

O lugar da comunicação comunitária no rompimento de estigmatizações em territórios periféricos. ¹

Thainá Queiroz Alves²
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

As representações negativas engendradas pela mídia hegemônica redefinem os territórios periféricos, sendo capazes de influenciar na elaboração de políticas públicas e sustentar padrões ideológicos das elites econômicas e políticas. Alguns desdobramentos empregados na produção dos fatos tem a capacidade de influenciar o imaginário social, o qual se estrutura na dominação das relações de sociabilidades mediante os discursos da elite econômica, cultural e política, e seus meios de comunicação que legitimam a desigualdade social, inclusive pela cor da pele, e rotulam uma parcela da população como “classe perigosa” (FELIX, 2012; SOUZA, 2017; SODRÉ, 1999). Desse modo, ao analisarmos essas complexidades, vemos que a mídia massiva corrobora com a construção de estereótipos e super-generalizações presentes na sociedade, impactando na “interpretação social sobre o Outro”. Sendo imprescindível a compreensão acerca dos “efeitos da orientação mercadológica da comunicação, uma vez que a mídia televisiva ainda interfere na visão de mundo compartilhada pelo público” (TORQUATO, 2021, p. 11). Os recursos estratégicos que os grandes meios de comunicação dispõe buscam agradar as expectativas de seus leitores, de modo que a comunicação comunitária se apresenta como fundamental na conquista de direitos e combate aos estereótipos sendo indispensável nas relações sociais e isso justificaria-se, principalmente, pela inserção no mundo globalizado no qual evidenciou-se a relevância dessas iniciativas conduzidas por movimentos sociais na sociedade capitalista.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação comunitária; mídia hegemônica; estereótipos; periferia; representações sociais.

¹ Trabalho apresentado na DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania. 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

² Mestranda do Curso de Comunicação do PPGMC-UFF, email: thaina.qalves@gmail.com

CORPO DO TEXTO

Valendo-se de perspectiva feita por Muniz Sodré (1999, p. 243), o uso do termo “elite” é adequado quando se analisa a influência feita por grupos e instituições no que tange os campos econômico, educacional e na força repressiva: “São as elites que ocupam, em cada estado nacional, sejam as posições de controle direto da mídia, sejam as possibilidades de moldar o seu discurso. No Brasil, essas elites específicas têm basicamente uma natureza familiar”.

Para o autor, o sistema midiático seria composto por “pequenas elites intelectuais” representados pelos editorialistas, editores, colunistas, âncoras de TV, jornalistas, artistas, entre outros, aos quais sustentariam os padrões ideológicos das elites tradicionais como, também, estes seriam conhecidos como “grupo técnico de imaginação”, responsável pela absorção, reelaboração e retransmissão de um imaginário coletivo atuante nas representações sociais” (SODRÉ, 1999, p. 244).

Chalini Torquato (2021, p. 3) afirma que a falta de representação nos meios de comunicação hegemônicos salienta como grupos historicamente excluídos estão pouco, ou quase nunca, envolvidos nos espaços de poder e privilégios “privados não somente de aprimorar seu desenvolvimento individual, como também excluídos da participação na produção coletiva de recursos e conhecimento, ou até mesmo do acesso a direitos básicos”.

Ramos e Paiva (2007, p. 86) vão além, as autoras chamam à atenção para a necessidade de aproximação entre a mídia tradicional e a população periférica. De modo que, se a comunicação busca informar os acontecimentos para a sociedade faz-se importante que também conceda espaços aos moradores de favelas e periferias, mediante “a criação de novos canais de diálogo, promovendo encontros sistemáticos com suas lideranças” para assim “ampliar o seu papel de promover o debate social, vigiar e exigir a execução de políticas públicas e retratar a sociedade como um todo – e não apenas parte dela”.

É possível trazer à reflexão o exemplo que Souza (2017, p. 138) apresenta sobre as coberturas que os meios de comunicação hegemônicos fazem sobre as favelas quando há conflitos entre policiais e traficantes. Na maioria dos casos os vitimizados por “bala perdida” são homens, jovens, pobres e negros. Tais características estão presentes no imaginário das elites tradicionais como as de um criminoso, assim, é notável nos

enquadramentos a frequência de equívocos em relação à vítima, em que a família trava lutas para provar sua inocência, pois “difícilmente os meios de comunicação tradicionais articula o direito ao contraditório em suas coberturas jornalísticas. A palavra final é dada pela “fonte oficial”, a própria polícia”.

Cabe ressaltar perspectiva feita por Palermo (2018, p. 228), sendo a representação de uma “cidade em guerra” criada pelos veículos de comunicação, que conduziu para visões estigmatizantes sobre moradores de favelas, onde verifica-se que parte da sociedade entende as ações policiais nesses territórios como indispensáveis e “as mortes derivadas dessas ações eram vistas como acidente de percurso”, de modo que “o direito dos moradores de favela à cidade passou a ser enxergado como uma questão secundária em relação ao combate à violência urbana”. Nesse sentido, o lugar das favelas na cidade dar-se-ia pela percepção das grandes mídias, as quais “organizam a percepção social e, por conseguinte, reverberam representações e estigmas sobre esses lugares”.

Renata Souza (2017, p. 138) salienta que não há surpresa em relação aos posicionamentos da grande mídia, pois refletem a “manutenção de poder daqueles que detêm o direito de fala”, sendo permeado por discursos que contemplam e sustentam os privilégios das elites. Para Djamila Ribeiro (2017, s/p), pensar o lugar de fala na comunicação tende a considerar “as posições sociais e capitais simbólicos”, de modo que a imprensa popular e a imprensa tradicional partem de localizações distintas quando aquela busca romper com a visão dominante e traz novas formas de se comunicar. Vale mencionar que a filósofa enfatiza que o termo “lugar de fala” não se limita ao “ato de emitir palavras”, mas que carrega o efeito de poder existir para alguns grupos oprimidos.

A expressão que a comunicação comunitária alcança em territórios periféricos, através da sua atuação em diferentes modelos, atinge a mesma influência que a mídia tradicional com o diferencial de buscar o “fortalecimento do ativismo identitário”. Esse fenômeno é marcado em seu início por rádios e jornais impressos, mas que ao apropriar-se das plataformas de redes sociais digitais ocorre a maior expansão de informação local e, por conseguinte, influencia nas mudanças estratégicas das mídias tradicionais: “Se na produção cultural alternativa isso já acontece há algum tempo, e de maneira geograficamente espalhada, nos meios massivos de comunicação brasileiros esse impacto vem sendo sentido gradativamente apenas nos últimos anos” (TORQUATO, 2021, p. 12).

Um exemplo que pode ser mencionado é a Agência Mural de Jornalismo das Periferias³, da qual configura-se como uma agência de notícias sobre as periferias, englobando toda a Grande São Paulo e atuante desde 2010. Considerada uma das pioneiras na comunicação local, a Agência Mural é um site veiculado ao jornal Folha de S.Paulo desde o seu surgimento. Aqui não busca-se apresentar detalhamentos sobre a agência de notícias, mas evidenciar que o avanço da comunicação comunitária resultou na presença de conteúdos sobre as periferias nas mídias tradicionais, sem descartar a noção de que isso ocorre devido às “contradições do capitalismo, que apresenta notável capacidade de adaptação às novas possibilidades de mercadorização, com a assimilação de elementos identificados como valorizados diante do público” (TORQUATO, 2021, p. 17). Vale mencionar que o jornal Folha de S.Paulo conquistou prestígio pelo seu posicionamento liberal e plural em relação aos outros jornais de grande circulação em São Paulo na década de 1980. O jornal obteve forte expressão quando:

Desenvolveu-se um modelo jornalístico prático e de fácil aplicação, baseado em um conjunto de estereótipos e simplificações, reforçado por um jornalismo cultural especialmente instigante. (...) Além disso, havia um estilo editorial provocativo, com matérias não-convencionais, um apelo jovem e desafiador que, em pouco tempo, conferiu à “Folha” a liderança do mercado de opinião do país”. (NASSIF, 2003, p. 21)

Portanto, a construção de estereótipos ainda é frequente na mídia tradicional que ao notar o poder de consumo da população periférica busca atrair esse público para legitimar seus interesses mas, no cotidiano, o que é exposto são os frequentes apagamentos das favelas e periferias nos noticiários e, quando ocorre o contrário, na presença constante de narrativas estigmatizantes. Em decorrência disso, a comunicação comunitária, popular e alternativa se torna espaço de expressão para negar discriminações históricas atribuídas aos seus moradores.

³ <https://www.agenciamural.org.br/>

REFERÊNCIAS

NASSIF, Luís. **O jornalismo dos anos 90**. Futura, 1ª edição, 2003.

PALERMO, Luis C. A cobertura da mídia impressa e o enquadramento das favelas cariocas na linguagem da violência urbana. *Civitas*, Porto Alegre, v.18, n.1, p. 212-236, jan-abr. 2018

RAMOS, Silvia. PAIVA, Anabela. **Mídia e violência**: tendência na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2007, 192 p.

RIBEIRO, Djamila. **O que é: lugar de fala?**. Belo Horizonte (MG): Letramento: Justificando, 2017. 112 p.

SODRÉ, Muniz. **O terreiro e a Cidade**. In: A Formação Social Negro-Brasileiro. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 1988. v. 1. 166p.

_____. **Claros e escuros**: identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

SOUZA, Renata S. **O Comum e a Rua**: Resistência da juventude frente à militarização da vida na Maré. Rio de Janeiro, 2017. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Escola de Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro.

TORQUATO, Chalini. **Minorias, lugar de fala e direito à comunicação na mídia**: entre o ativismo pela cidadania e a mercadorização de pautas sociais. *Intexto*, Porto Alegre, n. 52, jan./dez. 2021.