> As fronteiras, tênues, entre telejornalismo e show pareçam cada vez mais próximas, em uma aproximação acelerada, quase sempre pelo ritmo do Ibope, ou ainda, pela exigência de atração do telespectador. E, nas edições dos telejornais transmitidas em rede, tecnologia e tradição são convertidas em estratégias comerciais, ou editoriais, para permanecer no campo do "jornalismo" (COUTINHO, 2003, p.7).

De acordo com Coutinho (2003), existe, nesse contexto, um telejornalismo baseado na estruturação de notícias e reportagens através de uma narrativa dramática, tanto em nível local quanto nacional. As ações se desenrolam na medida em que nos são dados a conhecer os personagens e ainda outros elementos daquela estória, tais como cenário, contextos, referências temporais. A escolha das fontes populares, representadas principalmente pelas crianças e jovens, em nossos 200 minutos de análise, recorre ao discurso de uma identidade juizforana de inovação e renovação, pautadas no otimismo

Essa distribuição de "papéis" e conseqüente categorização de personagens em vilões, mocinhos e heróis estereotipados - freqüentes em obras ficcionais - se manifesta numa apropriação do drama também por parte do modelo hegemônico de telejornalismo no país e nos noticiários regionais.

Os questionamentos levantados tanto pela elaboração deste trabalho monográfico quanto pelo andamento das oficinas e das pesquisas desenvolvidas pelo Grupo nos convidaram a analisar os valores colocados em jogo na formação das identidades jovens contemporâneas e sua aplicação na produção do ambiente urbano juizforano ao longo do tempo.

Manuel Bandeira, em "Evocação do Recife" já anunciava no pretérito uma "vida que não (me) chegava pelos jornais nem pelos livros. Vinha da boca do povo (...) (BARBOSA, 1986, p.81). Com a sensibilidade que a poesia confere, Bandeira se dava conta, há mais de 80 anos, das transformações do conceito de espaço público, cada vez mais construído através dos sentidos produzidos e disponibilizados pelos veículos de comunicação. Que sua poesia-profecia cosmopolita continua atual não resta dúvida. O que nos cabe acrescentar é que, desde então, a vida nos vem chegando, em progressão geométrica, por meios como a internet, o rádio e pela TV,

tendo no telejornal, privilegiado nesta pesquisa, um de seus principais "lugares intersubjetivos de encontro" (FECHINE, 2006, p40).

Em Juiz de Fora, as possibilidades de a população local "se ver na TV" se resumem basicamente a três noticiários televisivos: O MGTV- telejornal com duas edições diárias da emissora Panorama, afiliada da Rede Globo e o Jornal da Alterosa, que integra a grade de programação da TV-Alterosa, afiliada ao SBT e o Jornal da TVE. Implantado em 2009, este último noticiário "nasce" trazendo a possibilidade e a necessidade de ampliação de nossa pesquisa. E se inclui em nossas propostas atuais de análise de representação da população- sobretudo a jovem- na TV.

Por meio de discussões desenvolvidas ao longo de três anos, nas oficinas "Telejornalismo Novos Olhares" a relação da TV com os jovens de bairros periféricos de Juiz de Fora foi vislumbrada a partir da declaração da maioria dos participantes de que possuíam de quatro a cinco aparelhos em casa. Informaram, ainda, que vêem seus bairros "aparecerem na TV", nos dois telejornais locais mais "antigos", prioritariamente quando as pautas tratam de assuntos como violência e tráfico de drogas. A troca de experiências, opiniões- e mesmo de discursos- entre jovens e demais integrantes da oficina permitiu descortinar um panorama, recortado porém sintomático, da relação entre mídia televisiva local e juventude, conforme destacamos em seguida.

Na concepção da jovem Bruna, do bairro Santa Cândida "vira notícia o que foge do normal e, principalmente, aquilo que é negativo". O jovem Igor, do Bairro Granjas Betânia, vai além do reconhecimento sobre a relação periferia-bárbarie no telejornal e acredita ser possível lançar um olhar menos estereotipado sobre seu território, aquele que, de acordo com as proposições de Hall "foge das generalizações e valoriza a diferença". Para Igor, "Geralmente os assuntos relacionados à periferia são relativos a crimes, assassinatos. Eu tenho medo é da violência do centro. Se eu fizesse uma matéria sobre meu bairro, mostraria também o lado bom, como a praça e a escola".

Cabe ressaltar que a praça dos bairros foi citada pela maioria dos integrantes da oficina como pauta preferencial para uma matéria de telejornal. As qualidades do "lugar" foram apontadas pelos integrantes, indo de critérios como beleza, tranqüilidade, realização de atividades de lazer e esportivas até a promoção de

festas para as comunidades. Trata-se de um dado importante se levarmos em conta que, nas regiões centrais, o papel da praça como "ponto de encontro", de interação entre moradores vêm cedendo lugar ao crescimento do comércio, o que a torna mais um lugar de passagem do que espaço de interação.

A praça dos bairros analisados representaria, na proposta de Marc Augé, um "lugar" por seu valor identitário, relacional e histórico. De modo contrário, a praça da região central figura nos relatos apresentados durante as oficinas como um "não lugar", onde "o freqüentador das grandes superfícies, das máquinas automáticas e dos cartões de crédito é renovado com os gestos do comércio em surdina, um mundo assim prometido à individualidade solitária, à passagem, ao provisório e ao efêmero". (AUGÉ, 2003, p.74).

A autopercepção por parte dos integrantes da Oficina da relação entre negatividade do fato e valor-notícia também esteve nítida em outra discussão, onde a temática era a valorização das celebridades pela mídia. Foi possível perceber que a expressão "celebridade" extrapolava a notoriedade de cantores, atores, apresentadores ou até participantes de *reality shows* e envolvia "personagens" reais presentes no noticiário da TV. Personalidades do hip hop e da música pop como os cantores Jay-Z e Béyonce figuravam na lista de notáveis, juntamente com Alexandre Nardonni, acusado de matar a filha Isabela Nardonni e que, nesse período, tinha sua imagem propagada diariamente pelos telejornais. "Para a gente aparecer, só se fizer alguma coisa assim, ou como o cara do ônibus 174[5]", acrescenta a jovem Bruna, como única forma de figuração da periferia num telejornal.

É válido refletirmos que o reconhecimento, por parte dos jovens consultados, de que seus bairros ganham "habitabilidade audiovisual" prioritariamente em assuntos envolvendo crimes e contravenções, não exclui a identificação de alguns, aproximadamente 20% de nossa amostra, com esse tipo de produção. Josiane Clélia, do Bairro São Sebastião declara que, tanto em nível local quanto nacional/internacional seus "assuntos preferidos no telejornal são tráfico, mortes e policiais", mesmo quando seu bairro é o cenário de tais acontecimentos.

Ainda que com restrições à exploração da temática do crime, a importância da mídia local é reconhecida pela maioria, que declara, assim como Josiane "assistir ao

[5] Referência ao sequestrador Sandro Nascimento, que invadiu um ônibus na zona sul do Rio de Janeiro, em 2000 e cujo crime teve sua adaptação para o cinema em 2008, com o documentário "Ônibus 174".

jornal em busca de informação" ou "a TV é importante para saber as notícias do bairro", na opinião de Roselene.

Ao trabalharmos com os jovens os critérios de noticiabilidade[6], aquilo que define o que vai ou não "ao ar" no telejornalismo, observamos traços característicos de uma audiência crítica, contrariando visões frankfurtianas acerca da existência de espectadores passivos, sobretudo se nos deixássemos enganar pela pouca idade do grupo (de 15 a 18 anos).

Quando o jovem Roger indica a chegada do parque de diversões ao seu bairro como possível pauta local, logo tem sua proposta rebatida por Hebert, que declara ser o assunto desinteressante, já que "acontece todo ano". Roger valoriza sua pauta, ao declarar que "Nos telejornais tem notícias que acontecem todo ano e há varias formas de deixar a notícia interessante. Quanto custa o ingresso esse ano? Quais as normas para se instalar um parque de diversões? Ninguém aqui deve saber disso".

Roger critica a postura dos telejornais ao escolher, de maneira distinta, aquilo que vira notícia na periferia e na região central. "Outro dia um marido brigou com sua mulher no meu bairro. Briga comum de casal. A filha do casal que separou a briga e os mandou para casa. Quando isso seria matéria se acontecesse no Centro?".

A então editora do telejornal da AlterosaGilze Bara reconheceu, em entrevista em 2008, a importância desse tipo de produção, que privilegia a "história contada" quando declarou que

> Na verdade interessa o que a gente sabe contar. Às vezes tem um caso muito cabeludo, que, é obvio, todo mundo vai querer saber. Ás vezes não é tão cabeludo assim, mas a forma como se conta pode tornar interessante. Agora, tem umas histórias que realmente são boas, a gente percebe isso. Vou te dar um exemplo até meio trágico, mas para você entender o que estou falando. Um assassinato. Ele pode ser matéria ou não. Infelizmente, não é uma coisa que acontece tão pouco assim. Às vezes falamos em assassinato. Mas o que aconteceu? A pessoa chegou, deu um tiro na outra e a outra morreu. Mas agora, é um assassinato de um adolescente, dentro de um cemitério, em São João Nepomuceno. Tem história. Tem pelo menos alguma coisa estranha nisso. A pessoa vai querer saber, não tenha dúvida (BARA 2008)

[6]Restrições ligadas à organização do trabalho jornalístico, sobre as quais se criam convenções profissionais, para definir o que é notícia.Englobam desde o uso das fontes até à seleção dos acontecimentos.Impacto sobre a nação, interesse coletivo e quantidade de pessoas envolvidas no fato são exemplos destes critérios.Para saber mais, consultar "O Lado Oculto do Telejornalismo", de Alfredo Vizeu.

Indagada sobre a audiência de seu telejornal, a editora se mostra desconfiada com o método empregado pela emissora, que "é aquele antigo, que deixa o caderninho com a pessoa para ela ir anotando em que canal ela estava em tantas horas, e depois quando vamos pegar a pessoa se esqueceu de anotar Não é por aparelho. Não é uma pesquisa muito certinha".

Outro dado importante é que os jovens que participaram das oficinas "Telejornalismo: novos olhares" reivindicam do telejornal algo que, em tese, não lhe pertenceria, segundo os cânones do jornalismo: entretenimento. "O que todo mundo fala é violência no jornal, morte, etc. Não gosto dessas coisas. Não tem assuntos mais interessantes, como piadas, novidade do mundo dos artistas, cultura". Quando perguntados sobre o que poderia ser melhorado no telejornalismo local, os jovens do Território de Oportunidades sugeriram a inserção de videoclipes entre as matérias.

Miracy Gustin (2006) defende a idéia de que o morador urbano, ao experimentar a condição de cidadão, imprime ao seu local de moradia todo o seu imaginário criativo e transformador. Do contrário, repassa a violência sofrida por suas aspirações contra si mesmo, sua vizinhança e sua comunidade. E a cidade, "ao contrário da polis, torna-se violência e força".

Nessa incursão urbana à qual nos dispusemos é válido perceber o desejo alimentado pela população jovem da periferia de não apenas "estar na mídia", mas de definir e questionar a maneira como quer ser representada pelo telejornalismo. O reconhecimento do próprio público sobre a audiência do telejornal e sobre aquilo que tem potencial para virar notícia, mais do que nos dar pistas de uma audiência ativa, nos traz indagações que estimulam uma ampliação de nossos estudos.

Como o público se reconhece "freguês" de determinado telejornal e não de outro, tendo-se em vista que, por parte dos próprios editores, a audiência ainda é algo definido por critérios de eficácia questionável? A postura crítica dos participantes que compuseram nosso recorte empírico, diante do reconhecimento de que seus bairros não se resumem àquilo que "aparece na TV" rebate a obsoleta visão de telejornalismo como espelho da realidade. A constatação se dá a partir do momento em que os telespectadores passam a considerá-lo, apesar de um espaço inquestionável de habitabilidade, um recorte, um olhar dentre muitos possíveis. Além disso, reconhece-se como efetivo o poder da representação de influenciar de

maneira benéfica ou negativa a imagem do jovem da periferia sobre si mesmo e para o restante da cidade.

4. Referências

AUGÉ, Marc. **Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Trad. Maria Lúcia Pereira. 3ed. Campinas, SP:Papirus, 1994

BARA, Gilze. Gilze Bara: depoimento [jun. 2008]. Entrevistador: Jhonatan Alves Pereira Mata. Juiz de Fora, 2008. 1 fita cassete (60 min): mono.

BARBOSA, Francisco de Assis. **Os melhores poemas de Manuel Bandeira/**seleção. 4ed. São Paulo: Global, 1986.

BARBOSA, Marialva e MORAIS, Osvando J. de. **Comunicação, Cultura e Juventude**. São Paulo: INTERCOM, 2010.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo brasileiro:** a estrutura narrativa das notícias em TV. Tese de doutorado em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2003.

_____. e MATA, Jhonatan. "Telejornalismo, juventude e representação: quais formatos e narrativas dialogam os novos telespectadores?" In. **Comunicação, Cultura e Juventude**. Marialva Barbosa e Osvando J. de Morais (orgs). São Paulo: INTERCOM, 2010.

FECCHINE, Yvana in. PRYSTHON, Ângela (org). **Imagens da cidade:espaços urbanos na comunicação e cultura contemporâneas**. Porto Alegre:Sulina, 2006.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Org. Liiv Sovik. Trad. Adelaine la Guardia Resende et al. Belo Horizonte: Ed. UFMG: Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003, 434 p

_____. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

MUSSE, Christina Ferraz. **Imprensa, cultura e imaginário urbano:exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora**. Rio de Janeiro:UFRJ, 2006. Tese de doutorado.

VIZEU, Alfredo Eurico. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis:Calandra, 2005

_____. & CORREIA, João Carlos. **A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência.** In. VIZEU, Alfredo (Org.). A Sociedade do Telejornalismo. Petrópolis: Vozes, 2008.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público:** uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ed. Ática, 1996.