

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO  
CAMPUS BAURU  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

Luana Nascimento de Almeida

**COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIO-ALTERNATIVA NA CAPITAL PAULISTA:  
FERRAMENTA DE RESSEMANTIZAÇÃO DE IDENTIDADES?**

**Bauru-SP  
2011**

Luana Nascimento de Almeida

COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIO-ALTERNATIVA NA CAPITAL PAULISTA:  
FERRAMENTA DE RESSEMANTIZAÇÃO DE IDENTIDADES?

Trabalho apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da área de concentração Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP, campus de Bauru, como requisito à obtenção do título de Mestre em Comunicação Social, sobre orientação do Prof. Dr. Ricardo Alexino Ferreira.

**Bauru-SP**  
**2011**

Almeida, Luana Nascimento de.  
Comunicação comunitário-alternativa na capital paulista: ferramenta de ressemantização de identidades? / Luana Nascimento de Almeida, 2011  
155 f.

Orientador: Ricardo Alexino Ferreira

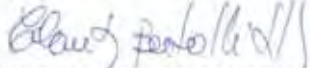
Dissertação (Mestrado)- Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2011

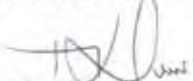
1. Revistas. 2. Jovens. 3. Identidades. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

**ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE Mestrado DE LUANA NASCIMENTO DE ALMEIDA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DO(A) FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO DE BAURU.**

Aos 20 dias do mês de outubro do ano de 2011, às 17:00 horas, no(a) Sala dos Órgãos Colegidos da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. RICARDO ALEXINO FERREIRA do(a) Departamento de Comunicações e Artes / Escola de Comunicações e Artes - Usp, Prof. Dr. CLAUDIO BERTOLLI FILHO do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. ROZINALDO ANTONIO MIANI do(a) Departamento de Comunicação / Universidade Estadual de Londrina, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE Mestrado de LUANA NASCIMENTO DE ALMEIDA, intitulada "Comunicação comunitário-alternativa na capital paulista: ferramenta de ressemantização de identidades?". Após a exposição, a discente foi argüida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: APROVADA. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

  
Prof. Dr. RICARDO ALEXINO FERREIRA

  
Prof. Dr. CLAUDIO BERTOLLI FILHO

  
Prof. Dr. ROZINALDO ANTONIO MIANI

Aos meus pais, Sueli e Décio,  
por me ensinarem a  
importância de desconfiar das  
primeiras impressões e olhar  
fundo e verdadeiramente para  
o coração das pessoas.

## AGRADECIMENTOS

- Ao meu orientador, Ricardo Alexino Ferreira, por partilhar reflexões necessárias e me dar suporte para a concretização desse estudo;
- Para o professor Cláudio Bertolli, pelo amparo e trocas preciosas nos primeiros passos dessa pesquisa;
- Para todos os pesquisadores e comunicadores que lutam diariamente pelo empoderamento qualitativo de mídias alternativas;
- Para os jovens que movem as revistas analisadas, os quais demonstram o potencial da força juvenil para a concretização da transformação do mundo que tanto sonhamos;
- Para a equipe do *Jornal dos Concursos & Empregos*, por permitirem a conciliação entre o trabalho e a pesquisa, pela paciência e cuidados nesses tempos convulsos;
- Para minha irmã, Poliana, que esconde atrás da seriedade a certeza e aconchego do porto seguro, sempre;
- Para Lilian, que me ensina a descobrir, diariamente, todas as cores escondidas nas nuvens da rotina;
- Para Veroca, pelo apoio acadêmico e colo certos e por me lembrar sempre da importância de se levar a vida com leveza;
- Para Kelly, que, sem saber, guarda a sabedoria de budas: tem compaixão com os seus erros, ri-se deles e reelabora as adversidades;
- Para Sardinha, pelas reflexões sempre válidas e contributivas para a luta por uma comunicação democrática e que se paute pelo reconhecimento social das minorias;
- Para Beatriz Marques Bueno, parceira de trabalho de conclusão de curso e sustentáculo nos dias de cólera;
- Aos amigos Carolina Ferreira, Lucas Milani, Lygia Roncel e Carolina Mayumi, pela paciência e compreensão nos tempos de ausência;
- Para Miguel, que me mostrou a força e potencial que guardo em mim e me ensinou a acreditar em amanhã.
- Para Brenda, que com seu sorriso-abraço me convida sempre a desmitificar preconceitos e a exercitar um olhar compassivo para com a humanidade;

ALMEIDA, Luana Nascimento de. **Comunicação comunitário-alternativa na capital paulista: ferramenta de ressemantização de identidades?** 2011.190f. Trabalho de Conclusão (Mestrado em Comunicação Midiática) – FAAC – Unesp, sob a orientação do prof. Dr. Ricardo Alexino Ferreira, Bauru, 2011.

## RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo avaliar em que medida revistas comunitário-alternativas feitas por jovens da capital paulista podem contribuir para a ressignificação das auto-identidades desses personagens. O gênero comunitário-alternativo foi cunhado nessa dissertação, tendo em vista iniciativas de comunicação feitas por jovens moradores de periferias que buscam, por meio delas, elevar sua auto-estima. Tratar de representações sociais configura-se como relevante diante da globalização, que é responsável pela desestruturação de identidades de indivíduos em todo o mundo. Nesse sentido, jovens comunicadores têm se articulado em comunidades, imbuídos por ideologias, em busca de seus direitos de cidadania e reconhecimento social. A pesquisa também se configura como relevante porque esses atores sociais estão inseridos no contexto da América Latina, da hibridação cultural de Canclini. Assim, pontua-se como essencial avaliar o estado de empoderamento das mídias produzidas por esses jovens, para que eles possam avançar no jogo da convivência entre elementos da cultura dominante e da subordinada. Serão avaliadas à luz da análise de conteúdo de Bardin três revistas: *Menisquência!*, *Zong* e *Viração*.

**Palavras-chave:** comunicação comunitário-alternativa; revistas; jovens; identidades; ressemantização

## ABSTRACT

This research aims to measure how community-alternative magazines made by youngsters from São Paulo city can contribute to rework the way that they see themselves. The community-alternative gender was created in this essay and it's related to communication initiatives made by poor youngsters that want to elevate their self esteem. To study about social representation is important in this globalization context, which is characterized by the people identities disruption around the world. Therefore, communicators youngsters has been articulating themselves in communities, with their ideologies, claiming their citizenship laws and social recognition. The research is relevant too because this social actors live in Latin America, in Canclini's cultural hybridization context. So, it's important to examine these vehicles empowerment state

produced by youngers, because, by this way, they'll be able to advance in the living together game between dominant culture elements and subordinated ones. We'll use content analysis from Bardin to examine three magazines: *Menisquência!*, *Zong* and *Viração*.

**Key words:** community-alternative communication; magazines; youngers; identities; reworking.

‘Num bairro pobre de Lima, um grupo de mulheres organizou um mercado. Nele havia um gravador e alto-falantes, que apenas o administrador utilizava. Com a colaboração de um grupo de apresentadores, as mulheres do mercado começaram a usar o gravador para saber o que os habitantes do bairro pensavam sobre o mercado, para tocar música nas festas e para os outros fins. Até que a censura se apresentou, na figura de uma religiosa que ridicularizou o jeito de falar dessas mulheres e condenou a ousadia de pessoas, que, ‘sem saber falar’, atreviam-se a usar os alto-falantes. Provocou-se assim uma crise; durante algumas semanas, as mulheres não quiseram saber mais do caso. Algum tempo depois, porém, o grupo de mulheres procurou os apresentadores e afirmou: ‘Pessoal, a gente descobriu que a religiosa tem toda a razão; a gente não sabe falar, e nesta sociedade quem são sabe falar não tem a menor possibilidade de se defender nem pode nada. Mas a gente também passou a entender que com a ajuda desse aparelhinho aqui – o gravador – a gente pode aprender a falar’. Desde esse dia as mulheres do mercado decidiram começar a narrar suas próprias vidas; deixando de usar o gravador apenas para escutar o que os outros diziam, elas passaram a usá-lo para aprender a falar por si próprias.’ (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.268)

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 – COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA: CONCEITOS E DELINEAMENTOS	15
1.1. Trajetória da comunicação alternativa no Brasil da ditadura aos tempos de globalização: distanciamentos e aproximações	16
1.2. Identidades fragmentadas	29
1.2.1. Comunidade e laços de pertencimento	32
1.2.2. Ideologia e reconhecimento social	36
1.3. Emergência do popular pelas vias da comunicação	42
1.3.1. Jovens, contra-comunicação e transformação	52
1.3.1.1. <i>Menisqüência!</i>	58
1.3.1.2. <i>Zong</i>	63
1.3.1.3. <i>Viração</i>	66
1.4. Considerações sobre o capítulo	69
CAPÍTULO 2 - OS SQUEEGEE PESTS BRASILEIROS	72
2.1. Juventude e seu potencial transformador	82
2.2. Hibridação cultural e comunicação comunitário-alternativa: linha de fuga	86
2.3. Considerações sobre o capítulo	95
CAPÍTULO 3 – EMPODERAMENTO DAS REVISTAS COMUNITÁRIO-ALTERNATIVAS	97
3.1. Metodologia	97
3.2. Análise	107
3.3. Considerações sobre o capítulo	139
CONSIDERAÇÕES FINAIS	142
REFERÊNCIAS	149
ANEXOS	156

## INTRODUÇÃO

As características que envolvem uma comunicação que se pretenda alternativa são várias - entre elas a apresentação de conteúdos e formatos que destoem dos praticados pela grande mídia (distanciando-se, em certa medida, do padrão do *status quo*) e a participação (nem sempre de maneira integral) do povo no sistema de gestão e produção de conteúdo. No entanto, mais do que esses e outros elementos, um meio alternativo pode se configurar como uma forma dos setores populares ressemantizarem suas identidades.

Reelaborar a forma como essas pessoas se veem e são vistas é essencial na contemporaneidade, pois, como Paiva (2001) já apontara, vivemos em um momento ímpar na história da humanidade, em que a mídia tem se estabelecido como o elemento que mais delinea a estrutura social. Mais do que a religião ou a política, é essa rede de comunicação que influencia de maneira decisiva (mas não final) a padronização comportamental, moral, cognitiva e modos de viver nos dias de hoje.

Um dos pontos nevrálgicos dessa realidade é a forma como os grandes meios de comunicação do Brasil representam pessoas moradoras de periferias: como marginais. É feita uma associação quase natural entre pobreza e criminalidade. Se essas duas condições forem carregadas por jovens<sup>1</sup>, tem-se uma combinação explosiva, já que esses, de acordo com Abramovay, são vistos na contemporaneidade como transgressores e delinquentes.

A percepção desse estigma que marca a rotina de muitos jovens com condições socioeconômicas precárias marcou o início desse estudo - que remonta há quatro anos, quando da elaboração de trabalho de conclusão de graduação da autora desta dissertação em parceria com a jornalista Beatriz Marques Bueno. O foco da pesquisa foi a discriminação que a juventude residente em bairros periféricos de Bauru (interior paulista) sofria quando frequentava o shopping center da cidade - expressa na suspeição constante da segurança do estabelecimento, no uso de força policial, no reforço da segurança pública da região aos fins de semana e no temor das elites que frequentavam o local.

---

<sup>1</sup> De acordo com a UNESCO (2004), entendem-se como jovens pessoas que tenham de 15 a 29 anos de idade.

Com o título *Manos, a bola da vez: cada época tem seu bode expiatório*, a análise realizada procurou compreender o porquê de grupos juvenis pobres e negros serem percebidos pelo imaginário coletivo e pela grande mídia como delinquentes.

Além de pesquisa bibliográfica, foi realizada uma análise do meio impresso de maior circulação de Bauru, o *Jornal da Cidade*. A pesquisa verificou como a identidade desses jovens era ligada à criminalidade – embora os boletins de ocorrência da região do shopping não comprovassem essa percepção.

Também foram aplicados questionários para estudantes de jornalismo de três universidades da cidade para que se entendesse como os futuros comunicadores percebiam o fenômeno. Respostas como “espiam para roubar” perfizeram parcela expressiva das respostas desses universitários, quando questionados sobre o que os manos fazem no shopping. Ou seja, os graduandos os percebiam como delinquentes também.

A pesquisa é referente ao ano de 2007, mas a problemática não está esgotada e ecoa nas sucessivas tentativas de imposição do toque de recolher para adolescentes e jovens da cidade – o que, na verdade, caracteriza-se como mais uma tentativa de restringir a circulação dos grupos juvenis pobres na área nobre de Bauru.

No mestrado, optou-se pela continuidade da pesquisa desse universo. No entanto, o foco agora foi deslocado do campo da representação das hetero-identidades desses jovens para a análise da produção de sentido expressa em mídias produzidas por eles: dessa forma, será possível compreender a extensão do potencial desses grupos para reelaborarem suas auto-identidades, ou seja, a maneira como se veem - fazendo frente, assim, à imagem estigmatizada com a qual são vistos. Serão avaliadas três revistas feitas por jovens moradores de bairros periféricos da cidade de São Paulo: *Menisqüência* (norte), *Zong* (sul) e *Viração*. Esta última publicação é feita por grupos de todo o país; no entanto, a pesquisa se centrará apenas em matérias produzidas pela juventude paulistana.

Em outras palavras, o intuito é mensurar o potencial de ressignificação de identidades que esses grupos têm em mãos, a partir da geração de sentido em veículos de comunicação alternativos (por meio da produção de textos, edição, fotografias, quadrinhos, colunas, gestão, entre outros).

Para tanto, no primeiro capítulo, será apresentado um panorama do desenvolvimento e delineamento da comunicação popular e alternativa no Brasil. O

intuito é mostrar o aparecimento de diversos formatos e meios de comunicação alternativos - com especial atenção a publicações movidas por jovens moradores de bairros periféricos, as quais, como já apontara Peruzzo (2006), são marcadas pela mescla de elementos de comunicação comunitária e alternativa. A partir da observância dessa realidade, cunhamos o gênero *comunitário-alternativo* para entender as revistas analisadas nessa dissertação.

Ainda nessa parte da pesquisa, será mostrado como a globalização contribui para a desconstrução de identidades na contemporaneidade e como os indivíduos, desamparados, têm recorrido a formações comunitárias, imbuídos de ideologias, para se localizarem socialmente, criarem laços de pertencimento, sentirem-se parte de algo e se reorganizarem em busca de seus direitos de cidadania. É nesse sentido que se articulam e produzem meios de comunicação alternativa em todo o país.

Fechando o escopo, ao fim desse capítulo, serão apresentadas as revistas objetos de análise, assim como a realidade socioeconômica da região em que elas se situam e o grau de vulnerabilidade a que seus jovens estão sujeitos.

A representação estigmatizada construída em relação a grupos juvenis pobres é abordada no início do segundo capítulo. Em seguida, será trazida uma breve discussão sobre o conceito de juventude, para que, ao fim dessa etapa da pesquisa, seja compreendido como esses jovens podem se enquadrar no conceito de devir minoritário de Barbalho (2005): ou seja, propõe-se uma reflexão de como eles têm potencial para libertarem-se do olhar preconceituoso lançado sobre eles e promoverem mudanças estruturais em seus espaços.

Explicado esse poder jovem, esse capítulo é encerrado com uma discussão sobre o conceito de hibridação cultural, de Canclini (2008), e suas marcas na cultura do povo latinoamericano. Parte-se do pressuposto que a principal característica desse fenômeno, ou seja, o convívio conflituoso entre o tradicional e o moderno, expressa-se nas revistas analisadas nessa dissertação.

Tendo em vista essa característica da cultura da América Latina, pontua-se que os jovens comunicadores têm a possibilidade de se apropriar de elementos da grande mídia em suas produções e agir antropofagicamente, isto é, podem reconfigurar suas funções e, assim, reelaborarem as formas se enxergam, percebem-se. Nesse sentido, no terceiro capítulo, será analisado de que forma eles se apoderam desses meios – aproximando-se ou distanciando-se do padrão do *status quo*. A partir dessa avaliação será possível compreender em que medida se

empoderam qualitativamente dessas mídias – dando subsídios ou não para que ressemantizem o olhar que lançam para si próprios.

A pesquisa ganhará concretude a partir de uma vasta revisão bibliográfica, fundamentalmente baseada nos Estudos Culturais, especialmente nos aportes teóricos de Nestor García Canclini e Jesús Martín-Barbero.

Em relação aos objetos, serão analisadas quatro edições de cada revista - *Viração*, *Menisqüência!* e *Zong*. As matérias escolhidas serão extraídas de diversas edições, de maneira aleatória. Nesse sentido, será possível aferir a representatividade da análise – avaliando se as conclusões obtidas durante a análise se estendem, de maneira geral, por toda a produção de cada publicação.

O método escolhido para a avaliação das revistas é a análise de conteúdo de Bardin (1977). Diferentemente de muitas pesquisas sobre comunicação alternativa, nas quais se optou pela realização de entrevistas para o entendimento da significação que os comunicadores populares alcançam a partir da participação nelas, priorizou-se nessa pesquisa a verificação desse processo a partir da análise do conteúdo produzido, aliada, claro, à pesquisa bibliográfica. Isso porque, de acordo com Canclini:

Com métodos de investigação-ação ou participativos pretendem obter explicação “verdadeira” do sentido popular, mas o recorte microssocial de suas análises comunitárias ou suburbanas, ou de práticas cotidianas, desvinculadas da rede de macrodeterminações que os explicam, impede-os de explicar a reestruturação do popular na época das indústrias culturais. Levar à cena esse setores “de base”, como se fossem autônomos e alheios às estruturas macrossociais, inibe toda a problematização sobre as condições de legitimidade e validade do conhecimento popular. Pelo mesmo motivo, não utilizam recursos epistemológicos que lhes permitam desvencilhar-se das certezas ingênuas do senso comum: aquilo que os setores populares dizem que fazem. Supõem que dar-lhes a palavra é suficiente para que emerja um saber verdadeiro sobre eles. (CANCLINI, 2008, p.271)

A relevância de analisar a produção desses jovens se dá, pois, só a partir do momento em que um indivíduo se reconhece como sujeito de sua própria história é que ele pode dar os primeiros passos para transformar a realidade de sua comunidade. E a comunicação comunitário-alternativa configura-se como uma peça-chave para que o primeiro passo para essa revolução social seja dado: a ressemantização de auto-identidades da juventude pobre de toda a capital paulista.

## CAPÍTULO 1- COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA: CONCEITOS E DELINEAMENTOS

Uma forma de contra-comunicação: é assim que Peruzzo (2008, p.2) concebe a comunicação alternativa, meio de expressão tratado nesse trabalho. Isso porque seu objetivo é oferecer opções distintas das veiculadas na grande mídia comercial e em meios de comunicação públicos de caráter conservador - tanto em relação ao conteúdo como ao formato, sistema de gestão e participação da população.

A liberdade de expressão é outra marca de uma comunicação que se pretenda alternativa. Ela é feita por - ou ligada - a movimentos sociais e conta como horizonte último a democratização dos meios de comunicação: por meio dessa, os estratos sociais mais pobres têm subsídios para se apoderarem de mídias, estimularem seu espírito crítico e promoverem transformações sociais, econômicas e culturais em suas localidades.

Grinberg contribui para o entendimento do conceito:

[...] diremos que é alternativo todo meio que, num contexto caracterizado pela existência de setores privilegiados que detêm o poder político, econômico e cultural [...] implica uma *opção frente ao discurso dominante*; opção à qual confluem, em grau variável, os sistemas de propriedade, as possibilidades de participação dos receptores na elaboração das mensagens, as fontes de financiamento e as redes de distribuição, como elementos complementares. (GRINBERG, 1987, p. 30)

O pesquisador ainda complementa que uma marca inequívoca dessa categoria é o caráter de seu conteúdo, a ponto de dizer que “sem discurso alternativo não há meio alternativo” (GRINBERG, 1987, p. 29-30). Este último deve apresentar um teor aberto e antiautoritário e, em medida variável, promover o questionamento do *status quo*. Ou seja, não basta apenas estar fora do circuito das grandes mídias para ser alternativo: é preciso contar com um discurso que destoe qualitativamente do expresso nesses veículos de grande porte.

A apropriação dessa mídia pelos movimentos populares tem duas funções: de apoio e de potencialização<sup>2</sup>. A função de apoio se dá, porque, para que uma

---

<sup>2</sup> MOTTA, Luiz Gonzaga. Brasil: alternativa popular: comunicação e movimentos sociais. In: GRINBERG, Máximo Simpson (Org.). **Comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1987. p. 46-48.

iniciativa ganhe corpo, é indispensável reunir o maior número de pessoas possível e fazer com que elas tomem ciência sobre a precariedade de sua realidade, sensibilizem-se e se mobilizem. Já a necessidade de que suas demandas repercutam em outros setores da sociedade para que sejam atendidas configura o quesito potencialização: em outras palavras, a divulgação e a abertura de novos canais de comunicação tornam-se essenciais para que suas ideias extrapolem os limites do local.

Na atualidade, a comunicação alternativa se ramifica diante da disponibilidade de novas tecnologias e da diversificação de meios e formatos. De acordo com Peruzzo (2008), a comunicação alternativa divide-se em: imprensa alternativa, de um lado; e comunicação popular-alternativa e comunitária, do outro.

Nessa pesquisa nos deteremos na subdivisão comunicação popular-alternativa e comunitária – no entanto um panorama geral sobre o florescimento da imprensa alternativa também será realizado. Para dar início às reflexões, tomaremos como fios condutores as movimentações populares desde o início do século XX e, especialmente, a contra-comunicação praticada nas décadas de 1960 a 1970 - a qual culminou nas distintas expressões de comunicação alternativa praticadas nos dias de hoje.

### **1.1. Trajetória da comunicação alternativa no Brasil da ditadura aos tempos de globalização: distanciamentos e aproximações**

A comunicação praticada pelo povo<sup>3</sup>, não vinculada à imprensa tradicional, tem sementes espalhadas não só no Brasil, mas em toda a América Latina, na década de 1960, e culmina em experiências expressivas entre os anos 1970 e 1980.

Isso não quer dizer que as movimentações populares se expressem no Brasil apenas nesse contexto. Na cidade de São Paulo (SP), por exemplo, focos de reivindicações das massas eclodem nas ruas desde o início do século XX. A razão

---

<sup>3</sup> Para o entendimento desse conceito, recorreremos à definição de Canclini (1983, p.42): “As culturas populares (termos que achamos mais adequado do que a cultura popular) se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte dos seus setores subalternos e, pela compreensão, reprodução e transformação, real e simbólica, das condições gerais e específicas do trabalho e da vida”. Nesse sentido, observa-se que o autor foge tanto da concepção romântica, que vê o povo de uma maneira idealizada e estanque, como da positivista, que se preocupa com o rigor científico, mas se esquece de avaliar o sentido político da produção simbólica das classes populares. Sem rótulos, o autor entende que esses estratos da sociedade se caracterizam pela “elaboração específica das suas condições de vida através de uma interação conflitiva com os setores hegemônicos (CANCLINI, 1983, p. 43-44).

principal para esses embates se dava porque, embora a capital paulista já se apresentasse como a região mais rica do Brasil, era também a que apresentava os maiores contrastes sociais:

São Paulo é a Cidade da Indústria, crescente, fervilhante, um farol brilhando para o futuro. Os donos da cidade tiram lucros enormes de seu dinamismo e diversidade. Alguns usam o dinheiro para viver em luxo resplandecente.

[...] São Paulo é a Cidade da Miséria. Crianças vivem nas ruas e famílias se espremem em barracos de papelão cobertos com folhas de metal. Mendigos e camelôs congestionam as calçadas. Para muitos dos que trabalham em fábricas, o salário é insuficiente para cobrir as despesas: parecem mais sobreviventes da Manchester de Dickens que empregados de companhias modernas. Para a maioria, os benefícios da sociedade moderna são escassos – não há, em quantidade suficiente, boas escolas e professores, hospitais bem-aparelhados, médicos, nem mesmo alimentação nutritiva (GOLDSMITH, 1994, p. 17).

Tendo em vista essa realidade de acumulação de capital por parte das elites, acompanhada da pauperização paulatina e progressiva das classes populares, o movimento operário, por exemplo, mobilizou-se na Primeira República (1889-1930). Sua ação teve expressão marcante durante a greve geral de 1917:

Neste particular, convém mencionar que a luta dos trabalhadores naquele ano não se deu em torno de sindicatos, centrando-se em torno das Ligas de Bairro. Uma após outra, numa irradiação incontrolável, as empresas são obrigadas a fechar, aglutinando-se trabalhadores e moradores numa forma de enfrentamento que, a partir dos bairros pobres, paralisam a cidade [...]. (ANT; KOWARICK, 1994, p.79)

Não só a precariedade das condições de vida urbana chacoalhou as massas. A diferença entre os modos de vida rural e da cidade grande, o choque de realidades tão distintas marcou a vida de migrantes de todo o país que vieram tentar a vida na capital paulista, atraídos pelo impulso do setor industrial. Como exemplo desse embate, Eder Sader mostra a história da fonte que entrevistou:

Virgínia chegou em São Paulo em 1953, às vésperas do surto industrial dos 'tempos de Juscelino' e da formação das novas periferias. Tinha 7 anos ao chegar, acompanhando os pais, a avó e 9 irmãos, quando eles acharam que a roça não dava mais. 'A gente veio com a cara e com a coragem'. [...] Ao chegar, 'foi a maior dificuldade pra arrumar um emprego, primeiro porque a gente não

tinha profissão'. Isto é, as habilidades que tinham no trabalho da lavoura de nada lhes serviam na cidade. (SADER, 1988, p.61)

A história ilustra a dificuldade de ambientação desses migrantes ao estilo do ritmo de vida da cidade de São Paulo naquele momento histórico. A rotina de atividades profissionais nas grandes empresas, por exemplo, era marcada pela rigidez de normas e disciplinarização dos empregados, como se visualizar no depoimento de Virgínia:

Estranhou muito o trabalho fabril, 'porque eu não tinha aquela liberdade de poder sair, pra ir tomar café, pra ir no banheiro a hora que quer. Era tudo regulado na fábrica'. Falando disso quase 30 anos depois, ainda se lembra: 'Tinha umas chapinhas, a gente só podia ir no banheiro com aquelas chapinhas. Então a nossa sala tinha umas 300 companheiras [...] dessas 300 só 10... não, menos, acho que eram umas 5 chapinhas. Então você vê, quando uma tava com a chapinha no banheiro, a outra podia estar morrendo de necessidade, não podia ir enquanto ela não chegasse [...] Daí eu era muito revoltada'. (SADER, 1988, p.62)

O trabalho era marcado pela concessão de tarefas simples a cada funcionário, a fim de que ele não se apropriasse do esquema geral de produção e pudesse ser substituído rapidamente, em caso de necessidade: ou seja, não há uma preocupação com o desenvolvimento científico do empregado. A alta rotatividade da mão-de-obra também era característica desse esquema de produção.

A dinâmica das cidades (que propiciou o aumento de pessoas trabalhando fora de casa) também foi responsável, em certa medida, pela desarticulação dos laços familiares, que se configuravam como o centro de reconhecimento social e amparo desses indivíduos na cidade grande. Essa realidade pode ser compreendida por meio de pesquisa do DIEESE, realizada em 1974, que comparava a família padrão das classes trabalhadoras em São Paulo no ano de 1958, "que tinha predominantemente um membro ocupado fora, com o padrão de 1969, com dois membros trabalhando fora" (SADER, 1988, p. 101). Dispersados em diferentes empregos, diminuem-se as situações em que se encontram para compartilharem as experiências diárias.

O aumento do número de refeições fora de casa (que se deveu à elevação dos custos dos transportes e da distância entre o trabalho e o local de moradia, a partir do processo de favelização) também refletiu nesse afrouxamento de laços

entre os membros de grupos familiares. “Em 1971-72, 92,5% dos gastos em alimentação eram para refeições domésticas, enquanto 7,5% eram para refeições fora do domicílio. Já em 1981-82, [...] [houve] elevação da alimentação fora, para 13,2%” (SADER, 1988, p.102).

Embora essa sensação de desamparo e de inadequação ao modo de vida urbano se fizesse presente, o compartilhamento de vivências no ambiente do trabalho e da Igreja, por exemplo, fazem com que as experiências das camadas populares ganhem sentido a partir de experiências coletivas.

Nesse sentido, pipocam mobilizações das massas já desde o período do segundo pós-guerra. As razões para os conflitos foram várias. Uma delas se deve à crise de abastecimento que assolou a rotina das camadas populares da cidade de São Paulo, mesmo diante do crescimento econômico que a guerra propiciara.

Impedidas as importações em face das restrições impostas pela guerra, incentivadas as exportações pelos excelentes preços externos e pela escassez generalizada de produtos de toda a espécie, o consumidor urbano brasileiro conheceu um período de falta de quase tudo [...]. (BONDUKI, 1994, p. 113)

Esse cenário propiciou - juntamente com o fim do Estado Novo e da ditadura varguista, o processo de redemocratização e a legalização do Partido Comunista do Brasil (PCB) - que o povo se articulasse (sobretudo entre 1945 e 1947) e promovesse protestos contra as precárias condições de vida urbana.

A questão da habitação também se configurou como um grande fator de mobilização popular no pós-guerra. Ela calcou-se, especialmente, na luta contra os despejos e na reivindicação de melhorias na infraestrutura dos bairros periféricos.

As casas de aluguel se configuravam como uma das modalidades de moradia menos dispendiosas às quais a classe trabalhadora podia recorrer no movimento de industrialização vertiginosa da cidade de São Paulo. A opção por esses espaços se dava, especialmente, por situarem-se em regiões centrais – ou seja, eram locais acessíveis, perto do local de trabalho, e os inquilinos podiam contar com a rede de infraestrutura da cidade (como os bondes e serviços de saneamento básico).

A princípio, a relação entre proprietários e locatários não era mediada pelo Estado. Contudo, a partir da Revolução de 30, o presidente Getúlio Vargas precisava se legitimar no poder e visou ao povo para esse intuito. Nesse sentido, decretou a Lei do Inquilinato, em 1942, para controlar a relação de exploração de

preços nesse tipo de habitação. Por meio dessa lei, os valores dos aluguéis foram congelados e deu-se início à regulamentação das condições de locação.

Essa ação, embora beneficiasse os moradores, levou a uma reação severa dos proprietários. Diante da impossibilidade de aumentar os aluguéis legalmente, muitos passaram a despejar seus inquilinos ou a fazerem artimanhas para que os próprios locatários abandonassem a residência.

A saída para muitos trabalhadores foi montar sua própria moradia em terrenos na região periférica da cidade, dando início, principalmente a partir da década de 40, à favelização da cidade. Nessas regiões afastadas do centro, a infraestrutura e sistema de transporte e de saneamento básico eram precários ou inexistentes.

É nesse contexto que se inscrevem as lutas contra a precariedade urbana e os despejos, os quais configuram a articulação do povo para reivindicar do Estado seu direito à habitação.

A resistência contra os despejos tomou basicamente duas formas: uma mais geral, que reivindicava a mudança da Lei do Inquilinato de forma a suspender toda e qualquer ação de despejo por um prazo determinado, e outra particularizada em centenas de resistências isoladas, em que inquilinos ou grupos de inquilinos procuravam se organizar para fugir ao próprio despejo. (BONDUKI, 1994, p.130)

As reivindicações por melhorias nas condições de habitação não levaram à formulação de políticas substanciais – tanto que o processo de favelização acentuou-se a partir de 1964, com a égide da ditadura. No entanto, denotam que a movimentação popular esteve atuante desde antes das lutas contra o fim do regime militar.

Voltando à comunicação popular, Festa (1986) explica que os seus gergens começam a frutificar entre os anos de 1960 e 1964, a partir de experiências, como o Movimento de Cultura Popular (CCP) e o Movimento de Educação de Base. As iniciativas, que tinham cunho educacional (muitas recorriam ao método Paulo Freire) e meta de estimular o espírito crítico-emancipador dos setores subalternos, foram reprimidas no Brasil com o golpe militar de 1964 e só ressurgiriam na década de 1970 – no contexto das pressões populares para derrubar o regime ditatorial.

Em dezembro de 1968, foi promulgado o Ato Institucional nº 5: com ele, todas as garantias institucionais foram suspensas e se instalou no país a ditadura. Em contrapartida, começaram a pipocar focos de resistência em todos os setores da

sociedade, com destaque para a atuação da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e da Associação Brasileira de Imprensa (ABI). Essas instituições desempenharam papel decisivo nesse momento histórico, funcionando como polos de denúncia e de defesa dos direitos humanos.

As camadas populares tiveram papel imprescindível no processo de abertura política. Integrantes de grupos marginalizados começaram a se reunir nas Comunidades Eclesiais de Base (as CEBs) - que contavam com o apoio da Igreja Católica - para refletir sobre a situação política do momento e pensar em vias de transformação. Para ilustrar o alcance dessa organização, Festa (1986, p.13) destaca que, de acordo com estudo realizado por Frei Beto, surgiram cerca de 78 mil CEBs em todo o país entre os anos de 1968 a 1978.

Fruto das reuniões das Comunidades Eclesiais de Base, nasce, em 1973, o Movimento do Custo de Vida (MCV) na região pobre da Zona Sul de São Paulo (SP). A reivindicação do grupo - que começou com uma carta de mulheres às autoridades reclamando do alto valor que desembolsavam para sobreviver e de suas condições de moradia - ganhou expressão nacional em 1978, espalhando-se por CEBs de todo o país. Por meio de um abaixo-assinado contendo cerca de um milhão e trezentas mil assinaturas, o MCV convoca um ato público na Praça da Sé para entregar o documento às autoridades. Vinte mil pessoas apresentam-se no local, num período em que era proibido protestar. O resultado não poderia ser outro: o ato terminou com um conflito direto entre as forças policiais e os participantes. De acordo com a autora (1986, p.14), era a primeira explosão de massa da sociedade brasileira depois de 1968.

Outros grupos de menor expressão não paravam de surgir nas cidades, como associações de moradores, movimentos de mulheres e o movimento negro. No campo, as roças comunitárias desempenharam papel relevante em lutas como a reforma agrária.

Foi nesse momento histórico que a comunicação popular e alternativa ganhou força. Grupos provenientes de estratos sociais socioeconomicamente defasados, assim como integrantes da burguesia opositora ao sistema, começaram a driblar a censura ao assumirem a tarefa de comunicar os acontecimentos impedidos pelo governo de serem publicados.

Na medida em que surgiam pólos de resistência social apareciam os meios de comunicação, quer através de intelectuais de oposição ou de grupos partidários que, corajosamente, lançavam jornais tablóide (conhecidos no início como *imprensa nanica*, isto é, pequena); quer através das publicações que surgiam nas CEBs, Associações de Moradores, Sociedade Amigos de Bairro, Movimento do Custo de Vida, Favelados, Movimento de Terrenos Clandestinos, no meio operário, rural, etc. (FESTA, 1986, p. 16)

Essa imprensa nanica era a imprensa alternativa, que ganhava as ruas no formato de jornais ou revistas, especialmente na década de 1970. Essa mídia era produzida por grupos de oposição ao governo ou frentes políticas (especialmente média e pequena burguesia e intelectuais) e suas funções poderiam ser várias (podiam ter caráter desde cultural a político). No entanto, a característica que lhe conferia tônus era sua contestação ao regime político num momento histórico em que a liberdade de expressão estava de mãos atadas.

Raimundo Pereira<sup>4</sup> detalha que o termo imprensa alternativa foi cunhado por integrantes dos jornais paulistanos *Bondinho* e *EX*. Essa corrente faz importantes avanços na área de comunicação midiática ao trazer aspectos democráticos para a redação (como formação de conselhos editoriais, com a participação de representantes dos movimentos sociais) e uso de novas linguagens.

Os jornais mais conhecidos desse período foram: *PIF-PAF*, lançado em 1964, *Pasquim* (1969), *Posição* (1969), *Opinião* (1972), *Movimento* (1975), *Coojornal* (1975), *Versus* (1974), *De Fato* (1975) e *Extra* (1984).

Já a tocada por grupos de indivíduos marginalizados representa a comunicação popular. Ela eclodiu de 1970 a 1978 e esteve estreitamente ligada a aspectos educacionais. As CEBs, por exemplo, tiveram:

[...] papel fundamental na recriação de uma educação popular mais comprometida com o nível de consciência da classe subalterna. Desses centros saiu toda uma produção de folhetos, cadernos de estudo, material para reflexão, cartazes, volantes, audiovisuais, filmes, programas de rádio, etc., material para grupos de mães, favelados, operários, comissões de direitos humanos, alfabetização, etc., além de um material novo para as campanhas, novenas, festas litúrgicas, etc. (FESTA, 1986, p.18)

---

<sup>4</sup> PEREIRA, Raimundo Rodrigues. Vive a imprensa alternativa. Viva a imprensa alternativa!. In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Org.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986, p.62.

Nos encontros das Comunidades Eclesiais de Base, as pessoas se solidarizavam e realizavam praticamente uma sessão de jornal falado, a partir da discussão sobre suas realidades e proposição de alternativas para mudá-las: praticava-se uma intensa interação educacional, cultural e comunicacional.

Assim como esses centros, o Movimento do Custo de Vida também fazia reuniões nas quais se dava, muitas vezes, a única oportunidade em que os membros podiam comunicar entre si fatos importantes e discutir acontecimentos do cotidiano. Esse movimento chegou a publicar o jornal *Movimento Contra a Carestia*.

A classe operária expressou suas ideias por meio de boletins – um dos mais importantes foi o *Luta Sindical*. Além disso, produziram panfletos e contavam com cadernos de estudo e de formação.

No campo, a Comissão Pastoral da Terra (CPT) lançou em 1975 o *Boletim Nacional da CPT*, que apoiava a reforma agrária, denunciava a grilagem de terra e a ação predatória dos grandes projetos agropecuários.

O que se depreende é que, vinculada a processos educacionais, floresceu uma intensa comunicação interpessoal que culminou na produção de material comunicativo - por meio do qual se expressavam os anseios desses grupos por mudanças na realidade brasileira.

Esses foram os principais expoentes da comunicação popular e da imprensa alternativa desse momento e suas características mais gerais. No entanto, mudanças no cenário político e econômico do país trariam novos contornos a essas mídias.

Pressionados pelos movimentos populares e pelas próprias elites - que antes apoiavam o sistema, mas, ao se depararem com a crise econômica que assolava o país começaram a exigir medidas – os militares sucumbiram. O Estado encontrava-se incapaz de dar conta das exigências da sociedade civil e não viu outra maneira senão realizar a abertura política a partir de 1978, seguida de uma série de decisões: fim da censura aos jornais e revistas, anistia parcial e, entre outras medidas, o fim do AI-5.

O processo de redemocratização tinha início, mas a economia do país estava em frangalhos: a inflação passava a marca dos 200%. Esse contexto contribuiu para o recrudescimento de forças da comunicação popular, pois o desemprego passou a assolar a classe trabalhadora. Esta se encontrava desarticulada, praticamente à

espera de uma condução política capaz de sugerir propostas alternativas de sociedade diante da convulsão econômica e política que chacoalhava o Brasil.

A imprensa alternativa também ganhou novos ares. Com a abertura política, os grandes veículos passaram a focar energia na denúncia sobre os escândalos que se passavam no país e começaram a reabsorver jornalistas de esquerda.

Surgiram nesse contexto publicações político-partidárias, representantes de novas e tradicionais tendências de esquerda, como o *Voz da Unidade*, *Tribuna da Luta Operária*, *Hora do Povo*, *Trabalho*, *Alicerce*, *Em Tempo*, *Companheiro* e o *Jornal dos Trabalhadores* - este último era o que tinha mais abrangência, de âmbito nacional: era o veículo impresso do Partido dos Trabalhadores.

Brotam também experiências de imprensa alternativa especializada, como as voltadas para o público feminino, (*Mulherio*); de política, economia, sociedade e cultura, o *Cadernos do Terceiro Mundo*; e o *Porantim*, ligado à questão indígena.

O processo de redefinição da comunicação popular e da imprensa alternativa não pararia por aí. Para Festa (1986), um novo cenário passou a se descortinar com a emergência das novas tecnologias, especialmente a partir do início do século XXI. Diversos formatos e meios de comunicação emergiram nesse contexto, tornando confusa uma demarcação clara entre a comunicação popular-alternativa e comunitária e a imprensa alternativa.

Em linhas gerais, Peruzzo (2008, p. 11) avalia que a primeira corrente (comunicação popular-alternativa e comunitária, foco dessa pesquisa) se dá no âmbito de bairros e comunidades. Seus integrantes se ligam de maneira presencial ou virtual e ela tem como meta estabelecer-se como uma forma de comunicação dispare da praticada na grande mídia – tanto em relação ao conteúdo como ao formato, sistema de gestão e participação da população. A mensagem veiculada nesses meios expressa os anseios de determinado grupo de pessoas em busca de justiça social.

Em relação à comunicação comunitária, há um entendimento generalizado de que ela apresenta como principais personagens os membros de determinado local - o povo (reunido em iniciativas coletivas, movimentos e organizações populares).

Alguns autores situam no plano teórico as características de uma comunicação comunitária na atualidade. Caracteriza-se como uma mídia comunitária um meio que, de acordo com Peruzzo (2006), conte com as seguintes características: tenha como objetivo divulgar assuntos específicos de determinados

segmentos populacionais ou questões de interesse público; conte com a participação direta das pessoas do próprio lugar na programação, produção do conteúdo e gestão do veículo; tenha como meta ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania, promovendo o desenvolvimento comunitário; não tenha finalidades lucrativas, ou seja, deve se sustentar por autofinanciamento, apoio cultural ou doações, sem anúncios publicitários (entende-se que, caso haja excedentes, esses devem ser direcionados a investimentos no próprio veículo); busque autonomia em relação ao governo e outros grupos de interesse; e tenha, geralmente, alcance limitado em termos de cobertura, audiência e número de leitores.

Maristela Romagnole de Araújo Jrkevicz, Regina Célia Escudero César e Rozinaldo Antonio Miani avaliam<sup>5</sup> que, por meio dessa forma de expressão, também é possível que os sujeitos passem a discutir a realidade de seu cotidiano, problematizando-a, com intuito final de transformá-la. Isso porque, para Martín-Barbero, ao se reunirem em bairros, indivíduos compartilham uma vivência diária, tomam ciência de suas necessidades e podem se articular para lutarem por seus direitos. Para o autor, a solidificação de identidades é outra consequência desse *estar junto*:

O bairro proporciona às pessoas algumas referências básicas para a construção de um *a gente*, ou seja, de uma sociabilidade mais ampla do que aquela que se baseia nos laços familiares, e ao mesmo tempo mais densa e estável do que as relações formais e individualizadas impostas pela sociedade. Frente à provisoriedade e à rotatividade do mercado de trabalho que, sobretudo em tempos de crise econômica, dificultam a formação de laços permanentes, é no bairro que as classes populares podem estabelecer solidariedades duradouras e personalizadas. [...] pertencer ao bairro para as classes populares significa poder ser reconhecido em qualquer circunstância. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 285)

Paiva reflete sobre a função educativa de uma mídia comunitária:

Um veículo comunitário deve valorizar a cultura local, prestigiando suas formas. [...] Promover a educação é ainda uma das principais diretrizes, especialmente por se tratar de lugares onde o acesso às instituições formais de ensino ainda é bastante reduzido. Entretanto,

---

<sup>5</sup> No artigo *A contribuição da comunicação comunitária nos processos de organização popular*, apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Curitiba (PR), entre os dias 4 e 7 de setembro de 2009.

é preciso enquadrar essa preocupação educacional no propósito de entendimento do próprio cotidiano e da capacidade de transformá-lo. (PAIVA, 2003, p.145)

A autora (2007, p.141) acrescenta a produção de novas linguagens como uma característica desse tipo de mídia na atualidade. Paiva refere-se a Richard Rorty para que se entenda como se dá o processo de redescrição do sujeito. Em um primeiro momento, ela ocorre quando os indivíduos passam a recontar histórias em que eles próprios estão envolvidos, de forma que possam se perceber como atores e possíveis protagonistas de suas realidades. Em um segundo instante, percebe-se a mudança do vocabulário com o qual as histórias individuais e coletivas são transmitidas, mudando, assim, a forma como essas pessoas são conhecidas. Observa-se, nesse sentido, até mesmo a criação de novas expressões, por exemplo.

Paiva traz essas reflexões e complementa Peruzzo no entendimento de como se configura a comunicação comunitária nos dias de hoje, especialmente no tópico relativo à geração de lucros. Para a última autora, um veículo comunitário não deve ter fins lucrativos – ou seja, deve se sustentar por autofinanciamento, doações e apoios culturais. E caso haja excedentes, eles devem ser usados em investimentos no veículo.

Em *O retorno da comunidade – os novos caminhos do social*, avalia-se que ainda existem indivíduos que trabalham em veículos comunitários de maneira não assalariada, sem ganho financeiro. “Mas este agente normalmente é um abnegado, idealista, acredita no que produz e quer fazer o melhor” (PAIVA, 2007, p.142). Na opinião da autora, geralmente esses trabalhadores não são oriundos de cursos de comunicação, mas trabalham com afinco na iniciativa.

O outro agente é assalariado, mas a sua opção pelo campo comunitário já reflete o seu interesse por novos formatos de atuação comunicativa. Alguns deles, como bem se pode constatar na prática, chegam inclusive a atuar em grandes empresas de comunicação. Este tipo de profissional costuma ter formação universitária e é este hibridismo profissional que faz com que o ambiente de trabalho se torne expressivamente produtivo. (PAIVA, 2007, p.142)

A pesquisadora também acrescenta que, apesar do entendimento quase generalizado de que um veículo de comunicação comunitária deva ser elaborado pelos membros da própria localidade, a figura do comunicador social torna-se cada

vez mais presente nesse tipo de mídia. Esse profissional provoca a participação da comunidade a partir da realização de atividades como promoção do diagnóstico comunitário, planificação da atuação do grupo, elaboração das estratégias de comunicação a serem adotadas, produção do veículo e assistência periódica.

Em relação a características específicas, Paiva (2003, p.139) cita os manuais do Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal) – instituição que tem como uma de suas propostas formar repórteres populares. Nesses materiais estão descritas as diretrizes básicas em que se deve basear um veículo comunitário no que tange ao conteúdo a ser veiculado:

- só se configura como notícia o que interessa diretamente à comunidade em questão. É recomendável que não se siga o padrão de produção da grande mídia, que muitas vezes transmite um grande número de notícias sem contextualizá-las; ao contrário, aconselha-se a publicação de uma quantidade menor de informações para que a população possa reter de fato o conteúdo publicado.

- as notícias nacionais devem ocupar espaço reduzido nos informativos, assim como as internacionais; preferencialmente deve ser esclarecida a relação que elas têm com a realidade do grupo.

- as informações devem ser contextualizadas. É aconselhável esclarecer as causas que acarretaram determinado acontecimento, bem como seus efeitos.

Observando todos esses pontos, depreende-se que a comunicação comunitária tem significado que se aproxima das características da comunicação popular em seus primórdios. Esta última, para Peruzzo, tem o seguinte papel:

Em síntese, a comunicação popular e alternativa se caracteriza como expressão das lutas populares por melhores condições de vida que ocorrem a partir dos movimentos populares e representam um espaço para participação democrática do 'povo'. Possui conteúdo crítico-emancipador e reivindicativo e tem o "povo" como protagonista principal, o que a torna um processo democrático e educativo. É um instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa. (PERUZZO, 2006, p.4)

Ou seja, laços de significação muito estreitos ligam os dois conceitos. No entanto, é pertinente destacar que a comunicação comunitária se configura como um desdobramento da popular.

[...] desde o final do século passado passou-se a empregar mais sistematicamente, no Brasil, a expressão *comunicação comunitária* para designar este mesmo tipo de comunicação e também outras expressões similares.

Na prática, a comunicação comunitária por vezes incorpora conceitos e reproduz práticas tipicamente da comunicação popular em sua fase original e, portanto, confunde-se com ela, mas ao mesmo tempo outros vieses vão se configurando. (PERUZZO, 2006, p.2)

Para a autora, passou a ser chamada de comunitária aquela mídia que preserva as características de um veículo de comunicação popular num sentido mais tradicional. Tradicional porque a feição desse tipo de meio mudou com a diversificação dos meios de comunicação e o aparecimento e desenvolvimento das novas tecnologias. As iniciativas de comunicação popular - que nas décadas de 70 e 80 estavam mais ligadas a ONGs, movimentos sociais, sindicalistas da oposição, à Igreja, entre outros - começaram a ser tocadas por personagens autônomos, associações e grupos que começaram a se apropriar de meios massivos. Essa realidade pode ser percebida hoje nas numerosas rádios comunitárias espalhadas em todo o Brasil – ao todo, são “cerca de 15 mil emissoras em funcionamento”, de acordo com Peruzzo (2006, p.4).

Acrescentando a conquista de espaços (principalmente na rádio local/regional) para difusão de programas próprios produzidos por organizações populares e/ou entidades aliadas, como, por exemplo, a Oboré – Projetos Especiais em Comunicações e Artes.

Por outro lado, no espectro televisivo há uma série de novas iniciativas com finalidade primordial de promover a educação informal, a cultura e o desenvolvimento social. É o caso dos canais de televisão de uso gratuito no sistema a cabo, como o universitário, o comunitário (ambos espalhados pelos municípios brasileiros), o canal do Poder Judiciário, os canais legislativos e os educativo-culturais. Há ainda outros canais privados de conteúdo educativo na televisão por assinatura, via satélite, como o STV (do Senac) e o Canal Futura, entre outros. (PERUZZO, 2006, p. 6)

Nesse sentido, o caráter combativo comum a uma mídia popular tradicional assume cada vez mais um tom plural, incorporando aspectos de divertimento. Pode-se inferir desse contexto dois pontos: esses meios que se aproximam das

características de uma comunicação popular *de raiz* podem ser definidos como comunitários; já os que incorporaram esse tom mais lúdico ao discurso, como popular-alternativo. Essa última expressão distingue-se da anterior porque, diferentemente dela, consiste em iniciativas que contam com a participação de movimentos populares; no entanto, eles não são responsáveis pela execução das atividades de maneira integral. A autora (2008, p.12) acrescenta ainda que elas são viabilizadas por ONGs, projetos ligados a universidades, igrejas, associações e até mesmo por iniciativas de moradores locais.

Mas antes de relacionar exemplos de mídias que mesclam características dessas duas formas de comunicação, fica uma questão: por que em pleno século XXI aparece essa necessidade no homem pós-moderno de buscar abrigo e segurança em suas comunidades, com seus *iguais*, para reivindicar seus direitos coletivamente? Qual a razão de muitas vezes ser apenas lá que eles conseguem se sentir reconhecidos? Como as identidades do homem contemporâneo se estabelecem ou desestabelecem em tempos de globalização? É essa questão que iremos elucidar nas próximas linhas.

## 1.2. Identidades fragmentadas

Perdida, confusa, desconstruída: é assim que se configura a identidade de homens e mulheres de todo o mundo na contemporaneidade, de acordo com Hall (2006).

Para que se entenda a que conceito de identidade estamos recorrendo, toma-se como pressuposto o fundamentado por Denys Cuche:

Exprime a resultante das diversas interações entre o indivíduo e seu ambiente social, próximo ou distante. A identidade social de um indivíduo se caracteriza pelo conjunto de suas vinculações em um sistema social: vinculação a uma classe sexual, a uma classe de idade, a uma classe social, a uma nação etc. A identidade permite que o indivíduo se localize em um sistema social e seja localizado socialmente. (CUCHE, 1999, p. 177)

A identidade de um indivíduo ou grupo, segundo o autor, não se caracteriza de forma estática, ela é construída e reconstruída constantemente a partir de trocas sociais. É estruturada, então, de acordo com Simon (1979, p. 24) apud Cuche (1999,

p.183), “a partir de negociações entre uma ‘auto-identidade’ definida por si mesmo e uma ‘hetero-identidade’ ou uma ‘exo-identidade’ definida pelos outros”.

Um processo de construção de significados baseado em um ou mais atributos culturais, os quais tendem a prevalecer sobre outras construções de significado. Para Castells é isso que configura a identidade. Assim como Cuche, Castells pontua que ela é socialmente elaborada:

A construção de identidades vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso. Porém, todos esses materiais são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espço. (CASTELLS, 1999, p. 23)

Hall (2006) argumenta que, com a égide do fenômeno da globalização (a partir do final do século XX), foi abalada a certeza de que éramos sujeitos centrados, com posição definida no mundo.

Se o típico homem do Iluminismo (século XVIII) se percebia como um sujeito dotado de razão e concebia sua identidade como integrada, unificada, nascida com ele e que, embora se desenvolvesse, mantinha uma essência inalterável, o indivíduo sociológico - conceito definido por Hall que indica o homem da primeira metade do século XX - já percebia a influência da complexa sociedade moderna na composição do núcleo de sua identidade: ou seja, esta já passava a ser percebida como construída de maneira não autônoma e auto-suficiente. Para chegarmos à identidade desfigurada comum à pós-modernidade seria um pulo.

Isso porque, com a globalização, foi abalada exatamente nossa percepção em relação ao espaço e ao tempo, que são nada menos que as coordenadas básicas de todos os nossos sistemas de representação. De acordo com o autor (2006, p. 69), as características principais desse fenômeno são a compressão do espaço-tempo e a aceleração dos processos globais, de forma que “se sente que o mundo é menor e as distâncias mais curtas, que os eventos em um determinado lugar têm um impacto imediato sobre pessoas e lugares situados a uma grande distância”.

Castells também pontuou que ambas as dimensões estão sendo transformadas sob o efeito conjunto do paradigma da tecnologia da informação e

das formas e processos sociais induzidos pela globalização.

Nossa sociedade está construída em torno de fluxos: fluxos de capital, fluxos da informação, fluxos de tecnologia, fluxos de interação organizacional, fluxos de imagens, sons e símbolos. Fluxos não representam apenas um elemento da organização social: são a expressão dos processos que dominam nossa vida econômica, política e simbólica. Proponho a idéia de que há uma nova forma espacial característica das práticas sociais que dominam e moldam a sociedade em rede: o espaço de fluxos. O espaço de fluxos é a organização material das práticas sociais de tempo compartilhado que funcionam por meio de fluxos. (CASTELLS, 1999, p.436)

Nesse sentido, as pessoas - cujas experiências são bombardeadas por informações, imagens e formas de comportamento da comunidade global - conseguem compartilhar cada vez menos códigos culturais comuns. O tempo, de acordo com o autor, também não passou incólume e vem sendo modificado e marcado por duas características principais: simultaneidade e intemporalidade.

Por um lado, a informação instantânea em todo o globo, mesclada a reportagens ao vivo de lugares vizinhos, oferece instantaneidade temporal sem precedentes aos acontecimentos sociais e expressões culturais.

Por outro lado, a mistura de tempos na mídia dentro do mesmo canal de comunicação, à escolha do espectador/interagente, cria uma colagem temporal em que não apenas se misturam gêneros, mas seus tempos tornam-se síncronos em um horizonte aberto sem começo, nem fim, nem seqüência. (CASTELLS, 1999, p. 486)

Ou seja, recambiados os dois pontos em que se apoiam os sistemas de representação do homem, tem-se a desestruturação completa da identidade do sujeito pós-moderno. Como em uma valsa, o indivíduo tem a possibilidade agora de convidar/colar-se a qualquer parceiro/identidade dentre as muitas possíveis – ao menos temporariamente.

Some-se à influência da globalização nesse processo desfiguração de identidades a um dos efeitos principais do enfraquecimento da atuação do Estado. Como Paiva (2003, p.115) argumentou, ao afastar-se da cena pública e eximir-se de responsabilidade em relação ao setor social, o poder público levou o povo a perceber-se cada vez mais inseguro, abandonado e perdido no que concerne à forma como lida com suas necessidades rotineiras.

Perdida a certeza de amparo no Estado, perdida no tempo está também a forma com que as massas reivindicavam antigamente seus direitos: coletivamente. Esse cenário configura um dos principais processos característicos do estágio líquido da modernidade, definido por Bauman como *individualização*.

A experiência da vida como procura inteiramente individual redonda numa percepção das fortunas e infortúnios de outras pessoas como resultado principalmente de seu próprio esforço ou indolência, com a adição de um toque pessoal de boa sorte ou um golpe individualmente desferido de má sorte [...]. (BAUMAN, 2003, p. 79)

Acrescente-se a essa realidade o fato de o Brasil figurar entre os países em que as desigualdades sociais são mais profundas<sup>6</sup>. De acordo com o relatório sobre a distribuição de renda na América Latina e Caribe, realizado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), essa região configura-se como a mais desigual do globo – já que, dos 15 países que mais concentram renda, dez são latinos. O Brasil tem o terceiro pior Índice de Gini (que mede o nível de desigualdade e, quanto mais perto de um, mais desigual): ou seja, é o terceiro país com mais contrastes sociais da América Latina.

Qual a saída, o abrigo para esse sujeito que se encontra imerso nesse fluxo intenso de informações e imagens, numa vida que poderíamos quase definir como *realidade-fluxo*? Imerso num contexto de desigualdades sociais avassaladoras, como o indivíduo lida com esse abalo nas estruturas sociais que lhe davam suporte e segurança? Ele encontra refúgio na comunidade, no terreno ideológico, nos quais ele pode se localizar no mundo (ou seja, reconhecer-se) e abrigar-se no “lar supostamente natural”, no “círculo que permanece aconchegante por mais frios que sejam os ventos lá fora” (BAUMAN, 2003, p.20).

### **1.2.1. Comunidade e laços de pertencimento**

Para que se entenda como o termo *comunidade* pode ser compreendido e aplicado em tempos de globalização, é necessário fazer uma revisão histórica de como a definição desse conceito vem se desenvolvendo ao longo do tempo em diversos campos do conhecimento.

---

<sup>6</sup> BRÍGIDO, Carolina. PNUD: Brasil tem 3º pior desigualdade do mundo. O Globo, Rio de Janeiro, 22 jul. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/mat/2010/07/22/pnud-brasil-tem-3-pior-desigualdade-do-mundo-917224574.asp>>. Acesso em: 5 abr. 2011.

Psicologia, filosofia política, epistemologia e até mesmo a ecologia: não foram poucos os setores do saber que se ocuparam em entender essa questão. Raquel Paiva detalhou como algumas dessas áreas contribuíram para seu entendimento:

Na perspectiva psicológica, comporta relações sociais que vão desde a amizade à intimidade pessoal, à comunicação ou comunhão de idéias. Já numa perspectiva filosófica e política, trata-se de uma relação social radicalmente distinta, pela qual existe a possibilidade de participação nas decisões que o grupo deve tomar, vigindo o direito de ser consultado, de formular propostas, a tônica da cooperação. (PAIVA, 2003, p. 68-69)

A autora (2003, p.72) prossegue e relata que a ecologia entendia comunidade como “um conjunto, um grupo, um sistema de indivíduos num lugar determinado”. Nessa perspectiva, “a comunidade é o grupo com seu território”.

A sociologia não poderia ficar de fora. Na perspectiva da pesquisadora, esse campo de conhecimento liga o conceito à ideia de que ele é o menor grupo social e o primeiro nível de organização social auto-suficiente.

As tentativas de definição foram várias, contudo, é com Ferdinand Tönnies, que é realizada uma sistematização detalhada e rigorosa do termo. Para o pensador alemão, o conceito de comunidade está estreitamente vinculado aos laços de sangue – com ênfase especial em três tipos de relações: a) entre mãe e filho; b) entre homem e mulher – quando formam um casal; c) entre irmãos e irmãs.

As relações de vizinhança também são relevantes quando se fala em uma comunidade. A família consiste no núcleo fundamental e a partir dos laços entre esses diversos agrupamentos se fundamenta uma vida em comum.

Esses fundamentos foram extraídos de Miranda (2005), que reúne vários textos que tentam trazer luz à obra *Comunidade e Sociedade*, de Tönnies (publicada originalmente em 1887). Por meio desse material, pode-se depreender que, para Ferdinand Tönnies, o conjunto de pessoas que formam uma comunidade deve compartilhar o mesmo território e desfrutar de uma possessão comum de todos os bens.

Todas as decisões e normas são estabelecidas diante de um consenso, uma vontade comum, sempre tomada sem perder de vista a essência de uma comunidade: o caráter fraternal da relação entre os seus membros. Na visão idílica

de Tönnies, nesses grupos, os fortes sentem-se responsáveis por proteger os mais fracos.

Esse tipo de comunidade não existe mais para Bauman (2003, p. 53-66), já que, para ele, ela deve ser composta por indivíduos que compartilham vidas ao longo de uma história e dividam o bem-estar conjuntamente conseguido, independente do talento, força ou importância deles dentro do grupo. No entanto, em sua visão, nos dias de hoje, as únicas comunidades possíveis são duas: a dos solitários e a dos condomínios.

Os solitários, para ele, têm prazer ao saber das confissões de celebridades e “recebem como primeira recompensa [...] a sensação de fazer parte” (BAUMAN, 2003, p. 64). Já os condomínios se constituem de elites que se refugiam em redutos habitacionais luxuosos, buscando se preservar da violência urbana. Assim, tendo em vista o que ele entende como comunidade, não seria nesses lugares, com esses objetivos, em que o conceito poderia se aplicado. Na verdade, Bauman não acredita na sua existência em tempos de globalização.

Todavia é necessário refletir sobre como essa ideia de comunidade pode ser repensada na contemporaneidade, num momento marcado pela globalização e considerando uma de suas principais consequências: a fluência e troca de informações instantâneas entre pessoas de todo o mundo. Por meio dessa nova realidade, estão sendo estabelecidos laços estreitos entre pessoas que nunca se viram pessoalmente - muitas vezes até mais fortes do que os partilhados com outras do convívio cotidiano. Como entender o comunitário, então, em tempos de globalização?

O próprio Tönnies (que coloca a família e a vizinhança como a base de uma comunidade) cogita, em momentos de sua obra, a possibilidade de que integrantes do mesmo grupo estejam distantes uns dos outros - o que ele chama de comunidade de espírito.

Para Paiva o comunitário pode, sim, desenvolver-se nessa realidade:

O desenvolvimento da mobilidade e das comunicações aumenta a possibilidade de se construir estruturas comunitárias entre indivíduos espacialmente separados, ou seja, onde antes o espaço ocupava um fator intransponível.

Assim, o homem torna-se livre para solidarizar-se, cooperar, amar uma pessoa escolhida por critérios diversos daqueles de sangue – no caso dos parentes – e de solo – os vizinhos e conterrâneos. A escolha de amigos e colegas pode ser dirigida então por fatores

como afinidade de interesses, idéias, valores ou até mesmo vantagens de cooperação. (PAIVA, 2003, p. 73)

O tipo de vínculo estabelecido nessas relações, para a autora (2003, p.165), tem como tônica as afinidades comuns e a vontade pessoal: ou seja, se o não-comprometimento vigorar e forem perdidos os interesses partilhados, terminada está também a comunidade em questão.

Buber (2008) compartilha da visão de Tönnies - no sentido de ver a comunidade sob um prisma ideal, composta de homens íntegros que objetivam viver em plena comunhão – e contemporiza o entendimento do termo: “muitos destes que nós nunca vimos e dos quais sabemos tão pouco [...] estão vinculados mais profunda e completamente a nós do que alguns que vemos todo dia” (BUBER, 2008, p.36).

Tönnies, no clássico *Comunidade e Sociedade*, trata da diferença entre esses dois termos. Buber a retoma e dá subsídios para que entendamos as características principais da comunidade nos dias de hoje.

A sociedade, para Tönnies, “consiste em um grupo humano que vive e habita lado a lado de modo pacífico, como na comunidade, mas, ao contrário desta, seus componentes não estão ligados organicamente, mas organicamente separados” (MIRANDA, 1995, p. 252). A possessão conjunta dos bens nessa estrutura não existe. O que está em jogo aqui são os interesses individuais ou dos entes mais próximos: ou seja, na sociedade, as ações efetuadas por esses sujeitos não visam ao bem estar comum e à fraternidade entres os membros. Diferentemente das comunidades, em que os bens são apenas trocados mediante o consenso de que eles têm o mesmo valor, na sociedade aparece o dinheiro como fator de troca e obtenção de lucro em relação a uma mercadoria.

Buber (2008) reflete sobre essas diferenças e avalia que uma nova comunidade surgirá e avançará em relação àquela pré-social, primitiva, e à social. Antes de tudo, ela deverá ser pós-social. A humanidade, para o autor (2008, p.39), formará “uma nova comunidade que [...] não terá mais como base laços de sangue, mas laços de escolha.”

Para encerrar esse tópico, serão destacados alguns pontos característicos quando se trata do que é compartilhado em uma comunidade<sup>7</sup>:

---

<sup>7</sup> Na visão de Paiva (2003, p.91-103)

a) a linguagem: “a língua compõe um conjunto sógnico que os sujeitos duma localidade se dispõem a partilhar, como forma básica de repartir suas experiências e produções” (PAIVA, 2003, p. 91). É por meio dela que os sujeitos podem transmitir o que pensam, trocar experiências cotidianas, vivê-las e dar solidez às normas, concretizando assim um grupo.

b) comunhão e partilha: a autora recorre às características que Tönnies usou na definição do que é comunidade e do que é uma sociedade. Ou seja, em uma relação comunitária, dentre outros, prevalecem a possessão comum dos bens de indivíduos que se ligam pelo mesmo território ou espiritualmente e as decisões são tomadas diante de um consenso. As relações entre os membros do grupo são de caráter fraternal.

c) convivialidade: o relacionamento entre os indivíduos é essencial para que se configure uma comunidade e para que os integrantes solidifiquem em si mesmos um sentimento de pertencimento ao grupo.

d) neutralização dos impactos da vida moderna: a partir de uma comunidade, os contrastes e os conflitos que a modernidade trouxe podem ser amortizados e elementos como solidariedade e fraternidade vigiriam.

### **1.2.2. Ideologia e reconhecimento social**

Localizar-se socialmente e sentir-se seguro são elementos que podem ser conquistados quando indivíduos se reúnem em comunidades, como já visto. A questão do sentimento de pertença passa também pelo campo ideológico.

Michele Barret (1996) recorre ao entendimento de ideologia aos moldes gramscianos, para conceituá-la como um campo de luta. O filósofo italiano não entende o termo apenas pelo seu viés econômico (como é comum na filosofia marxista). Tanto que Stuart Hall reconhece que Gramsci estabelece uma discussão sobre a explicação reducionista da superestrutura - ao mostrar que o capitalismo

não se estabelece somente como um sistema de produção, mas em toda forma de vida social.

As superestruturas, na leitura que Hall faz de Gramsci, são vitais por atraírem a cultura e a sociedade civil para uma conformidade crescente com as necessidades do capital. [...] Isso não é apenas uma questão de interesse econômico, pois Gramsci opõe-se ao reducionismo economicista e conceitua a hegemonia como uma autoridade política, cultural e social. (BARRET, 1996, p.240)

No entanto, embora Gramsci tenha compreendido a ação de outros elementos, como a cultura, na composição do sentido de hegemonia<sup>8</sup>, o filósofo não deixa exatamente claro se as ideologias são ou inerentemente correlatas a determinadas classes. Barret afirma que Laclau e Mouffe preencheram essa lacuna e focaram<sup>9</sup> no filósofo italiano para a discussão do reducionismo da teoria política marxista, chamando atenção para alegações políticas e teóricas que surgem a partir de outras divisões sociais.

A autora mostra a leitura que Laclau e Mouffe, em *Hegemonia e estratégia socialista*, fizeram de Gramsci:

Sua exposição da teoria da ideologia e da hegemonia de Gramsci enfatiza – de início, pelo menos – sua ruptura com a concepção crítica da ideologia, em favor de uma perspectiva positiva (que eles chamam de ‘material’), e sua rejeição ao modelo determinista da ideologia pautado na base/superestrutura. Os autores também insistem em que, para Gramsci, ‘os elementos ideológicos articulados por uma classe hegemônica não têm pertinência necessária a uma classe (BARRET, 1996, p.246).

Em outras palavras, discutem o peso conferido à classe social, tendo em vista outras divisões relevantes como o sexo, a etnia a idade.

Mesmo com toda a discussão que paira sobre o campo da ideologia, a simples pronúncia desse conceito soa estranha para muitos na contemporaneidade, já que é lugar comum nos dias de hoje a máxima de que elas não mais existem. No entanto, Žižek (1996, p.12) avalia que elas nunca deixaram de permear nossa

---

<sup>8</sup> O conceito de hegemonia configura-se como o polo organizador sobre a política e a ideologia na obra de Gramsci. Para este, ela entende-se como “a *organização do consentimento*: os processos pelos quais se constroem formas subordinadas de consciência, sem recurso à violência ou coerção” (BARRET, 1996, p.238).

<sup>9</sup> Segundo formulações de *Política e ideologia na teoria marxista*, de Ernesto Laclau (1977) e *Hegemonia e estratégia socialista* (1985), escrito em co-autoria com Chantal Mouffe.

realidade, a ponto de afirmar que mesmo “*a saída da (quilo que vivenciamos como) ideologia é a própria forma de nossa escravização a ela*”.

O autor aponta as diversas razões para que hoje em dia seja tão comum a recusa imediata da ideia de se estar agindo ou pensando ideologicamente:

[...] acaso a crítica da ideologia não implica um lugar privilegiado, como que isento das perturbações da vida social, que faculta a um sujeito-agente perceber o mecanismo oculto que regula a visibilidade e a invisibilidade sociais? A pretensão de podermos aceder a esse lugar não será o exemplo patente de ideologia? Por conseguinte, no que se refere ao estado atual da reflexão epistemológica, a noção de ideologia não será auto-invalidante? Assim, por que havemos de nos apegar a uma idéia de implicações epistemológicas tão patentemente ultrapassadas (a relação de ‘representação’ entre o pensamento e a realidade etc.)? Não será seu caráter sumamente ambíguo e elusivo, por si só, uma razão suficiente para abandoná-la? ‘Ideologia pode designar qualquer coisa, desde uma atitude contemplativa que desconhece sua dependência em relação à realidade social, até um conjunto de crenças voltado para a ação; desde o meio essencial em que os indivíduos vivenciam suas relações com uma estrutura social até as idéias falsas que legitimam um poder político dominante. Ela parece surgir exatamente quando tentamos evitá-la e deixa de aparecer onde claramente se esperaria que existisse. (ŽIŽEK, 1996, p.9)

Para demonstrar essa presença quase que onipresente da ideologia, Žižek recorre a Hegel, descrevendo três momentos característicos da religião: doutrina, crença e ritual. Tendo em vista essa noção, distribui entre esses três eixos as ideias associadas ao campo ideológico. Assim, tem-se:

- a ideologia como um complexo de ideias (teorias e crenças, por exemplo);
- a ideologia em seu aspecto mais externo, como a materialidade da ideologia, os Aparelhos Ideológicos de Estado;
- a ideologia que atua em meio à própria realidade.

Nesse sentido, Žižek recorre à tríade hegeliana do *Em-si*, *Para-si* e *Em-si-e-Para-si* para demonstrar como toda nossa realidade é construída em bases que não escapam ao terreno ideológico.

O *Em-si* equivale à noção de ideologia como doutrina, um conjunto de ideias, crenças, valores, com objetivo de convencer ao outro sobre sua veracidade - tendo como objetivo oculto algum interesse particular. “A modalidade da crítica da ideologia que corresponde a essa noção é a *leitura sintomal*: o objetivo da crítica é

discernir a tendenciosidade não reconhecida do texto oficial [...]” (ŽIŽEK, 1996, p. 15).

Em seguida, dá-se a passagem do *Em-si* ao *Para-si*, ou seja, o momento em que a ideologia é externalizada. Recorrendo à noção de Althusser sobre Aparelhos Ideológicos de Estado, Žižek aponta a existência material desse conceito nas práticas, rituais e instituições. Resumindo, para este autor (1996, p.18), “o fato de você seguir o ritual é uma expressão/efeito de sua crença íntima; ao ser executado, o ritual ‘externo’ gera sua própria base ideológica”.

No próximo ponto, o *Em-si-e-Para-si*, observa-se que a externalização é refletida em si mesma, nas palavras de Žižek: aqui se dá a autolimitação do termo ideologia.

O que encontramos aqui, portanto, é a terceira inversão da não-ideologia em ideologia: de repente, apercebemo-nos de um ‘para-si’ da ideologia que está em ação no próprio ‘em si’ da realidade extra-ideológica. Primeiro, os mecanismos da coerção econômica e da norma legal sempre ‘materializam propostas ou crenças que são intrinsecamente ideológicas [...]. Segundo, a forma de consciência que se adapta à sociedade ‘pós-ideológica’ do capitalismo tardio – a atitude cínica e ‘sensata’ que advoga a ‘franqueza’ liberal em matéria de opiniões’ (todo mundo é livre para acreditar no que bem quiser, isso só diz respeito à privacidade), que desconsidera as expressões ideológicas patéticas e segue apenas motivações utilitaristas e/ou hedonistas – continua a ser, *stricto sensu*, uma atitude ideológica: implica uma série de pressupostos ideológicos [...] necessários à reprodução das relações sociais existentes. (ŽIŽEK, 1996, p.20)

Ou seja, é nesse momento em que se parece estar saindo do campo ideológico, é que se descobre estar imerso nele. Para o autor, a ideologia “está diretamente vinculada com [...] aquilo que é ‘mais profundo que a própria profundidade’, mais real que a própria realidade” (ŽIŽEK, 1996, p.20).

Fundamentada a pertinência e existência do conceito, procede-se à compreensão da ação do termo. Geertz avalia que uma das funções da ideologia é servir de alento e conferir sensação de segurança diante das tensões sociais. Nesse sentido, o autor avalia que existem duas abordagens principais quando se trata dos determinantes sociais da ideologia: a teoria do interesse e a teoria da tensão. “Na teoria do interesse, os pronunciamentos ideológicos são vistos como o pano de fundo da luta universal por vantagens; na teoria da tensão, contra um pano de fundo

do esforço crônico para corrigir o desequilíbrio sócio-psicológico (GEERTZ, 2008, p.112).

Para o entendimento do pano de fundo que move as movimentações ideológicas, o autor distancia-se da noção da teoria do interesse, cujo principal defeito seria a crença de que indivíduos agiriam de maneira demasiadamente racional e consciente, em busca de suas vantagens pessoais, ou sempre agindo condicionados por seus compromissos sociais. Ou seja, por meio dessa noção, são obliteradas e ignoradas as funções mais amplas e menos dramáticas do terreno ideológico.

A imagem da sociedade como campo de batalha onde o choque de interesses, mal disfarçado como choque de princípios, desvia a atenção do papel que as ideologias desempenham ao definir (ou obscurecer) as categorias sociais, ao estabilizar (ou perturbar) as expectativas sociais, ao manter (ou dismantelar) as normas sociais, ao fortalecer (ou enfraquecer) o consenso social, ao aliviar (ou exacerbar) as tensões sociais. Reduzir a ideologia a uma arma numa *guerre de plume* dá à sua análise uma calorosa sensação de militância, mas também significa reduzir o limite intelectual dentro do qual tal análise pode ser levada ao realismo contraído das táticas e da estratégia. (GEERTZ, 2008, p.113)

A teoria da tensão parte da ideia da má integração crônica da sociedade – tanto do indivíduo em relação às deficiências da sociedade em que vive, como dele consigo próprio, com sua personalidade - “um sistema inevitavelmente mal integrado de desejos conflitantes [...] e defesas improvisadas [...]. Aquilo que é visto coletivamente como inconsistência estrutural é sentido individualmente como insegurança pessoal [...] (GEERTZ, 2008, p.114).

O autor aproxima-se mais da teoria da tensão, que traz ganhos ao conhecimento científico ao abordar os motivos da preocupação ideológica; no entanto esta última peca por ser rudimentar no apontamento do processo de formulação simbólica.

Para Geertz, nos continentes africanos, asiáticos e em algumas partes da América Latina essa sensação de convulsão ideológica parece estar mais presente. Isso porque a proclamação da independência nesses territórios, a paulatina desvinculação de uma política tradicional de religiosidade, o surgimento das comunicações de massa, entre outros, tudo isso parece estar levando essas regiões e seus habitantes a um estado de desorientação. Some-se a esse passado o efeito

na contemporaneidade da globalização e do afastamento do Estado no suprimento das necessidades do povo, para que se tenham uma desarticulação mais forte de identidades.

[...] é precisamente no ponto em que um sistema político começa a livrar-se do governo imediato das tradições recebidas, da orientação direta e detalhada dos cânones religiosos ou filosóficos, de um lado, e dos preceitos irrefletidos do moralismo convencional, de outro, que as ideologias formais tendem primeiro a emergir e assumir a direção. [...] É justamente quando nem as orientações culturais mais gerais da sociedade, nem as orientações mais terra-a-terra, 'pragmáticas', são mais suficientes para fornecer uma imagem adequada do processo político que as ideologias começam a tornar-se cruciais como fontes de significados e atitudes sócio-políticas. [...] É a perda de orientação que dá origem mais diretamente à atividade ideológica, uma incapacidade, por falta de modelos utilizáveis, de compreender o universo dos direitos civis e das responsabilidades no qual as pessoas se encontram localizadas (GEERTZ, 2008, p.124-125).

Nesse sentido, o autor (2008, p.114) pontua que o pensamento ideológico funciona como uma resposta, um amparo a esse desespero, fornecendo "uma 'saída simbólica'" para as perturbações emocionais geradas pelo desequilíbrio social".

Resumindo, tendo em vista as reflexões de Laclau e Mouffe, pode-se compreender que a ideologia não é correlata à determinada classe social, mas passa também por categorias como etnia, idade, sexo, entre outros. Nesse sentido, pode-se depreender que ao se articularem em busca da transformação de suas comunidades e da ressignificação de suas auto-identidades, os jovens comunicadores latinos responsáveis pelas revistas objetos dessa análise são imbuídos de ideais, sonhos, enfim, de ideologias, para a concretização de seus objetivos.

Assim, pode-se compreender o poder do terreno ideológico na articulação de movimentos sociais na contemporaneidade e em ações que visam ao reconhecimento social. É possível, nesse sentido, entender como jovens moradores de periferias podem sentir-se seguros e se localizarem socialmente quando se reúnem em comunidades e compartilham, em linhas gerais, do mesmo ideário. É dessa forma que contam com suporte e estímulo para se unirem e produzirem meios de comunicação contra-hegemônicos, com meta de reiventarem as imagens que constroem de si próprios (muitas vezes fragilizadas) e promoverem a mudança social de seus espaços.

### 1.3. Emergência do popular pelas vias da comunicação

Na tentativa de amenizar conflitos trazidos pela globalização e pela ausência do Estado, as classes populares se articulam em associações que têm como fim último a transformação social de suas comunidades. Esse movimento salta a olhos vistos e a área da comunicação não seria desprezada como ferramenta para essa mudança.

A emergência do popular não é sentida apenas pelo senso comum; diversos pesquisadores já se deram conta da postura não passiva dessa camada da sociedade em processos comunicativos.

Mas essa concepção só começa a ser considerada há algumas décadas. Se observarmos a teoria da comunicação, passamos por uma longa trajetória em que o público era visto apenas de maneira não ativa. Assim como a dinâmica direta e inequívoca, que muitas vezes existe entre a aplicação de um medicamento e a cura de determinada doença, a comunicação era tida como uma ferramenta eficaz de circulação de símbolos, uma *agulha hipodérmica* – termo cunhado por Harold D. Lasswell para representar como a “audiência [...] [era] visada como um alvo amorfo que obedece cegamente ao esquema estímulo-resposta” (MATTELART, 2011, p.37). Com o livro *Propaganda Techniques in the World War*, publicado em 1927, esse autor inaugura a corrente da *Mass Communication Research*. Por meio dessa obra, que extrai lições da Primeira Guerra Mundial, chegou-se à conclusão de que a derrota das forças alemãs deveu-se em grande parte pelo uso da propaganda pelos Aliados.

O autor também é responsável, anos seguintes (1948), pela famosa formulação do campo da comunicação: *quem diz, o quê diz, como diz e por que*. Essa estrutura reflete precisamente como a transmissão de mensagens era vista como uma questão estritamente matemática, impassível de distorções entre o que o emissor transmite e o que o receptor entende.

Mattelart (2011, p.58) expõe que, ainda na década de 1940, o modelo de Lasswell em relação à comunicação exerce papel central. O matemático e engenheiro Claude Elwood Shannon, publica a monografia *The Mathematical Theory of Communication*, na qual propõe um esquema sobre o sistema geral da

comunicação, cujo processo tem começo e fim: a fonte (que produz a informação), o codificador (que transforma a mensagem em sinais, para que ela seja transmitida), o canal (meio utilizado para transportar os sinais), o decodificador (responsável por reconstruir a mensagem a partir dos sinais) e a destinação (o receptor).

Isso quer dizer que não se concebia, nesse momento, que houvesse espaço para reelaborações: o que era transmitido pelo emissor era teoricamente compreendido da mesma forma pelo público.

Se os teóricos da sociologia funcionalista acreditavam que essa relação certa de estímulo-resposta tinha fins democráticos, os da Escola de Frankfurt eram reticentes em relação a esse ponto; mais, suspeitavam que esses mecanismos se configuravam, na verdade, como formas de dominação e de exercício do poder. Essa visão de mundo fica explícita quando o filósofo e músico Theodor Adorno é convidado para trabalhar no Instituto de Pesquisa Social, afiliado à Universidade de Frankfurt, na Alemanha, para auxílio em pesquisas sobre os efeitos culturais dos programas musicais no rádio. Ele chegou à conclusão de que a função principal era estimular uma cultura que “favorece não o que deveria afirmar - a saber, a resistência - mas, pelo contrário, a integração ao *status quo* (MATTELART, 2011, p.77). Ou seja, nesse sentido, a cultura perderia sua função primordial, que seria a criticidade.

Até que em meados dos anos 1940, junto a Max Horkheimer, criam o conceito de indústria cultural - em alusão à produção em série de bens culturais, fazendo uma crítica à mercantilização da cultura. Para eles, por meio desse modo industrial de produção chega-se a uma cultura de massa que registra a marca da indústria cultural: a “serialização-padronização-divisão do trabalho” (MATELLART, 2011, p.78).

É só entre as décadas de 1960 e 1970 que pensadores britânicos começaram a se distanciar da concepção matemática da sociologia funcionalista da mídia e da sacralização da cultura comum aos pensadores de Frankfurt (os quais viam na reprodutibilidade técnica de bens culturais apenas uma forma de padronização com fins de rentabilidade econômica e controle social, superestimando a função revolucionária da arte). Agora a atuação do povo entrará enfim em cena, com os Estudos Culturais - fruto de pesquisas do *Centre of Contemporary Cultural Studies*, criado em 1964 na Universidade de Birmingham, na Inglaterra.

O Centro, que reunia estudos em âmbito de doutorado sobre práticas e instituições culturais e suas relações com a sociedade e a transformação social, foi marcado por várias influências, como a Escola de Chicago e seu interacionismo social. Associada à tradição de pesquisa etnográfica comum aos britânicos, essa aliança, entre outras, levou a instituição a se debruçar sobre as significações vividas por diferentes culturas diante da cultura dominante. O cruzamento de matrizes conceituais, de acordo com o autor (2011, p. 106) acabou por renovar “a maneira de fazer história social, a saber, a partir ‘de baixo’, criando ateliês de história oral, associando-se aos trabalhos das feministas sobre a história das mulheres”.

A partir dessa mescla de correntes e recorrência a pensadores (como Gramsci, Bakhtin, Lúhmann, Sartre, Althusser, Marx etc), os Estudos Culturais caracterizaram-se por conseguir congregar grupos de trabalho sobre diferentes áreas, como etnografia, estudos de mídia, teorias da linguagem, literatura e sociedade, entre outros, sem se esquecer de ligar essas pesquisas a questões levantadas por movimentos sociais.

A ligação com as culturas populares já se evidencia nesse momento, mas é com Stuart Hall e seus estudos de recepção que se explicita como as mensagens emitidas por veículos da grande mídia não são absorvidas exatamente pelo público da forma como foram transmitidas: elas são, na verdade, digeridas, reelaboradas. Isso fica claro no estudo produzido por Hall em 1973, no artigo *Encoding/Decoding*, em que ele rompe com os postulados da sociologia funcionalista de vez ao examinar o processo de comunicação televisiva em quatro momentos: produção, circulação, distribuição/consumo e reprodução. Em relação à audiência, Hall define três tipos de decodificação existentes: a dominante (marcada pelos modos de ver hegemônicos, o senso comum); oposicional (que interpreta a mensagem a partir de uma perspectiva contrária, de outra visão de mundo); e a negociada (que consiste em uma mescla de elementos de oposição e adaptação – por um lado, são aceitos os valores dominantes, mas, por outro, buscam-se elementos de refutação e protesto).

Os Estudos Culturais da Europa e seus trabalhos sobre a negociação de valores entre a cultura dominante e a popular produzem ecos nas pesquisas desenvolvidas na América Latina.

No entanto, é importante destacar que, embora existam aproximações entre os Estudos Culturais britânicos e latinoamericanos, distinções se fazem presentes.

A feição marcadamente política, por exemplo, é uma característica do campo na América Latina, na visão de Escosteguy (2010). Isso porque, com a efervescência do regime militar na década de 70, a sociedade civil começou a se articular na luta contra a ditadura. Mesmo com o fim do sistema autoritário, movimentos sociais não deixaram de proliferar e prosseguiram pressionando o governo para que suas demandas sociais fossem atendidas e lutando contra a repressão e discriminação em relação a diversos grupos.

Associações comunitárias, clubes de mães e de jovens, comunidades eclesiais de base, movimentos em defesa da moradia, do meio ambiente, dos direitos humanos, o movimento feminista, o negro e outros de existência bem localizada fizeram com que o campo das reivindicações se ampliasse. Passaram a entrar em cena interesses que extrapolavam o mundo estrito do trabalho, despertando outras dimensões da cultura. (ESCOSTEGUY, 2010, p.52)

A partir da inclusão de práticas e experiências cotidianas nos movimentos de reivindicação, os novos atores sociais renovaram, nesse sentido, o âmbito do político. Em síntese, elementos antes considerados privados foram trazidos para o campo da política.

O cruzamento entre a reformulação do político e a égide da globalização (que, como já explanado, desestabilizou a ideia de indivíduos de todo o globo de que tinham uma identidade una, integrada e estável) levou a uma valorização do cultural. Escosteguy (2010, p.52) referencia Martín-Barbero (1989a, p.22) para demonstrar que é dentro desse contexto que se estabelece uma perspectiva que vê a comunicação na cultura, associada aos Estudos Culturais.

[...] a *apropriação*, isto é, a ativação da competência cultural das pessoas, a *socialização* da experiência criativa e o *reconhecimento* das diferenças, isto é, a afirmação da identidade que se fortalece na comunicação – feita de encontro e conflito – com o outro. A comunicação na cultura deixa, então, de ter a figura do intermediário entre criadores e consumidores, para assumir a tarefa de dissolver essa barreira social e simbólica, descentrando e desterritorializando as próprias possibilidades da produção cultural e seus dispositivos.

Ou seja, a visão restrita que concebia cultura apenas sob um prisma de reprodução perde tónus. Ela passa a ser incluída no campo dos processos constitutivos e transformadores do social.

Tendo em vista essa conjuntura sócio-político-econômica e cultural, especialmente a efervescência do popular no âmbito da comunicação, depreende-se que os Estudos Culturais latinoamericanos são marcados essencialmente por expressões populares e suas vivências cotidianas, com um viés político e de transformação social. Essa feição notoriamente social destoa das características desse movimento na Inglaterra e nos Estados Unidos<sup>10</sup>, por exemplo.

Escosteguy (2010, p.56-57) avalia, por meio da reflexão de Golding e Ferguson (1997, p.xvii), que o campo na América Latina representa um acréscimo em relação ao britânico e ao americano por notar as relações entre Estados nacionais, mercados e meios de comunicação e dar luz ao fenômeno da mestiçagem e da hibridação cultural:

Na América Latina, os especialistas têm traçado, baseados na adaptação e transformação de uma mistura de produtos culturais populares locais e importados (em grande parte norte-americanos), a imagem característica da prática cultural popular de seus países. Muito da pesquisa e da literatura teórica desenvolveu-se como reação à procura de respostas para questões a respeito dos meios de comunicação e da democracia, bem como da criação de uma esfera pública aberta a mais vozes. [...] Evitando velhos dualismos teóricos, no que tange àqueles que detêm o poder e àqueles que não têm poder nenhum, os estudiosos latino-americanos, tais como García Canclini e Martín-Barbero, propõem categorias analíticas como o sincretismo, a hibridação e a mestiçagem [...] para clarificar processos de apropriação, adaptação e vocalização culturais na

---

<sup>10</sup> Outras diferenças se evidenciam entre os Estudos Culturais britânicos e latinos. No caso das pesquisas de recepção, que marcaram esse movimento nos dois contextos, observa-se que na Inglaterra elas foram marcadas pela recorrência a um forte instrumental semiológico para a análise da mensagem consumida pelos receptores; ao passo que na América Latina o que houve, na realidade, foi uma crítica ao uso desse aparato entre os anos 80 e 90. Os estudos, nesse sentido, eram concentrados nas análises dos relatos dos próprios receptores.

O encontro entre Estudos Culturais e feminismo é outro ponto que demarca diferenças entre as investigações latinoamericanas e as anglo-americanas, segundo Escosteguy (2010).

Nos campo britânico, por exemplo, o olhar feminista desafiou estudos que analisavam telenovelas e outros gêneros considerados femininos e criou conexões entre vida pública e privada ao mostrar a família como espaço relevante de apropriações de produtos culturais. Também desafiou a centralidade da categoria classe social na interpretação de processos de dominação e inseriu a questão do gênero; trouxe novos questionamentos em torno de questões sobre identidade, "pois introduziu novas variáveis na sua constituição, deixando de ver os processos de construção de identidade unicamente através da cultura de classe e sua transmissão geracional." (ESCOSTEGUY, 2010, p. 61). Posteriormente, acrescentou ainda às questões de gênero elementos de discussão que envolvem raça e etnia.

Já na América Latina, a condição feminina parece não ser problematizada. Os estudos de recepção entendem a mulher como variável de gênero, um indicador entre outros de âmbito social, econômico e étnico, por exemplo. Geralmente, no caso dos estudos de recepção, as preocupações em torno da condição da mulher se dão em referência a um contorno mais amplo, sobretudo, o de classe social.

Outro ponto que marca o movimento na América Latina é uma atenção especial, nos anos 90, à temática da desarticulação das identidades em tempos de globalização. Os grupos sociais e suas identidades, conta a autora, passam a ser vistos mais como resultado de seu consumo simbólico, ou seja, a influência de seus processos produtivos parece ser deixada de lado.

No entanto, nessa dissertação de mestrado, é realizada uma articulação entre consumo simbólico e participação dos jovens comunicadores na elaboração de produtos de comunicação alternativa na construção de identidades (auto-identidades, no caso dessa pesquisa).

mediação entre prática cultural, cultura popular, meios de comunicação democráticos e política.

Com a criação de cursos de mestrado e doutorado em ciências da comunicação na década de 1970 na região, é facilitada não só a circulação de ideias oriundas do exterior, mas mesmo a articulação, digestão e apropriação desses conceitos com estudos desenvolvidos por pesquisadores latinos - como o venezuelano Antonio Pasquali, os brasileiros Luiz Beltrão e Paulo Freire, o boliviano Luis Ramiro Beltrán, o uruguaio Mário Káplun, o espanhol radicado na Colômbia, Martín-Barbero, o argentino Néstor García Canclini, entre outros.

A marca distintiva de tais elaborações científicas é o hibridismo teórico e a superposição metodológica, plasmando uma singular investigação mestiça, representativa em verdade da fisionomia cultural latinoamericana.

Este perfil se caracteriza pelos cruzamentos de tradições europeias, heranças mesosulamericanas (pré e pós-colombianas), costumes africanos, inovações de modernas matrizes norte-americanas, além de muitas contribuições introduzidas pelos distintos grupos étnicos que navegaram pelos oceanos durante as recentes sagas migratórias internacionais.<sup>11</sup>

Em *Dos Meios às Mediações*, por exemplo, Martín-Barbero explicita a participação ativa do popular no entendimento das mensagens recebidas. Observa-se na obra um deslocamento da ênfase até então atribuída à crítica dos impactos dos produtos da indústria cultural e da transformação da cultura em mercadoria para o resgate do dado crucial da recepção. Ou seja, os sujeitos sociais são fundamentais para o entendimento da comunicação massiva e não depositários passivos de sentidos. O autor estabelece, dessa forma, o popular como um espaço importante para se compreender os processos comunicacionais e culturais em curso na contemporaneidade.

A questão da mestiçagem e do hibridismo cultural também está presente nesse livro, mas é foco da obra *Culturas Híbridas*, de Canclini. Por meio de uma abordagem interdisciplinar, o autor expõe como a cultura na América Latina é marcada pela coexistência do tradicional e do moderno.

---

<sup>11</sup> MELO, José Marques de. Paradigmas da Escola Latinoamericana de Comunicação. **Revista Latina de Comunicação Social**, Espanha, n.2, mai. 2009. Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/73melop.htm>. Acesso em: 21 abr. 2011.

É sob esse subsídio teórico que a dissertação é fundamentada. A compreensão desses fenômenos é imprescindível por mostrar o pano de fundo em que se situam as revistas produzidas por jovens das classes populares de todo o país (especificamente os da capital paulista, objetos dessa pesquisa). Inseridas dentro desse contexto latinoamericano, essas produções são provas-vivas da emergência do popular em processos comunicativos abordada por Barbero e seus conteúdos revelam o já expresso por Canclini, em relação ao namoro desencontrado entre o moderno e o tradicional – já que são compostas de elementos da grande mídia (do *status quo*) e de outros próprios de propostas contra hegemônicas.

Na prática, essa efervescência do popular também é nítida. Como já explorado, a debilidade do poder público – que leva cidadãos de todo o mundo a se sentirem desamparados - têm incitado o próprio povo a tomar a iniciativa de se unir em movimentos em busca da melhoria de sua qualidade de vida. Nesse contexto começam a crescer experiências dentro do terceiro setor. E elas não têm parado de se multiplicar:

No Brasil, as estatísticas demonstram veloz crescimento nos últimos anos deste campo de ação. Na década de 70, existiam, legalmente, 187 instituições executando projetos sociais. Nos anos 80, 171 novas instituições foram legalizadas. De 90 a 2000, o número quase triplicou, alcançando 428 novos registros. E nos anos de 2001 a 2004, o número de instituições legalizadas já superou o número total da década anterior, chegando a 481 novos registros de instituições do terceiro setor. (RODRIGUES, 2009, p. 1)

Dentre as diversas áreas de atuação dessas organizações, a autora discrimina<sup>12</sup> que 25% delas estão ligadas a projetos de educação; 12%, voltadas para cultura; e 15%, para o desenvolvimento econômico, social e comunitário – respectivamente, correspondendo a iniciativas relacionadas a programas de educação para a tecnologia e educação a distância; mídia e comunicações; e capacitação e formação profissional.

Fazendo um recorte para a área de comunicação para jovens, aproximamos do cerne dessa pesquisa. No entendimento de Rodrigues (2009, p.5-6), quando organizações não-governamentais desenvolvem esse tipo de atividade em regiões periféricas, dá-se o pontapé inicial para que o espírito crítico desses indivíduos seja

---

<sup>12</sup> Dados extraídos do artigo *Midiatização da transformação social: projetos sociais pela cultura e cidadania*, apresentado no GP *Comunicação para a Cidadania*, no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Curitiba (PR), entre os dias 4 e 7 de setembro de 2009.

estimulado, e, por fim, consigam promover uma mudança de cunho social em suas localidades.

Não são só as ONGs que desempenham esse papel, mas também projetos de extensão ligados a universidades ou ainda pessoas autonomamente, entre outros. As oficinas realizadas nesses espaços geralmente têm viés educativo e, em muitos casos, os jovens recebem capacitação na área de comunicação. Nesse caso, como são passadas informações sobre o papel de um profissional dessa área, os participantes têm a possibilidade de desenvolver um olhar crítico sobre a produção dos grandes veículos de comunicação em relação a suas comunidades. Entenderiam, nesse sentido, que podem ressignificar essas informações.

Ao participarem desses projetos, jovens têm a possibilidade de tomar conhecimento da realidade de seus bairros: dessa forma, poderiam começar a se sentir parte efetiva da comunidade, membros atuantes do local. A partir desse momento, teriam subsídios para conseguir representar a diversidade cultural de suas localidades, valorizar sua cultura, sentir-se parte efetiva de sua comunidade e reelaborar a imagem que têm de si próprios.

Em suma, depreende-se que o pano de fundo dessa discussão é a luta por reconhecimento que esses jovens comunicadores empreendem – o qual poderia ser obtido se seus direitos como cidadãos fossem assegurados.

Para definir o que significa o termo, Adela Cortina (2005, p.52) recorreu à concepção que Thomas H. Marshall estabeleceu há meio século. Para este, cidadão é aquele que:

[...] em uma comunidade política, goza não só de direitos civis (liberdades individuais), [...] não só de direitos políticos (participação política), [...] mas também de *direitos sociais (trabalho, educação, moradia, saúde, benefícios sociais em épocas de particular vulnerabilidade)*.

O conceito (que remonta a Grécia Antiga) voltou a estar em voga desde a década de 90 em razão da necessidade de gerar entre os membros das sociedades pós-industriais um tipo de identidade por meio do qual se reconheçam e se sintam parte do todo.

Cortina (2005, p.52) prossegue e avalia que é imprescindível que os direitos de cidadãos sejam assegurados para que indivíduos se identifiquem, percebam-se integrados a uma comunidade política, “porque só pode sentir-se parte de uma

sociedade quem sabe que essa sociedade se preocupa ativamente com sua sobrevivência, e com uma sobrevivência digna”.

No entanto, a questão da cidadania estabelece-se sobre um terreno movediço. Para que se entenda esse cenário, Alexandre Barbalho recorre ao lema “igualdade, fraternidade e liberdade” (da Revolução Francesa, que teve início em 1789), explicando que dois desses termos são antitéticos – igualdade e liberdade.

Ou seja, não é possível um Estado que implemente a máxima liberdade e a máxima igualdade ao mesmo tempo. Só seria viável uma ou outra, ou uma mediação das duas. Pois, se é concedida a máxima liberdade, passa a existir o mais forte e o mais fraco e se instaura a desigualdade. Por outro lado, quando se iguala todos, a liberdade da diferença, no mínimo, fica restrita. (BARBALHO, 2005, p.28)

Nesse sentido, Barbalho relembra que foi a partir dos anos 1950 que os movimentos sociais começaram a colocar na pauta de discussões outras questões que vão além de reivindicações político-econômicas. As minorias passam a levantar suas bandeiras político-culturais, exigindo do Estado o reconhecimento de suas diferenças, de suas identidades. Nesse ponto é que se situa o embate entre a igualdade e a liberdade, na visão do autor. “De um lado, as minorias necessitam afirmar suas diferenças [...]. De outro, exigem que o direito de exercer sua singularidade não implique [...] desigualdades (sociais, [...], econômicas e éticas” (BARBALHO, 2005, p. 30).

Aliar e praticar os conceitos de cidadania e liberdade em uma sociedade democrática e liberal parece quase impossível diante das interrogações que surgem quando se reflete sobre o primeiro termo, por exemplo: como a expressão “todos são iguais perante a lei” pode caber a indivíduos tão distintos entre si? Já em se tratando da noção de liberdade, também na poderia ser diferente – já que sua referência é o indivíduo e não o coletivo. Barbalho explica que essa ideia de unicidade do indivíduo-cidadão está na base da argumentação do liberalismo. No entanto, pontua que uma das características humanas é sua feição dialógica, ou seja, o estabelecimento de uma identidade individual só se dá no contato com outras identidades.

Como podemos observar, a luta pelo reconhecimento de nossas identidades tem dois níveis. Um, de esfera privada, íntima, que diz

respeito à forma como elaboramos nosso encontro com os outros. O segundo, justamente por esse diálogo com o externo, é o da esfera pública, onde atua a política da diferença (BARBALHO, 2005, p.32).

Tendo em vista esse panorama, o autor pondera que o sistema de direitos tem de incorporar não apenas objetivos políticos gerais, mas anseios coletivos expressos nas lutas por reconhecimento. Hoje em dia as discussões que permeiam o âmbito da representação social passam inevitavelmente pela mídia, relevantes para o reconhecimento das diferenças minoritárias. Canclini reflete sobre essa realidade:

Nem as elites nem os setores populares, como revela a fragmentação de seus comportamentos, constituem uma massa homogênea. A mesma cidade que os massificou, os conectou com uma grande variedade de ofertas simbólicas – nacionais e estrangeiras - que fragmentam, assim, a pluralidade de gostos. [...] A cidadania já não se constitui apenas em relação a movimentos sociais locais, mas também em processos de comunicação de massa. A possibilidade de se reconstituir um imaginário comum para as experiências urbanas deve combinar o enraizamento territorial de bairros ou grupos com a participação solidária na informação e com o desenvolvimento cultural proporcionado pelos meios de comunicação de massa, na medida em que estes representem os interesses públicos. (CANCLINI, 2008, p. 101)

A política da diferença deve passar, pois, pelo dar voz às minorias por meio de estruturas midiáticas, as quais fazem os discursos existirem socialmente. Barbalho chega a essa conclusão ao recorrer a Kant, que entende *maioridade* (*Mundigkeit*, em alemão), como *possibilidade de falar*: isto é, a maioria marca a conquista de ser ouvido, de ser cidadão. Em contrapartida, a noção de *minoría* implica a luta pelo poder de fala – que não tem lugar mais expressivo para ser obtido na contemporaneidade do que na mídia. “Portanto, a cidadania, para as minorias, começa, antes de tudo, com o acesso democrático aos meios de comunicação. Só assim ela pode viabilizar uma outra imagem sua que não a feita pela maioria (BARBALHO, 2005, p.37).

Nesse sentido, pode-se pontuar que na medida em que participam de projetos ligados à área de comunicação, jovens podem angariar subsídios e suporte para que desenvolvam espírito crítico, articulem-se, lutem para que seus direitos como cidadãos sejam assegurados e ressignifiquem a imagem estigmatizada que a grande mídia constrói em relação a eles (como criminosos). Ao se apropriarem

qualitativamente desses meios de comunicação podem fazer com que seus anseios sejam ouvidos e atendidos e suas comunidades sejam transformadas.

### 1.3.1. Jovens, contra-comunicação e transformação

Experiências de contra-comunicação não param de proliferar em todo o país. No Estado de Minas Gerais, por exemplo, a Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) promove o projeto *Território de Oportunidades*, por meio do qual são oferecidas oficinas de rádio e de jornal direcionadas, a princípio, a jovens do entorno do campus; *a posteriori*, as atividades também estão sendo estendidas para outros bairros. A meta é promover a cidadania juvenil e estimular o senso crítico desse público a partir da leitura dos meios, discussão sobre seu conteúdo e envolvimento deles na produção de mídias.

Lahni e Coelho (2007, p.8) destacam que em ambas as oficinas são valorizados os bairros do jovem e seu cotidiano, já que o intuito é enaltecer sua identidade. Durante as aulas eles passam a entender a função da comunicação em nossa sociedade e o papel valioso que o profissional desse ramo tem para a reestruturação positiva de localidades. Os jovens são incentivados a descobrirem formas de representar o mundo e sua comunidade sob uma outra perspectiva.

A juventude da comunidade indígena das aldeias do Jaguapiru e Bororó, em Dourados (MS), também está desenvolvendo iniciativas de comunicação. Eles produzem, com o apoio de oficinas oferecidas pela ONG GAPK (Grupo de Apoio aos Povos Kaiowá), um jornal alternativo (o *AJIndo*), um blog, documentários e fotografias.

Os jovens índios participam de todas as etapas de produção: da escolha das pautas e redação dos textos aos critérios de seleção e diagramação, produção de fotos e postagens.

Maria Alice Campagnoli Otre avalia<sup>13</sup> que, a partir do momento em que esses sujeitos se agrupam em torno de práticas de comunicação, eles podem reelaborar suas identidades, as quais são comumente construídas de maneira confusa e negativa. Isso porque a própria aldeia, por um lado, não os reconhece, pois a

---

<sup>13</sup> No artigo *Comunicação alternativa como ferramenta de transformação para jovens indígenas das aldeias do Jaguapiru e Bororó em Dourados/MS*. Trabalho apresentado no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Natal (RN), dos dias 2 a 6 de setembro.

categoria dos jovens solteiros nada representa - aos 13, 14 anos era comum que os índios se casassem e automaticamente se tornassem adultos (e só estes têm o direito de expressar suas opiniões nas reuniões, sendo, assim, reconhecidos na sociedade indígena); por outro lado, o povo da cidade (que dista apenas 7 km da aldeia) constrói uma imagem negativa em torno deles:

A exemplo também do que acontece nas periferias, os indígenas de Dourados sofrem processos diversificados de exclusão e discriminação: nas escolas, festas, no centro urbano, na busca por emprego, no simples fato de caminhar pelas ruas. Os traços característicos da ascendência indígena já lhes garante, por si só, os rótulos de sujos, vagabundos, preguiçosos, bandidos, arredios, selvagens. (OTRE, 2008, p.2)

Ademais, a pesquisadora destaca que dificilmente aparecem notícias que valorizem sua cultura na grande mídia.

Em Campinas (SP), voluntários e pesquisadores do Grupo de Memória da Unicamp ofereceram oficinas de jornalismo para jovens em três bairros periféricos da cidade entre os anos de 2001 e 2004. A partir das capacitações e da discussão com os adolescentes sobre a importância do jornal como agente transformador da sociedade, o objetivo foi proporcionar aos adolescentes autoconhecimento, melhor compreensão sobre o local onde residem e valorização da auto-estima. Carnicel<sup>14</sup> destaca que os jovens da Vila Castelo, por exemplo, chegaram até a produzir o fanzine *Conexão Jovem*.

Em Fortaleza (CE), a ONG Alpendre desenvolve com jovens moradores de bairros pobres da cidade o programa NoAr - este é um núcleo da organização de formação nas áreas de vídeo e internet. Por meio da iniciativa, segundo Barbalho (2005), os jovens não só são capacitados em relação às linguagens midiáticas, mas são estimulados a reinventarem novas formas e linguagens, sem copiar os modelos e as gramáticas estabelecidas: ou seja, o projeto tem como meta afastar-se do fluxo noticioso homogeneizante da globalização, a partir da reelaboração da informação. Com o trabalho, a ONG almeja valorizar o potencial criativo dessas pessoas e desvincular a imagem delas do rótulo de marginais.

---

<sup>14</sup> CARNICEL, Amarildo. O jornal comunitário e a educação não-formal: experiências e reflexões. In: FUSER, Bruno (Org.). **Comunicação alternativa: cenários e perspectivas**. Campinas: PUC-Campinas/Centro de Memória da UNICAMP, 2005. p. 64.

Na mesma cidade, o pesquisador Francisco das Chagas Alexandre Nunes de Sousa lembra<sup>15</sup> que a ONG Comunicação e Cultura desenvolveu o Projeto Clube do Jornal, atuante em 123 escolas de ensino médio estaduais. Como resultado, cinco grupos/jornais foram publicados: *O Verbo*, *Tanakara*, *Ctrl. Alt. Del*, *GAMPH – Galera a mil por hora* e *Liberdade Jovem*.

Nayara Carla Teixeira<sup>16</sup> também desenvolveu artigo sobre a revista *Viração*, meio de comunicação sem fins lucrativos que ela considera alternativo e de caráter pedagógico, o qual envolve adolescentes e jovens de todo o país. Para a autora, os participantes atuam de maneira pró-ativa na confecção do produto e têm, por meio da atuação na iniciativa, estimulados seu espírito crítico e cidadão.

Peruzzo (2006, p.6) também destaca projetos como o extinto jornal *Becos e Velas Z/S* (produzido por moradores do bairro Jardim Ângela, periferia da capital paulista); o núcleo de produção audiovisual *Joinha Filmes* (idealizado por jovens moradores da zona leste da cidade de São Paulo), a agência de notícias *Raio X Comunicação* (mídia comunitária produzida na mesma região, na Cidade Tiradentes); e o coletivo *Metareciclagem* (rede de comunicação colaborativa que conecta pessoas e organizações de todo o país na luta por novas formas de apropriação de tecnologias, defendendo o uso de softwares livres e de licenças abertas).

As iniciativas, como se pode notar, são várias. E esses foram só alguns exemplos. Em relação ao estado da arte dos estudos nesse campo, Alexandre Barbalho<sup>17</sup> fez um levantamento dos artigos da Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, especificamente do Grupo de Pesquisa *Comunicação para a Cidadania* (de 2001 - ano em que o GP foi criado - até 2009), que tratam sobre os temas juventude, comunicação e cidadania. A pesquisa tem caráter quantitativo (ou seja, visa aferir quantos artigos existem sobre o tema) e qualitativo – avalia como esse assunto é problematizado.

---

<sup>15</sup> No artigo *Soltando o verbo: interlocuções entre jornalismo popular-alternativo e movimentações de juventude contemporânea*, apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Curitiba (PR), entre os dias 4 e 7 de setembro de 2009.

<sup>16</sup> TEIXEIRA (2007).

<sup>17</sup> Em *Juventude e cidadania: uma análise desde um GP da Intercom*, trabalho apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Caxias do Sul (RS), entre os dias 3 e 6 de setembro de 2010.

Dos 247 trabalhos do GP, 32 deles têm esse foco. Nesses artigos, o pesquisador observou que os jovens são vistos como sujeitos ativos do processo comunicacional: são agentes comunicadores que constroem suas identidades nas mais diversas mídias: rádio, vídeo, imprensa escrita, internet, expressões estéticas como o hip-hop, entre outros. Muitas das iniciativas relatadas acima foram objetos desses estudos.

Vistos alguns exemplos de realizações de comunicação contra-hegemônica produzidas por jovens e a situação da pesquisa nessa área nos últimos nove anos no âmbito da Intercom (que consiste no maior congresso de comunicação do país), vamos afunilar o *corpus* da pesquisa. Ele será concentrado em revistas feitas por pessoas da faixa etária de 15 a 29 anos. Não são publicações de qualquer tipo: mas aquelas que podem ser reconhecidas pelo conceito *comunitário-alternativo*.

Mas o que seria essa comunicação comunitário-alternativa? Retomando as reflexões sobre distinções e aproximações entre a comunicação popular-alternativa e a comunitária, pode-se pontuar que as revistas analisadas nessa pesquisa<sup>18</sup> ligam-se não a apenas uma dessas formulações, mas expressam características de ambas. Delimitar espaços claros entre esses conceitos é uma missão tortuosa:

Há quem pergunte quais são as diferenças entre tais manifestações. Na verdade, demarcações precisas de fronteiras entre elas tendem a não resistir à realidade, que costuma extrapolar os conceitos, por sua dinamicidade e caráter inter e transrelacionado constituídos. Nas práticas sociais, os processos comunicacionais são holísticos. Não se dissociam de mobilizações mais amplas e podem assumir um hibridismo de linguagem, formatos e conteúdos. (PERUZZO, 2008, p. 11)

Essa sinuosidade se dá porque, como já abordado, essas expressões de comunicação contra-hegemônica têm sofrido ressignificações ao longo dos anos. É cada vez mais comum o surgimento de manifestações de comunicação popular, assim como outras modalidades e formatos de meios de comunicação, que se diferenciam, em alguma medida, daqueles criados nos anos 1970 e 1990 - o que acaba dificultando seu reconhecimento pelos paradigmas teóricos desenvolvidos nesse intervalo de tempo.

Por exemplo, se nos anos 1970, 1980 e meados dos 1990 era comum que manifestações de comunicação contra o *status quo* estivessem intimamente ligadas

---

<sup>18</sup> Elas serão descritas logo adiante.

a organizações de base, ONGs e à oposição sindical metalúrgica, por exemplo, hoje em dia aumentam iniciativas feitas por pessoas sem vínculo institucional, associações ou até mesmo por grupos autônomos. Uma das características que se depreende desses processos (de diversificação e aumento de iniciativas de comunicação alternativa e surgimento de outros formatos e meios de comunicação associados ao aparecimento de novas tecnologias e à ampliação de atores sociais envolvidos na elaboração do conteúdo e gestão desses veículos) é que, como apontara a autora, muitos projetos que envolvem adolescentes e jovens assumem o misto de mídia comunitária e alternativa “numa dinâmica em que se descobre a comunicação como mediação no processo de formação da auto-estima e da cidadania juvenil em áreas carentes” (PERUZZO, 2009, p. 5-6).

Portanto, como os objetos dessa pesquisa articulam características de uma mídia popular-alternativa e de uma comunitária, partiremos do pressuposto de que as revistas se configuram como veículos *comunitário-alternativos*<sup>19</sup>.

Ou seja, o que se destaca nessa pesquisa é a delimitação desse gênero. Publicações que carregam esse perfil se inscrevem no âmbito de bairros e comunidades e têm o povo como protagonista no processo de gestão e produção de conteúdo – embora, em alguns casos, as camadas populares não assumam de maneira integral os veículos, contando, nesse sentido, com a parceria de organizações como universidades, ONGs, movimentos sociais e da Igreja.

Seus integrantes se ligam de maneira presencial ou virtual e mídias desse formato têm como meta estabelecerem-se como uma forma de comunicação dispare da praticada na grande mídia, especialmente em relação ao conteúdo. Elas devem ter como objetivo divulgar assuntos específicos de determinados segmentos populacionais ou questões de interesse público, de forma a estimular e ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania e promover o desenvolvimento comunitário.

A função educativa norteia produções desse gênero, já que, geralmente, elas se inscrevem em regiões onde o acesso à educação de qualidade é precário. Nesse sentido, grupos populares podem se reunir para discutirem as problemáticas locais;

---

<sup>19</sup> O termo *popular*, proveniente da categoria *popular-alternativo*, foi suprimido do conceito formulado, pois ambos os tipos de mídia são expressões tocadas por pessoas com condições econômicas precárias: ou seja, essa noção está subentendida.

assim, ganham suporte para valorizarem a cultura dos seus espaços e problematizarem formas de transformá-los.

Em relação à questão da lucratividade, é difícil trabalhar hoje em dia com a ideia de que esses meios não podem contar com anúncios para sua concretização - mesmo porque o custo para a produção de uma revista decididamente não é baixo. No entanto, é necessário haver um cuidado para que a presença de patrocínios não interfira na escolha do conteúdo editorial.

O caráter de uma mídia popular-alternativa (de incorporação de elementos lúdicos ao discurso) também pode se fazer presente. No entanto, esse tom de divertimento não deve perder de vista o caráter de crítica social – mesmo que permeado por aspectos de zombaria e ironia.

Diante de todas essas características, o que se retém é que uma comunicação comunitário-alternativa permite que os sujeitos passem a discutir a realidade de seu cotidiano, problematizando-a, com intuito final de transformá-la. Nesse sentido podem se perceber como atores e protagonistas de suas realidades. Assim, os jovens moradores de periferias responsáveis pelas revistas objetos dessa pesquisa, por exemplo, podem não só promover a transformação de suas comunidades, mas reelaborar a identidade estigmatizada que a grande mídia constrói em relação a eles (como delinquentes), reconhecendo suas múltiplas potencialidades.

Nesse sentido, foram escolhidas três revistas representantes desse gênero na capital paulista, escritas por jovens para jovens: *Menisqüência!*, da Zona Norte; *Zong*, Zona Sul; e a *Viração*. Esta última engloba a produção de todo o país – mas, na dissertação, focaremos na produção relativa à cidade de São Paulo.

### 1.3.1.1. *Menisqüência!*



“Transformar a comunidade da Brasilândia em um lugar mais justo e com oportunidades de trabalho, renda e comunicação para todos os seus jovens

habitantes”. É com esse ideal que um dos fundadores da revista *Menisqüência!*, Luiz Flávio Lima, apresenta os pilares em que se sustenta a publicação.

O desejo de transformar a realidade do bairro já vem expresso no próprio nome da publicação: *menisqüência* é uma gíria usada entre jovens de diversas regiões periféricas de São Paulo – em cada uma delas, o termo pode assumir diferentes significados. Na região da Brasilândia, por exemplo, significa rebeldia, quebra de regras e de paradigmas. “Acostumado a ouvir o termo entre os jovens que participavam do projeto de construção da revista, o cartunista Laerte Coutinho [que é colaborador] sugeriu que esse fosse o nome”, lembra Luiz Flávio.

A revista teve sua primeira edição lançada em 15 de agosto de 2006 por Ivan da Silva e Luiz Flávio, que tinham, na época, respectivamente 20 e 18 anos. Atualmente conta com a participação de 50 jovens de 16 a 24 anos, que atuam em todas as fases de produção da publicação: desde a escolha das pautas até a venda, passando por todos os estágios: roteiro, fotografia, diagramação, venda, colorização, arte-finalização, produção de conteúdo jornalístico, entre outros.

Mas a pergunta que fica é: qual a realidade em que esses jovens desejam intervir? Flávio<sup>20</sup> pontua que a região não se caracteriza como uma terra de oportunidades para sua juventude:

As ausências são uma constante. Ausência de equipamentos públicos de saúde, saneamento básico, cultura - neste ponto podemos citar a presença de apenas um equipamento público de difusão cultural, incapaz de atender toda a demanda existente entre a grande população juvenil presente na região - lazer, esporte, educação de qualidade, oportunidades de trabalho e geração de renda atingem dramaticamente os jovens da região, tornando-os altamente vulneráveis aos implacáveis indicadores de exclusão e violência. Violências de diversas ordens, sobretudo a pior de todas: a exclusão social.

Sua percepção não está equivocada. A Brasilândia situa-se na porção noroeste da capital paulista e conta com 246.906 habitantes<sup>21</sup>. Desse total, 25.386

---

<sup>20</sup> Trecho de entrevista cedida à autora da dissertação em 4 de abril de 2011.

<sup>21</sup> FUNDAÇÃO SEADE. Disponível em: [www.seade.gov.br](http://www.seade.gov.br). Acesso em: 10 mar. 2011. É importante destacar que esses dados são referentes ao ano de 2000 (última atualização). Essa fonte também foi consultada para a descrição sobre o número de habitantes dos bairros em que são produzidas as revistas que serão descritas adiante.

têm de 15 a 19 anos; 25.907, de 20 a 24 anos; e 23.266, de 25 a 29 anos – isto é, cerca de 30% da população é jovem. As pessoas dessa faixa etária estão sujeitas a diversos fatores de risco – assim como tantos outros jovens de todo o país.

No Brasil não existe nenhuma região em que parcela expressiva de jovens não esteja sujeita a morrer de forma violenta. Essa é uma das conclusões a que chegou o Índice de Vulnerabilidade Juvenil por Homicídios, um dos componentes de análise presentes no Mapa da Violência 2011<sup>22</sup>.

Se há cinco ou seis décadas as principais causas de mortes de pessoas de 15 a 24 anos estavam ligadas a epidemias ou doenças infecciosas, são os acidentes de trânsito e os homicídios (especialmente este último) os grandes vilões dos últimos anos. De acordo com informações extraídas do Mapa (p.18), estudos realizados em São Paulo e no Rio de Janeiro mostram que, em 1980, essas causas já eram responsáveis por aproximadamente 52,9% do total de mortes dos jovens do país. Quase três décadas depois, em 2008, quase 3/4 da mortalidade juvenil deve-se a essas razões.

Segundo o Mapa, só no ano de 2008, o índice de vitimização nacional<sup>23</sup> foi de 258 - o que significa que temos, proporcionalmente, duas vezes e meia mais homicídios juvenis do que nas restantes faixas etárias.

O mais preocupante é que, se esse ritmo for mantido, a proporção só tende a crescer. No início da década analisada, o índice de vitimização era de 220 (2,2 homicídios de jovens por cada homicídio de não jovem). Em 2008, esse índice aumentou para 258, o que representa um crescimento de 17,3%.

Nesse último ano de pesquisa, Roraima foi o Estado com o menor índice (192), enquanto Distrito Federal, Paraná e Amapá tiveram os maiores - respectivamente, 317, 309 e 300. São Paulo pontuou 198.

Ou seja, a realidade desse último Estado não é tão alarmente como as de outros do Nordeste e Centro-Oeste, mas, nem de longe se pode dizer que os jovens

---

<sup>22</sup> WAISELFISZ, Julio Jacobo. **Mapa da Violência 2011: os Jovens do Brasil**. Disponível em: [http://www.observatorioseguranca.org/pdf/2011mapa\\_Viol%EAncia.pdf](http://www.observatorioseguranca.org/pdf/2011mapa_Viol%EAncia.pdf). Acesso em: 7 abr. 2011.

<sup>23</sup> O índice resulta da relação entre os anos de 1998 e 2008 entre a taxa de óbitos por homicídio da população entre 15 e 24 anos e as taxas correspondentes ao restante da população – o grupo de 0 a 14 anos e os maiores de 25. Quanto maior for o Índice de vitimização, maior concentração de homicídios na população jovem. Se o índice de vitimização for próximo de 100, os homicídios atingem por igual tanto a faixa jovem quanto o resto da população. Índices menores de 100 indicam que a juventude encontra-se relativamente preservada e protegida, dado que os homicídios incidem de forma mais pesada nas outras faixas etárias.

da região não estão suscetíveis a serem mortos de maneira violenta – mesmo porque, como já dito, o espaço deve ter índice menor que cem para que seja tido como uma região em que a juventude encontra-se preservada.

Tratando especificamente da capital paulista, o contexto local pode ser compreendido por meio do Índice de Vulnerabilidade Juvenil, que avalia numa escala de 0 a 100 pontos o quanto jovens dos 96 distritos administrativos do município de São Paulo estão passíveis de vivenciarem situações violentas - o zero representa o local com menor vulnerabilidade e 100 o de maior. O índice considera em sua composição as seguintes variáveis: taxa anual de crescimento populacional entre 1991 e 2000; percentual de pessoas de 15 a 19 anos, no total da população dos distritos; taxa de mortalidade por homicídio da população masculina de 15 a 19 anos; percentual de mães adolescentes, de 14 a 17 anos, no total de nascidos vivos; e valor do rendimento médio mensal das pessoas responsáveis pelos domicílios particulares permanentes. A Brasilândia é um dos 19 distritos reunidos no grupo 5 (com mais de 65 pontos), que são os que os apresentam maior grau de vulnerabilidade juvenil dentro do município.

No que tange à renda média<sup>24</sup>, observa-se que 15,24% das pessoas responsáveis por domicílios não tinham rendimentos; 8,7% recebiam de meio a um salário-mínimo; 16,2%, de um a dois salários; 15,9%, de dois a três salários; e 20,7%, entre três e cinco salários. Isso significa que aproximadamente 76% da população local sobrevivem sem rendimentos ou com renda entre um e cinco salários.

Para se ter uma ideia do que esses números representam, o Jardim Paulista (bairro nobre da capital paulista) contava, nesse mesmo ano, com 83.844 habitantes. O poder aquisitivo dos residentes desse bairro é marcadamente distinto em comparação com o da população da região noroeste de São Paulo: 71,9% tinham renda maior que dez salários.

Para tentar mudar essa realidade nasce a revista, que é um projeto do Instituto Sala 5 - organização sem fins lucrativos criada em 2001 na Brasilândia.

A publicação é mantida por participação em editais e pela venda da revista. Os jovens envolvidos também arrecadam parte do valor de venda para si – a cada

---

<sup>24</sup> FUNDAÇÃO SEADE. Disponível em: [www.seade.gov.br](http://www.seade.gov.br). Acesso em: 10 mar. 2011. A recorrência a essa fonte também será procedida em relação às demais publicações, quando for descrita a renda média dos moradores de cada região.

exemplar vendido, R\$ 1,50 fica com o comunicador que a comercializa e o outro R\$ 1,50 é investido na manutenção do projeto e formação dos jovens – o valor integral do material é R\$ 3.

A revista não conta com patrocínios até o momento, mas há uma perspectiva de que eles comecem a figurar nas páginas do veículo a partir deste ano (2011). No entanto, de acordo com Zaíra Pires (responsável atual do setor de comunicação), haverá uma preocupação de que se recebam apenas anúncios condizentes com os valores da mídia. “Preferimos perder um anunciante e ficar com menos dinheiro do que aceitar parceria com organizações duvidosas”, avalia Zaíra<sup>25</sup>.

Em relação à estrutura, a *Menisqüência!* apresenta as seguintes editorias: *Na Pegada*, *Revelações*, *Contato Imediato*, *Siga a Letra*, *Pirateando*, *Trampoo*, *Interativo*, *Circuito Menisqüência!*, *Casos Crônicos*, *Licença Poética* e *Na ponta da Língua*.

Ela conta com tiragem de 20 mil exemplares e sua circulação tem sido anual. Mas as perspectivas são animadoras: “em 2011 mudanças ocorrerão na metodologia, o que diminuirá substancialmente o intervalo entre as edições publicadas”, prevê Luiz Flávio.

Outro aspecto positivo é que ela atua, em sua maioria, na formação de opinião de jovens. De acordo com pesquisa feita pela FVG (Fundação Getúlio Vargas) Jr. e o Instituto Sala 5, 95% dos leitores têm entre 17 e 30 anos. Em relação à formação, 16% estão matriculados no último ano do ensino médio; 25% têm o médio completo; 30% cursam graduação; e outros 29% concluíram o ensino superior.

---

<sup>25</sup> Em entrevista concedida à autora em 24 de agosto de 2011.

### 1.3.1.2. Zong



*Asong, asong, asong.* Foi da forma como jovens da região do Grajaú (zona sul) se propuseram a conhecer sua comunidade, via as ONGs, e da sonoridade que ecoa dessa expressão, que nasceu a ideia do nome da revista criadas por eles: *Zong*.

A revista foi criada em agosto de 2008, fruto de atividades do projeto Programa Jovens Urbanos - uma iniciativa da Fundação Itaú Social, gerenciamento técnico da ONG CENPEC (Centro de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Ação Comunitária) e execução da ONG Comunidade Cidadã. Ela nasceu dentro da fase de atividades em que jovens estudantes de 15 a 18 anos do ensino médio da região fizeram o diagnóstico da problemática de sua comunidade. “As principais questões que [os] fizeram criar a revista, apontadas no diagnóstico, foram a percepção da falta de leitura e escrita dos jovens e o desconhecimento de grande parte da comunidade de ações importantes para a população”, esclarece o jornalista e assessor tecnológico Flávio Munhoz<sup>26</sup>.

Para produzirem a revista, além de um período de formação de dez meses no Programa Jovens Urbanos, os jovens recebem uma capacitação específica de educomunicação com quatro meses de duração. Nesse sentido, se dividem em equipes para a concretização da publicação: coordenação, pauta, reportagem, diagramação, distribuição e eventos.

Toda essa formação os mune para tentar lidar com a realidade precária da região. O Grajaú é mais um dos 19 distritos reunidos no grupo 5 (com mais de 65 pontos), que são os que os apresentam maior grau de vulnerabilidade juvenil dentro do município.

O bairro conta com população absoluta de 331.837 habitantes. Os jovens perfazem um total de 30% dos habitantes (já que 35.889 dos moradores têm de 15 a 19 anos; 35.405, de 20 a 24 anos; e 32.817, de 25 a 29 anos. Em relação à renda média, 19,51% dos responsáveis por domicílios não possuem rendimentos; 0,22% recebem até meio salário-mínimo; 6,36% recebem entre meio e um salário; 16,26%, de um a dois salários; 17,36%, de dois a três salários; 22,07% de três a cinco salários. Ou seja, 81,78% sobrevivem sem renda ou com até cinco salários.

Estruturalmente, pode-se dizer que a publicação tem periodicidade anual e tiragem entre três e cinco mil exemplares. A distribuição é gratuita e realizada nas escolas públicas da região.

As editorias são variáveis, já que a cada edição os jovens se reúnem e decidem quais temas irão abordar.

---

<sup>26</sup> Em entrevista concedida à autora em 23 de fevereiro de 2011.

Em relação ao sustento da revista, Flávio Munhoz destaca que a *Zong* recebe patrocínios. No entanto, ele afirma os anunciantes e apoiadores não exercem influência nas escolhas editoriais: “Os poucos patrocinadores aparecem mais a título de agregar a sua marca a uma ajuda social. Eles são escolhidos aleatoriamente após o fechamento das matérias”, avalia.

### 1.3.1.3. *Viração*



Criada em 2003, a revista foi idealizada por um grupo de jornalistas que tinham como objetivo abrir espaço para a participação efetiva de jovens e adolescentes: não de maneira passiva, como em muitos veículos destinados a esse

público (com aparições na seção de cartas, como entrevistados etc.), mas como produtores de informação.

Nayara Carla Teixeira destaca<sup>27</sup> que o fundador e coordenador executivo da revista, Paulo Lima, relatou a ela que o intuito ao fazer a *Viração* era estimular o senso crítico dos jovens, sem tratá-los como mercadoria, mas como um segmento com potencialidade para mudar a realidade do Brasil e do mundo.

A participação efetiva desse segmento não se restringe apenas à teoria. As pautas, por exemplo, não são ditadas pelos editores, mas sim discutidas com os mais novos - que se organizam por meio do Conselho Editorial Jovem (CEJ).

Esse Conselho é um espaço da revista onde a participação do adolescente e do jovem é intrínseca. Aberto à pluralidade de raças, estilos e pensamentos, o CEJ permite que indivíduos de diversos lugares do país discutam criticamente a revista, sugiram pautas e enfoques e participem de seus processos operacionais. Construindo a revista, seus participantes aprendem a aplicar as tecnologias da comunicação e da informação na escola, no trabalho e em outros contextos relevantes para a sua vida, além de se tornarem indivíduos mais críticos e reflexivos. (TEIXEIRA, 2007, p. 88)

A revista conta com Virajovens (nome dado aos conselhos, em alusão ao nome da publicação) espalhados por todo o Brasil, nos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Distrito Federal, Mato Grosso do Sul, Paraná, Ceará, Goiás, Alagoas, Amazonas, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Pernambuco, Rio de Janeiro, Bahia, Maranhão, entre outros. De acordo com Paulo Lima<sup>28</sup>, cerca de 300 adolescentes e jovens estão envolvidos nesses grupos, ligados ou não a projetos e organizações sociais e culturais de 22 Estados e do Distrito Federal.

Esses atores sociais são responsáveis pela produção de conteúdo, edição de textos e imagens, diagramação, venda de assinaturas e gestão do processo de mobilização social por meio de iniciativas locais em escolas e comunidades.

O Virajovem São Paulo, em cuja produção se focará nossa análise, conta com a participação de dez a quinze jovens de 14 a 25 anos, moradores, principalmente, de bairros periféricos de toda a capital paulista. Paulo Lima explica na entrevista que:

---

<sup>27</sup> TEIXEIRA (2007, p. 86-87)

<sup>28</sup> Em entrevista concedida à autora no dia 10 de abril de 2011.

Esse número oscila muito porque às vezes [ele] envolve jovens que participam de outros projetos da *Viração*. Por exemplo, alguns dos cerca de 100 jovens de 60 comunidades de periferia que participam da *Plataforma dos Centros Urbanos*, projeto de parceria entre a Unicef e a *Viração*, são envolvidos em algumas atividades, como os Jogos Urbanos. Outro exemplo é o caso dos 12 jovens que participam do *Quarto Mundo*, programa de TV em parceria com a TV USP.

Para produzir conteúdo para a *Vira* (apelido dado à revista), os membros dos Virajovens passam por oficinas e cursos de comunicação popular feitos para e por jovens em escolas, grupos e comunidades de todo o Brasil. A maioria dos envolvidos na produção da publicação não encontra nela uma forma de geração de renda<sup>29</sup>, já que, de 80% a 90% das pessoas envolvidas são voluntárias.

É importante destacar também que essa mídia não recebe anúncios publicitários. Dessa forma, não existe censura nesse âmbito em relação à escolha das pautas. “A decisão sobre o que entra ou sai é alimentada e pautada pela linha editorial e os objetivos gerais da *Viração*”, explica Paulo Lima.

Tendo em vista a parceria estreita entre os campos de educação e comunicação, depreende-se que a publicação configura-se como uma prática educacional. Esse vínculo já está explícito na própria parceria que a revista tem com o Núcleo de Comunicação e Educação (NCE) da Universidade de São Paulo (USP), na figura de seu coordenador, Ismar de Oliveira Soares. O professor, de acordo com Nayara (2007, p.23), define a publicação como educacional ao avaliar que ela liga seus objetivos à cidadania e não às regras impostas pelo mercado. “Uma prática que ao abrir espaço para que o jovem/adolescente defina as pautas, faça a cobertura e relate os fatos (juntamente com os jornalistas), acaba por transformar o receptor em colaborador”.

A autora (2007, p.87) também se remete a Lima (2003) para explicar porque a publicação se configura como educacional: porque promove a mobilização juvenil; atua na compreensão do fenômeno da comunicação, objetivando a análise de suas linguagens e mensagens; apropria-se de assuntos importantes para a

---

<sup>29</sup> Em relação ao valor da *Viração*, destaca-se que ela é vendida por R\$ 6. Teixeira (2007, p.83) pontua que a publicação tem tiragem mensal de cinco mil exemplares e não tem fins lucrativos. Recebe apoio institucional da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi), Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo (NCE) e se mantém por meio de doações, patrocínios, assinaturas e anúncios.

realidade dos adolescentes: os direitos do jovem cidadão, a educação, a solidariedade entre os povos, o respeito à diversidade cultural e religiosa, entre outros. Inclusive são abordados assuntos relacionados com as diretrizes gerais do Ministério da Educação e Cultura (MEC), como ética, saúde, meio ambiente, pluralidade cultural, educação sexual, trabalho e consumo.

Ou seja, por meio da inserção de jovens em iniciativas como essa, eles passam a perceber que podem se apoderar dos processos de comunicação e reinventá-los, distanciando-se de uma comunicação vertical e ligada a pressupostos do *status quo*. Nesse sentido, têm seu espírito crítico estimulado e desenvolvem práticas cidadãs. Nayara (2007, p.94) destaca uma fala de Paulo Lima para demonstrar como nessa prática educacional há um ganho significativo em relação ao tipo de linguagem utilizada:

[...] uma linguagem que busca a neutralidade e procura se livrar dos rótulos preconceituosos que não raramente são utilizados para falar das comunidades carentes. Paulo, inclusive, faz menção ao estereótipo do jovem pobre, que é visto na grande mídia como o “coitado”. De acordo com ele, “não podemos mais repetir os mesmos erros que a mídia grande incorre, de achar que comunidade carente está sempre na periferia (...), de tratar de projeto social sempre do ponto de vista de caridade, muito de cima para baixo.

É a partir da redefinição do olhar que esses projetos de comunicação propiciam, que os jovens podem passar a se enxergar sob outro prisma e se articular para a transformação de suas comunidades.

#### **1.4. Considerações sobre o capítulo**

No início dessa etapa da pesquisa, procedeu-se à explicação das origens da comunicação popular e alternativa especificamente no Brasil. A trajetória permeou principalmente o período da ditadura militar até o advento da globalização e o surgimento das novas tecnologias, que possibilitaram o aparecimento de diversos formatos e meios de comunicação. Tudo isso para explicar como se tornaram difusas as fronteiras entre as diversas formas de comunicação alternativa: principalmente a comunitária e a popular-alternativa, categorias estas elaboradas em Peruzzo (2008).

Nesse sentido, tendo em vista as aproximações inevitáveis entre essas duas subdivisões - especialmente em iniciativas que contam com jovens moradores de bairros periféricos como protagonistas e têm como característica marcante o estímulo da criticidade e do espírito cidadão deles – propusemos uma nova categoria resultante da mescla dos dois conceitos: a *comunicação comunitário-alternativa*.

Antes de serem detalhadas as revistas objetos dessa pesquisa, realizou-se a explicação do porquê indivíduos têm se agrupado para reivindicarem seus direitos de cidadania coletivamente nos dias de hoje. Para tanto, nos detivemos na explicação de como a globalização tem influenciado na construção da identidade de homens e mulheres na contemporaneidade – acarretando, especialmente, nessas pessoas, a sensação de desalento e desamparo e um sentimento de não reconhecimento de si próprios. Soma-se a esses fatores o fato do Estado se responsabilizar cada vez menos em suprir as necessidades da população. Nesse sentido, a segurança e o reconhecimento que os indivíduos tanto buscam, muitas vezes, são sentidos quando se reúnem em comunidades (tanto pelo compartilhamento de uma vivência diária como pela ligação que se estabelece por meio da partilha de sonhos, ideais e ideologias).

Esses grupamentos humanos têm encontrado na comunicação contra-hegemônica uma forma de ressignificar a representação que têm de si próprios e de redesenhar a imagem que é construída em relação a eles na grande mídia: ou seja, ao tomarem conhecimento da realidade de seus espaços e conhecerem os mecanismos de processos comunicativos, têm seu espírito crítico estimulado, sentem-se sujeitos de suas vidas e podem se articular para lutarem pela transformação de seus espaços.

Iniciativas desse cunho estão pipocando por todo o país. Nessa dissertação trabalharemos especificamente com as movidas por jovens de regiões periféricas da cidade de São Paulo. São três as publicações objetos de nossa análise: *Menisqüência!* (da Zona Norte), *Zong* (Sul) e *Viração* – que conta, entre outros, com a participação de jovens e adolescentes de diversas regiões periféricas da capital.

É relevante destacar que, na dissertação de Nayara Carla Teixeira, a revista *Viração* é considerada um veículo alternativo. Nesse trabalho avançamos e propomos que ela seja uma mídia comunitário-alternativa, pois traz características de ambas as categorias já explicadas. A razão por ser taxada como alternativa já foi

amplamente discutida no trabalho da pesquisadora. O toque comunitário pode ser compreendido por meio da fala de um dos seus idealizadores, Paulo Lima<sup>30</sup>, que destaca um dos porquês da sua criação: para reforçar experiências de comunidades.

Trabalho com comunicação e juventudes e adolescências desde 1987 e sempre nas periferias. Nunca eu tinha visto uma iniciativa nacional ou internacional que servisse de fórum para a troca permanente de experiências e metodologias e visões de mundo. Foi por isso que criamos a *Viração*. Para dar eco às experiências localizadas e fazê-las dialogar com o global. Quando um jovem da periferia de São Paulo dialoga com um outro jovem da zona canavieira ou do sertão do Nordeste, sua visão de mundo muda. Seu repertório cultural e social se enriquece, por que há troca de visões de mundo, troca de saberes e fazeres e “sentires” (no sentido de sentir, sentimento). Os jovens que participam desse processo educucomunicativo da *Viração* não só escrevem e documentam na revista os problemas de suas comunidades, mas também as soluções, suas propostas de mudanças, que passam pela organização da sociedade civil, que passam pela conquista de direitos, que passam pela criação de uma nova representação social nos meios de comunicação de si mesmos e de suas comunidades, mais propositiva e criativa; menos estigmatizada e negativa.

Entendida a razão da *Viração* ser considerada como uma mídia comunitário-alternativa, destacaremos os próximos passos dessa pesquisa. No segundo capítulo será abordada a representação que a grande mídia faz de jovens moradores de periferia. Essa etapa do trabalho dará subsídio para que se entenda qual é o tipo de imaginário solidificado por esses meios; a partir dessa constatação, jovens podem se apropriar qualitativamente de veículos de comunicação para reelaborarem as imagens que têm de si mesmos e construir um olhar não estigmatizado em relação a sua comunidade; só a partir dessa etapa é que de fato poderão transformá-la.

---

<sup>30</sup> Na mesma entrevista concedida à autora.

## CAPÍTULO 2 – OS SQUEEGEE PESTS BRASILEIROS

O cotidiano parece se repetir conforme o previsto até que você é empalado por uma cena. Eu saía da loja de um shopping de São Paulo, na tarde de sábado, quando ele passou por mim. Não sei se era a forma como o ar se deslocava de outro jeito ao redor dele, mas eu ainda não o tinha visto e minhas mãos já se estendiam no ar para ampará-lo. Ou talvez fosse só impressão minha, uma vontade estancada antes do movimento. Era um homem velho. Mas mais do que velho, era um homem doente. Cada um dos seus passos se dava por uma coragem tão grande, porque até o pé aterrissar no chão me parecia que ele podia retroceder ou cair. Mas ele avançava. E porque ele avançava na minha frente eu pude ver aquilo que outras partes de mim já haviam percebido antes. Sobre a sua cabeça havia uma peruca tão falsa que servia apenas para revelar aquilo que ele pretendia esconder. E de uma cor tão diferente do seu cabelo branco que parecia descuido de quem o amava ou não amava. Aquilo doía porque havia uma vaidade nele, a preocupação de ocultar a nudez da cabeça. E a peruca mal feita a expunha como um fracasso. A cada um de seus passos de epopeia sua camisa subia revelando um largo pedaço da fralda geriátrica. E assim ele avançava como uma denúncia claudicante da fragilidade de todos nós. Atravessando o corredor do shopping, lugar onde fingimos poder comprar tudo o que nos falta, consumidos pelo medo dessa vida que já começa nos garantindo apenas o fim.

Eu o seguia nesse balé sem coreografia quando ouvi os risinhos. Olhei ao redor e vi as pessoas se cutucando. Olha lá. Olha lá que Ele tinha virado piada. Aquele homem desconhecido deixara a sua casa e atravessava o shopping. Para isso empreendera seus melhores esforços. Tinha vestido a peruca para que não percebessem sua calvície. Tinha colocado a fralda para não se urinar no meio do corredor. E caminhava podendo cair a cada passo. E as pessoas ao seu redor riam. E por um momento temi uma cena de filme, quando de repente todos começam a gargalhar e há apenas o homem em silêncio. O homem que não compreende. Até enxergar seu reflexo no olhar que o outro lhe devolve e ser aniquilado porque tudo o que veem nele não é um homem tentando viver, mas uma chance de garantir sua superioridade e sua diferença.

[...] Penso nisso porque acho que o mundo seria melhor – e a vida doeria um pouco menos – se cada um se esforçasse para vestir a pele do outro antes de rir, apontar e cutucar o colega para que não perca a chance de desprezar um outro, em geral mais vulnerável. Antes de julgar e de condenar. Antes de se achar melhor, mais esperto e mais inteligente. Vestir a pele do outro no minuto anterior ao salto na jugular<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> BRUM, Eliane. Na pele do outro. *Época*, São Paulo, 17 jan. 2011. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI202868-15230,00-NA+PELE+DO+OUTRO.html>>. Acesso em: 17 jan. 2011.

A estigmatização em torno de determinados grupos (como idosos, mulheres, negros, pobres e prostitutas) é algo corrente em nossa sociedade e o texto da jornalista Eliane Brum, publicado no dia 17 de janeiro de 2011, no site da revista *Época*, elucida de forma clara essa realidade. No entanto, a problemática se agrava quando além desses pré-conceitos serem concebidos, eles se cristalizam, ganham corpo, enraízam-se no imaginário coletivo e são instrumentalizados, culminando em atitudes discriminatórias. E a grande mídia tem papel protagonista nesse processo.

Na atualidade, o inimigo número um da segurança pública brasileira tem procedência e faixa etária definidas: são jovens moradores de bairros pobres. Essa é a constatação da docente da Universidade Estadual Paulista, Loriza Lacerda de Almeida, que é pesquisadora da área de sociologia urbana, com ênfase nos temas juventude, comunicação e cidadania. Em entrevista para a elaboração de trabalho de conclusão de curso<sup>32</sup> - que tratou da discriminação que sofrem grupos juvenis residentes em bairros periféricos de Bauru (interior paulista) quando frequentam o shopping center da cidade e da representação estigmatizada que a mídia local faz em relação a eles – Loriza esclareceu que a identidade em torno deles já está consolidada e é aceita acriticamente.

‘A gente vive numa sociedade que precisa encontrar culpados e penalizá-los. Nosso problema não é conjuntural, mas estrutural. E mexer na estrutura, nas desigualdades sociais do país, ninguém faz. Já que não se mexe no problema central, mexe-se nos secundários. A culpa é sempre colocada sobre essa gente. É a velha lei do positivismo, para todo efeito há uma causa. Aí começam a perguntar de onde vem esse jovem, qual é sua etnia...

(...) Além disso, o próprio jovem é um ícone de bandidagem no Brasil. Ou seja, todos esses ícones são associados como forma da sociedade justificar tudo de ruim que já fizemos. Em todos os países capitalistas que têm problemas em relação à injustiça social, são, antes de tudo, o gênero, o lugar e as condições onde se mora que determinam culpabilidades.

Então, os culpados geralmente contam com essas três características: pobreza, etnia e juventude. Isoladamente, esses pontos não convencem, têm que aparecer juntos, pois a pessoa pode ser pobre, mas trabalhadora, ou ser jovem, mas rica’. (BUENO; ALMEIDA, 2007, p.125)

---

<sup>32</sup> BUENO, Beatriz; ALMEIDA, Luana. **Manos, a bola da vez**: cada época tem seu bode expiatório. 116f. Trabalho de conclusão de curso (em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2007.  
A pesquisa foi subsidiada pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi).

A identidade de indivíduos com condições socioeconômicas precárias é construída, muitas vezes, de maneira problemática em grandes veículos de comunicação. Sylvia Moretzsohn, em seu artigo *Imprensa e criminologia: o papel do jornalismo nas políticas de exclusão social*<sup>33</sup>, já percebera esse quadro ao analisar quatro jornais de expressão nacional - *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* - e a revista *Veja*. Ao examiná-los, reconheceu como a lógica orientadora da cobertura criminal é essencialmente associada às classes populares, de forma a deixar nítido como elas representam um perigo para o público leitor dessas publicações – que ela destaca não ser composto por pessoas de baixo poder aquisitivo, muito pelo contrário.

Nesse artigo, Moretzsohn recorre a Nilo Batista (2000) para promover o entendimento de como se dá a criminalização do diferente. É na Inquisição, pela primeira vez na história, que o sistema penal pode adquirir autonomia que o desvinculasse do projeto político que o criou. Esse movimento não só estabeleceu a oposição entre a ordem jurídica e a infração, mas sacralizou a primeira: ou seja, pressupõe-se a existência de um “injusto que a ameaça, que se coloca externamente a ela (um injusto fora-da-lei) e que deve ser não simplesmente compensado ou retribuído, mas exterminado”<sup>34</sup>. A culpabilização do que foge ao que é tido como padrão persiste nos dias de hoje e é visível, por exemplo, na repressão policial sempre voltada aos setores pobres da população. Aliada a interesses particulares e a correntes específicas, como a mídia, o resultado é potencializado, já que esta última representa essas pessoas como marginais e vândalos. Ou seja, está claro quem são os *diferentes* na visão dos meios de comunicação de circulação nacional e do imaginário popular.

A criminalização da pobreza não é comum apenas no Brasil. Moretzsohn lembra da campanha *Tolerância Zero*, que teve início em Nova Iorque e rapidamente ganhou o mundo. O candidato à prefeitura da cidade - vitorioso em 1993, prometendo em campanha melhorar a qualidade de vida da população nova iorquina - focou especialmente no infortúnio que causavam o que a mídia chamava de *squeegiee pests* (do inglês, *vermes*). E quem seriam esses vermes? Os pequenos

---

<sup>33</sup> Moretzsohn, Sylvia. *Imprensa e criminologia: o papel do jornalismo nas políticas de exclusão social*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-imprensa-criminologia.pdf>. Acesso em: 06 mai. 2009.

<sup>34</sup> Idem.

revendedores de droga, as prostitutas, os mendigos, os vagabundos e os grafiteiros. A campanha, que repercutiu bastante na mídia, poderia ser resumida na declaração do então chefe de polícia daquela cidade: “Em Nova Iorque sabemos onde está o inimigo”.

A caça aos pobres não é exclusividade da cidade cartão de visita dos Estados Unidos. Em Bangladesh (Ásia), especificamente na cidade de Chittagong, as autoridades locais propuseram o pagamento de uma indenização de cerca de dois dólares por dia para que mendigos deixassem as ruas durante a Copa do Mundo de Críquete, ocorrida em março último.

De acordo com informações extraídas de matéria produzida pela BBC Brasil<sup>35</sup>, cerca de 300 pedintes portadores de deficiências físicas iriam receber o valor durante três meses como indenização pelos ganhos perdidos. “Tomamos a iniciativa [...] para que eles não incomodem os turistas e expectadores”, explicou em entrevista o prefeito da cidade, Mansur Alam, acrescentando que também seria feita uma lista para impedir que moradores de rua de outras partes do país fossem para Chittagong.

A discriminação em relação a pobres é uma realidade tão marcante no Brasil que até o fato das passagens de avião apresentarem preços mais acessíveis atualmente tem incomodado as classes médias e altas. Marcelo Rubens Paiva, em texto recente<sup>36</sup>, aborda essa realidade:

[...] o bordão que melhor exemplifica o susto e o desprezo da classe A pelos pobres, ou ex-pobres que agora têm dinheiro para frequentar certos ambientes antes fechados a eles, é: ‘Credo, esse aeroporto tá parecendo uma rodoviária!’. De tão repetido, tem tudo para se tornar o ‘Você sabe com quem está falando?!’ do início do século XXI.

E, ao avaliar o ritmo contínuo de crescimento do país, o colunista lança a questão, com tom irônico: “Nesse ritmo, num futuro próximo, quem é que vai empacotar nossas compras?”.

José Ramalho destaca que, em nosso território, características e indícios de pobreza são associados de forma quase natural à prática de crimes:

---

<sup>35</sup> Cidade em Bangladesh pagará mendigos para que saiam das ruas durante copa de críquete. **BBC Brasil**. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/bbc/2011/02/01/cidade-em-bangladesh-pagara-mendigos-para-que-saiam-das-ruas-durante-copa-de-criquete.jhtm>>. Acesso em: 01 fev. 2011.

<sup>36</sup> PRATA, Antonio. O aeroporto tá parecendo rodoviária. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 19 jan. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1901201104.htm>>. Acesso em: 19 jan. 2011.

O modo de identificar um *delinqüente* está sempre mais referido a aspectos próprios das pessoas enquanto membros desses grupos sociais do que à evidência de delitos cometidos por eles. Na verdade, o reconhecimento do *crime* está essencialmente no fato de estar desempregado, morar na favela, ser umbandista, ou ser analfabeto. São esses os indícios explicitamente admitidos pela sociedade para a identificação do *criminoso*. (RAMALHO, 1979, p. 13)

Dessa forma, os aspectos pelos quais se define o delinquente são, na verdade, expressão de preconceitos afirmados com relação a certos estratos sociais. É senso comum relacionar as condições de pobreza de determinado grupo (que geralmente reside em áreas periféricas) à prática de delitos. São pontos como baixos salários, condições de habitação precárias e falta de educação que são apontados, de forma natural, como razões para o cometimento de atos criminosos.

A cor de pele também é um dos elementos que conotam delinquência no imaginário coletivo. E essa associação tem origens que remontam à escravidão. De acordo com Florestan Fernandes (1978), a cor se afirma como marca social, que liga a imagem do negro e do mulato, inexoravelmente, a uma posição social degradante. A exaltação desse tipo de associação não é feita de maneira deliberada, ou seja, a maior parte das pessoas a realiza de maneira inconsciente e espontânea. Trata-se de um efeito da inércia, já que as transformações histórico-sociais (decorrentes da abolição da escravidão e posterior Proclamação da República), que alteraram a estrutura e o funcionamento da sociedade, quase não afetaram a ordenação das relações raciais típicas do Antigo Regime. Ou seja, o manto da liberdade e dos pressupostos da República não foi estendido sob grande parte dos negros, que continuaram vivendo em estado de miséria e de desorganização social.

Nesse sentido, essa associação entre cor de pele e condição social e econômica degradante se constrói a partir da herança do patrimônio sócio-cultural luso-brasileiro e chega até a contemporaneidade por força da inércia. Dessa forma, foi construída uma imagem do negro como uma categoria social inferior, imagem que resiste a redefinições. Assim, explica-se porque a própria estereotipação é tão tenaz e envolvente.

O preconceito surgiu na sociedade brasileira como uma das consequências da escravidão. O catolicismo impunha ao senhor de escravos que ele levasse fé e salvação a seus servos, já que estes eram considerados seres pagãos. Assim, a

imagem do escravo foi construída a partir de uma desconstrução, ou seja, por meio da consolidação de sua representação como criatura sub humana, inferior e dependente. Nesse sentido, a própria escravidão foi convertida numa relação aparentemente piedosa e misericordiosa.

Observa-se que as marcas raciais possuíam, nesse contexto, um papel secundário, porque elas apenas serviam para indicar os portadores da condição degradante de escravo e, mais tarde, de liberto. No fundo, portanto, o preconceito, que se tornava racial por uma consequência das origens biológicas dos escravos, preenchia uma função de legitimar o que era socialmente ilegítimo: por meio dele o senhor de escravos podia agir com seus servos da forma que lhe conviesse e justificar-se, moralmente, perante a sua consciência religiosa e o consenso geral.

“Assim, pode-se reter que as fontes de distinção e de separação não eram raciais a princípio. Mas, convertiam-se em tal, na medida em que atrás do senhor, estava o branco e, por trás do escravo, encontrava-se o negro ou o mestiço” (ALMEIDA; BUENO, 2007, p.12).

Resumindo e atualizando, a cor de pele negra continua sendo ainda hoje ligada à idéia de condição social degradante.

Complementando, a representação do jovem no Brasil também é problemática. De acordo com Abramovay<sup>37</sup>, pode-se afirmar que a juventude é um rito de passagem entre ser criança e ser adulto, passando pela “irresponsabilidade provisória” já abordada por Bourdieu (1983). Nesse sentido, grupos juvenis são vistos na contemporaneidade sob uma perspectiva culpabilizante: ou seja, são tidos como uma ameaça social.

Imputados de culpa. A juventude é constantemente associada à ameaça social, à criminalidade, à ‘delinqüência’, como se o ser jovem implicasse, de forma potencializada e direta, no desvio e na transgressão criminosos, cujos desdobramentos seriam capazes de colocar em risco tanto a sua própria integridade física e moral quanto a de toda a sociedade. (ABRAMOVAY; ESTEVES, 2006, p.5)

Nesse sentido, o jovem pobre carrega o estigma de marginal e esse tema é abordado por Abramovay no livro *Gangues, Galeras, Chegados e Rappers* (2002), que dá voz a grupos juvenis de cidades periféricas de Brasília (DF). Estes se

---

<sup>37</sup> Disponível no site pessoal de Miriam Abramovay: <http://www.miriamabramovay.com/site/index.php>.

comparam aos da área nobre e sentem-se discriminados por várias razões: pelo fato de morarem na periferia, pela sua aparência, vestuário, entre outros.

Essas percepções são corroboradas pelos resultados obtidos nos grupos focais e entrevistas. O fato de serem jovens, somado à classe social, faz com que pareçam suspeitos, culpados de algo que ninguém pode explicar claramente. Dizem-se vigiados, mal atendidos nos estabelecimentos comerciais, principalmente nas lojas de grife, as mais caras, onde seu aspecto denuncia a falta de poder aquisitivo: 'Quando você entra numa loja, só por causa da roupa, eles já andam atrás de você'; 'De olho em você pela roupa. Ele já diz 'Esse aí é malandro, véi'. (...) A discriminação também foi outro fator apontado pelos participantes da amostra domiciliar, que exibem uma inquietação semelhante àquela presente no discurso dos jovens entrevistados nos grupos focais. Uma forma de discriminação apresentada por eles se refere ao 'jeito' do pessoal da periferia, diferente do Plano Piloto. Eles sentem-se olhados e observados nos locais públicos do Plano, especialmente nos shoppings, como se trouxessem a marca da periferia estampada nos rostos. Que marca? O modo de vestir, de andar, os gestos, a maneira de falar, a cor, a forma de interação com o grupo de amigos. O mal trajar e a maneira de andar são, ao mesmo tempo, fatores de identificação, de distinção desses jovens. (ABRAMOVAY, 2002, p.42).

No caso da cidade de Bauru, nota-se a dimensão simbólica que os meios de comunicação desempenham na criação e difusão de estigmas e preconceitos em relação aos jovens da periferia que frequentam a área nobre da cidade (entorno do shopping) nos fins de semana. Esses veículos incentivam a realização de uma verdadeira política de segregação espacial ao apoiarem e incitarem o desejo das elites de resguardar apenas para si seus espaços de convívio.

Esse ponto pode ser observado no trabalho de conclusão de curso realizado pela autora dessa dissertação, no qual foram analisadas matérias do principal impresso da região, o *Jornal da Cidade*. O foco foi voltado para aquelas que falavam sobre a presença de jovens na zona sul da cidade, como se pode ver nesse trecho:

Na matéria do dia 11 de maio de 2006, além de ficar evidente a associação entre pobreza e criminalidade, procedeu-se uma degradação do indivíduo. Uma correlação natural entre três eixos é realizada: pobreza (já que o jovem é morador do bairro periférico Mary Dota), criminalidade (foi acusado de pixação de muros) e o remetimento a uma das consideradas essências do pobre criminoso: a falta de educação. Um trecho de uma carta escrita pelo jovem com desvios da norma gramatical foi publicado e salientado, característica que não é comum no periódico, em linhas gerais, quando a fala reproduzida é de outros personagens. (ALMEIDA; BUENO, 2007, p. 44)

Além da análise da publicação, foi realizada uma pesquisa com 173 estudantes do curso de jornalismo de três universidades de Bauru, a Universidade Estadual Paulista (Unesp), Universidade Paulista (Unip) e Universidade do Sagrado Coração (USC), para que se pudesse compreender a visão dos futuros comunicadores de então sobre a presença de jovens da periferia no shopping. Os respondentes tinham, em sua maioria, de 19 a 21 anos (62,4%) e renda econômica de três a dez salários-mínimos (46,24%) e dez a 20 salários (23,12%).

Por meio dos questionários aplicados, demonstrou-se a visão deformada que a maioria desses universitários apresentava em relação a essa realidade. Como 73% deles frequentavam esse local aos fins de semana, eles tinham *expertise* para avaliar o quadro. As alternativas mais apontadas (quando solicitados para fornecerem as causas de violência na região nos fins de semana), em ordem de prioridade, foram aumento de pessoas na região, diferentes classes sociais convivendo no mesmo ambiente e presença de jovens da periferia.

Quando questionados sobre o que os manos (grupos juvenis pobres) fazem no shopping, opiniões como “espiam para roubar”, “paqueram qualquer ser do sexo feminino e andam em bandos”, “tumulto e má influência” e “assaltar” perfizeram um total de 38,1% das respostas.

No entanto, a percepção deles não condiz com a realidade da criminalidade da região. Em entrevista para o trabalho de conclusão da graduação, o capitão do Primeiro Comando do Batalhão da Polícia Militar, João Costa Duarte, afirmou que não há índices expressivos de transgressões naquela área. Por meio de seu depoimento, dados coletados sobre as ocorrências no entorno do estabelecimento junto à Polícia Militar e relatos transmitidos no *Jornal da Cidade*, nota-se que quando as ações ocorriam, geralmente estavam ligadas ao porte de bebida alcoólica, de sprays e bolas de sinuca, que, eventualmente, poderiam ocasionar um crime. De acordo com o capitão, a ação mais violenta de que ele se recorda foi quando jovens atiraram pedras contra a viatura da Polícia Militar.

Ou seja, não há razão plausível para que sejam taxados de criminosos. O que ocorre é que, no jornalismo praticado nos dias de hoje, há uma tendência de acatar a interpretação socialmente mais aceita, o que por sua vez, reforça as expectativas já presentes no senso comum. Depreende-se que não basta apenas oferecer fatos sensacionais e inéditos para o público, mas relatar aqueles que Moretzsohn pontua como *fenômenos de sociedade*, ou seja, acontecimentos particulares que envolvem

peças comuns, mas expressam um sintoma reconhecível socialmente. São “acontecimentos que tratam uma interpretação, mas uma interpretação que já está aí antes deles” (MORETZSOHN, 2007, p.202). Uma interpretação que se reduz sempre à mesma explicação e que confirma o senso comum.

As notícias, redigidas por jornalistas, denotam a ‘naturalização’ do caminho e da origem da delinquência. É natural que os morros e favelas sejam os ‘lugares considerados como redutos de marginais’, e deste ponto de vista, torna-se ‘natural’ o vasculhamento freqüente desses locais. Tais representações sobre a delinquência também existem para essas populações sob as quais repousa a suspeição de que são a origem e o caminho do criminoso. Para eles é necessário maior violência e repressão no trato com os delinqüentes, já que são os mais afetados por suas atividades, embora percebam que a polícia os considera a todos como potencialmente delinqüentes. Na verdade, esses fatos giram em torno da suspeição contra determinados grupos sociais, o que efetivamente significa a suspeição de uma classe sobre a outra. (RAMALHO, 1979, p.126)

Ou seja, o profissional de jornalismo apresenta dados informativos que já se enquadram numa opinião já formada. Assim forma-se um círculo vicioso de enraizamento de percepções. Sentos comuns permeiam os leitores e a mídia os reproduz, tanto para atender às ideologias de seu público-alvo, como por ela própria ser formada por profissionais que são, antes de tudo, seres humanos construídos, em linhas gerais, no mesmo contexto de seu leitor.

O grande problema da elaboração de representações equivocadas é a amplitude do poder da mídia na contemporaneidade. Paiva (2001, p.2) destaca que ela tem se configurado como o elemento que mais delinea a estrutura social de maneira definitiva nos dias de hoje. Para a autora, isso significa que vivemos em um momento ímpar na história da humanidade, pois nem religião, política ou qualquer outro sistema normatizador de relações sociais abarca e influencia tão eficazmente a padronização comportamental, moral, cognitiva e modos de viver de toda a humanidade.

Para autora, por mídia entende-se:

[...] o esquema de produção e representação comprometido com as forças ordenadoras do mercado, também excessivamente comprometido com a estetização da vida, desprovido de qualquer intenção de modificação da situação atual, além de ser o responsável direto pelo incentivo e geração de consumo. Para compreender o

conceito de mídia, é preciso ir além da idéia de que se trata apenas das redes de emissoras de televisão, ou das emissoras de rádio ou ainda dos jornais. Mídia é o conjunto de todos estes aparatos e a capacidade de gerar uma super estrutura cujo papel tem sido o de definir de maneira totalizante o cotidiano. (PAIVA, 2001, p.2)

E a partir do momento em que essa imagem estigmatizada construída pela grande mídia é cristalizada e reforçada rotineiramente em meios de comunicação, limitando a aparição de determinados segmentos sociais a situações associadas à violência, esses veículos atuam como instrumentos poderosos de “extermínio simbólico de grupos inteiros da população (negros, indígenas ou apenas pobres)” (ABRAMOVAY, 2002, p.20). No caso dos produtores das revistas que serão analisadas nessa dissertação, a representação como marginais contribui para o estabelecimento, dia a dia, de uma violência simbólica contra eles: do olhar de canto de olho nas ruas ao atravessar para a outra calçada e à suspeição constante.

Uma das saídas para que se desconstruam essas cristalizações de pré-conceitos seria possível, segundo Moretzsohn (2007), a partir da crítica em relação à naturalização dos fatos, por meio da suspensão da cotidianidade. Assim, a atividade jornalística teria que lidar com a imediatividade dos fatos com um distanciamento capaz de dar-lhes sentido, lidando com o cotidiano, mas sem perder de vista a capacidade de fornecer-lhe elementos de crítica.

Se é verdade que para o jornalista o imediato não é o ponto de chegada, mas o de partida, essa atividade demanda de quem a exerce um trabalho sistemático de reflexão para a escolha dos fatos e para a sua exposição como notícia numa perspectiva que possa contribuir para abalar as certezas cristalizadas no senso comum. (MORETZSOHN, 2007, p. 251)

A busca pelo ideal do jornalismo representa um permanente enfrentamento da lógica imposta pelas rotinas jornalísticas (marcadas, entre outros, pelo prazo exíguo para apuração da informação e pela recorrência às mesmas fontes) e a busca de um discurso capaz de alterar aquelas expectativas, de enxergar o que as aparências enganam.

## 2.1. Juventude e seu potencial transformador

Para fazer frente à representação estigmatizada que a grande mídia constrói em relação a grupos juvenis moradores de bairros periféricos, estes podem se apropriar de meios comunitário-alternativos – os quais, como já abordado no primeiro capítulo, dispõem de subsídios para que desenvolvam auto-estima e espírito crítico em relação às condições de seus espaços e se articulem para a transformação da realidade local. Nas mãos deles esse poder pode ser potencializado já que contam, só por serem jovens, com munição explosiva para a promoção da mudança que querem ver no mundo.

A noção de juventude sob uma ótica revolucionária começa a aparecer no século XVIII, na época da Revolução Francesa. Abramovay e Esteves (2006, p.4) se remetem a Ribeiro (2004) para esclarecer que, até então, era valorizado o padrão estético comum à velhice – o qual se configurava como sinal de distinção social pela nobreza. A partir do século seguinte, com o paulatino estabelecimento do modo de produção capitalista e a queda do regime monárquico, esse cenário mudou de perspectiva:

[...] tudo o que se identificava com o 'Antigo Regime' (mentira, preconceito, servidão) cede espaço para a idéia do 'novo' (liberdade, democracia, vida). É nesse contexto de enaltecimento da novidade, em que também se difunde uma noção de felicidade diretamente associada à de transformação, que a juventude passa a constituir um valor importante. (ABRAMOVAY; ESTEVES, 2006, p.4).

Diante desse momento histórico é que se dá a raiz da correlação comum na contemporaneidade entre juventude e revolução.

No âmbito brasileiro, essa mudança de olhar em relação a essa geração só tem seus primeiros esboços traçados a partir de 1950 – por volta dos anos 1920, os jovens ainda buscavam assemelhar-se aos mais velhos, por meio do uso do bigode e da adoção de ar solene, entre outros, para fazerem-se respeitáveis. Kehl (2004) figura no artigo dos autores (2006, p.4) para explicar como a valorização da idade adulta também esmoreceu com a égide do capitalismo no Brasil e as condições que o sistema trouxe consigo: o aumento do número de desempregados e a necessidade de se estudar durante mais anos para se conseguir um emprego – o que levou, em linhas gerais, grupos juvenis a permanecerem na casa dos pais e

serem dependentes deles por mais tempo<sup>38</sup>. Ainda sem contarem com sua independência e pelo fato de serem vistos em nossos dias por meio de valores ligados à moda, ao comportamento e artefatos, a sociedade de consumo começa a enxergar neles um potencial consumidor: enfim, passaram a ser reconhecidos<sup>39</sup>.

Mas o que seria essa juventude? Para Bourdieu, delimitar gerações por idade é uma atitude arbitrária. A definição de juventude e velhice não é estática para o autor, mas sim construída socialmente.

É-se sempre jovem ou velho para alguém. É por isso que os cortes em classes de idade, ou em gerações, são tão variáveis e são uma parada em jogo de manipulações. Por exemplo, Nancy Murin, uma etnóloga, mostra que em certas sociedades da Austrália, a magia rejuvenescedora usada pelas mulheres velhas para recuperarem a juventude é considerada inteiramente diabólica, porque subverte os limites entre as idades e faz com que já não se saiba quem é jovem e quem é velho. (BOURDIEU, 1983, p.152)

Ao intitular o texto como *A juventude é só uma palavra*, o autor já traz aí uma desconstrução da ideia de que o conceito de juventude é uno: achar que esse grupamento é “dotado de interesses comuns, e de se referir esses interesses a uma idade definida biologicamente, constitui já uma [...] manipulação” (BOURDIEU, 1983, p.153). É necessário, para ele, avaliar as diferentes juventudes: ao menos duas delas, a abastada (que pode gozar de uma “irresponsabilidade provisória”) e a desfavorecida economicamente, que não tem sequer adolescência, é pouco assistida, ingressa no mercado de trabalho e é imbuída de responsabilidades muito mais cedo do que a primeira.

Abramovay e Esteves (2006, p.4) se referem a Pais (1983) e corroboram essa visão:

[...] não há somente um tipo de juventude, mas grupos juvenis que constituem um conjunto heterogêneo, com diferentes parcelas de oportunidades, dificuldades, facilidades e poder nas sociedades. Assim, a juventude, por definição, é uma construção social, ou seja, a produção de uma determinada sociedade originada a partir das múltiplas formas como ela vê os jovens, produção esta na qual se conjugam, entre outros fatores, estereótipos, momentos históricos, referências múltiplas, além de diferentes e diversificadas situações de classe, gênero, etnia, grupo etc.

<sup>38</sup> Tanto que a UNESCO (2004) reconheceu essa realidade e incluiu o intervalo dos 25 aos 29 na faixa etária que compreende a juventude na contemporaneidade. A instituição considera jovens pessoas que tenham de 15 a 29 anos.

<sup>39</sup> MARGULIS; URRESTI (1996a) apud ABRAMOVAY; ESTEVES (2006, p.5).

Ou seja, há um entendimento geral de que existem diversas juventudes, mas vamos focar nesse conceito de maneira geral – já que não iremos tratar das diferenças entre diversos grupos de jovens, o que faria necessário a recorrência ao plural do termo. Mas sim serão destacadas as características dessa geração frente às demais: por essa razão, será promovida uma tentativa de defini-la, no singular.

De acordo com Abramovay<sup>40</sup>, a juventude é um rito de passagem entre ser criança e ser adulto. Algumas características são comuns a essa geração, independentemente de suas condições de existência:

a procura pelo novo; a busca de respostas para [...] contextos antes desconhecidos; o jogo com o sonho e a esperança; a incerteza diante dos desafios que lhes são colocados [...] pelo mundo adulto etc. (ABRAMOVAY; ESTEVES, 2006, p.5)

Além da ânsia por mudança, a juventude brasileira também se configura como otimista. Seu olhar positivo aparece na matéria publicada pela *BBC Brasil*<sup>41</sup>, que traz a pesquisa 2011 – *A Juventude do mundo*, divulgada pela Fundação para a Inovação Política (Fundapol), da França. O estudo, que foi realizado em 25 países de cinco continentes, com 32,7 mil pessoas, revelou que 87% dos jovens brasileiros consideram que seu futuro será promissor – aliás, essa geração só perde em otimismo para a indiana (90% têm essa percepção).

Em relação à crença num futuro promissor do país, os brasileiros ficam em terceiro lugar, com 72%. “De uma maneira geral, se considerarmos outros itens da pesquisa, podemos considerar que a juventude brasileira é de longe a campeã de otimismo”, disse, em entrevista à *BBC Brasil*, Dominique Reynié, coordenador-geral do levantamento e diretor do centro de estudos francês Fundapol. A avaliação abordou 224 temas variados, que vão desde assuntos ligados à economia, confiança nas instituições políticas ou na polícia a questionamentos ligados à religião, família, sexo, ecologia e internet.

---

<sup>40</sup> Disponível no site pessoal da pesquisadora: <http://www.miriamabramovay.com/site/index.php>.

<sup>41</sup> FERNANDES, Daniela. Mais de 85% de jovens no Brasil creem em futuro promissor, diz pesquisa. **BBC Brasil**, 19 jan. 2011. Disponível em: [http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/01/110119\\_pesquisa\\_juventude\\_daniela\\_rw.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/01/110119_pesquisa_juventude_daniela_rw.shtml). Acesso em: 19 jan. 2011.

Não só positivos, os jovens do Brasil também se percebem como sujeitos responsáveis pelas mudanças que desejam ver no mundo. Abramovay e Esteves destacam<sup>42</sup> que, quando os entrevistados foram perguntados sobre quais as principais características que definem a juventude, a segunda resposta mais votada foi a relativa à consciência, à responsabilidade e ao compromisso dessa geração (14,6%) – a mais votada, com 26,9% foi o quesito *moda e aparência*.

Essa gana por mudanças comum à juventude mais a constatação da visão otimista dessa geração em relação ao futuro e as possibilidades que ele lhes reserva mostram o poder de transformação que esses jovens guardam ao alcance das suas mãos. Barbalho (2005, p.3) compreende esse potencial e os entende como compondo (ou podendo constituir) um devir minoritário.

Para definir o que seria minoria, Paiva (2001) primeiramente explica o conceito de hegemonia tendo em vista Gramsci: um pensamento determinante e dominante oriundo da articulação de vários campos como a cultura, a arte, a religião, a filosofia, a ciência, a política e a economia. Dessa forma, o sentido de minoria abarca categorias como mulheres, negros e jovens, na medida em que esses se posicionam contra - hegemonicamente, ou seja, com meta de modificar a estrutura social.

Para explicar o que é devir, Barbalho recorre a Félix Guattari (1999):

[...] é a possibilidade (ou não) de um processo se singularizar diante das estratificações dominantes de uma sociedade; é a capacidade de subjetivação de uma minoria que escapa à individualização em série do capital. A questão das minorias, por essa via de análise, é a da multiplicidade, da pluralidade; a de constituição enquanto movimentos processuais e transversais aos estratos sociais. (BARBALHO, 2005, p.3)

O autor avalia ainda que compreender os jovens como potências minoritárias é perceber que seu devir configura-se como “uma linha de fuga”, numa sociedade pautada nos valores do adulto – em especial se esse devir se liga a outros, como as questões de classe, por exemplo.

O que se depreende dessa etapa da pesquisa é que, embora a juventude de forma geral seja taxada como delinquente (especialmente a menos favorecida

---

<sup>42</sup> Por meio dos dados obtidos na pesquisa *Juventude, juventudes: o que une e o que separa*, realizada em 2006 pelos autores.

economicamente), por um lado, outras percepções conversam entre si e veem nela um potencial transformador explosivo. Nesse sentido, os produtores das revistas comunitário-alternativas da capital paulista (objetos dessa dissertação) podem aproveitar todo esse instinto revolucionário e a própria visão otimista que têm e comporem, dessa forma, o devir minoritário de Barbalho. Só assim poderão reposicionar a imagem estigmatizada que a grande mídia produz em relação a eles e promover as transformações econômicas, políticas, culturais e educacionais que suas comunidades tanto necessitam.

## **2.2. Híbridação cultural e comunicação comunitário-alternativa: linha de fuga**

Outras peças-chaves para o entendimento da potencialidade de transformação que esses jovens guardam em suas mãos são as próprias contradições que a modernidade traz aos setores populares da América Latina – especialmente a convivência entre o tradicional e o moderno, de acordo com Canclini (2008). E as produções na área de comunicação alternativa não passariam incólumes a essa realidade.

O autor avalia que os países latinoamericanos compartilham uma realidade de heterogeneidade multitemporal, já que uma das características dessa região é o entrecruzamento de culturas indígenas (especialmente nas áreas mesoamericanas e nos países andinos), cultura colonial hispânica católica e ações educacionais e comunicacionais modernas.

A questão do cruzamento entre as civilizações indígenas, europeias e africanas nesse território já pode ser reconhecida no próprio processo de colonização da região. Já as tentativas de modernização aconteceriam alguns séculos depois. Essa ação foi mais eficiente em determinados grupos das elites, mas, em outros, a mistura entre o arcaico e o moderno insistiram em fazer-se presente.

*Essa heterogeneidade multitemporal da cultura moderna é conseqüência de uma história na qual a modernização operou poucas vezes mediante a substituição do tradicional e do antigo. Houve rupturas provocadas pelo desenvolvimento industrial e pela urbanização que, apesar de terem ocorrido depois que na Europa, foram mais aceleradas. Criou-se um mercado artístico e literário através da expansão educativa, que permitiu a profissionalização de alguns artistas e escritores. As lutas dos liberais do final do século*

XIX e dos positivistas do início do século XX – que culminaram na reforma universitária de 1918, iniciada na Argentina e estendida logo a outros países – conquistaram uma universidade laica e organizada democraticamente antes do que em muitas sociedades européias. Mas a constituição desses campos científicos e humanísticos autônomos se chocava com o analfabetismo da metade da população e hábitos políticos pré-modernos. (CANCLINI, 2008, p.74)

Como exemplo, podemos observar que, se no fim do século XVIII (período em que a Europa inicia sua Revolução Industrial) a escravidão já se configurava como assunto passado nesse continente e atitudes e comportamentos modernos também fossem adotados no Brasil, alguns valores iluministas e progressistas (como a liberdade) se chocavam com os interesses das burguesias no país. Nesse sentido, os negros permaneceram escravos (oficialmente) até o final do século XIX.

Ou seja, pode-se depreender que a América Latina é intensamente marcada pela convivência conflituosa entre valores modernos e arcaicos: fazendo menção à obra de Canclini, sua cultura é, antes de tudo, híbrida.

É equivocada, nessa perspectiva, tanto a linha de pensamento aos moldes frankfurtianos que acredita na influência direta dos valores burgueses nos setores populares (e sua conseqüente aniquilação), quanto àquela que defende a existência de uma essência pura, de raiz, da cultura popular.

Ao explicar como nasce a noção de povo na história, Martín-Barbero (2009) aponta que a concepção comum ao Romantismo permeia nosso imaginário ainda nos dias de hoje. Ele é entendido como se tivesse uma alma, uma essência tradicional inerente e estática, não passível de imbricações, cruzamentos de outras matrizes culturais e reformulações.

Mas o que seria esse arcaico? A cultura popular é aquela percebida pelas classes dominantes como inferior - diferentemente da alta cultura, que é tida como superior e merecidamente deve ser conservada. “O popular é nessa história o excluído: aqueles que não têm patrimônio ou não conseguem que ele seja reconhecido e conservado [...] (CANCLINI, 2008, p.205).

O fundamento do tradicionalismo se resumiria à essência de uma cultura local e isso é externalizado por meio de comemorações em massa, como festas cívicas e religiosas. No Brasil, de forma geral, o popular é representado pelo caipira (no campo) e pelos moradores de periferias (em áreas urbanas) – ambos, como já preconizara o autor, percebidos como ignorantes e incultos.

Quem seriam os jovens residentes em bairros pobres produtores das revistas analisadas nessa pesquisa? Se por um lado, como já visto, as páginas policiais são as que os abrigam e lhes dão notoriedade, por outro, sua cultura é ligada inexoravelmente ao *hip hop* e a projetos educativos e culturais dos quais participam – como se suas identidades se resumissem a apenas essas facetas. Essa dupla-face das representações desses grupos foi abordada por Moretzsohn no artigo *Imprensa e criminologia: o papel do jornalismo nas políticas de exclusão social*.

O engessamento do popular em categorias estanques é ironizado pelo escritor e poeta argentino Jorge Luis Borges:

Assim como em seus forjados textos enciclopédicos zomba das pretensões universalistas das literaturas centrais, naqueles que retomam a temática *gauchesca* e popular urbana da Argentina ironiza a ilusão de encontrar essências de ‘cor local’. (CANCLINI, 2008, p. 111).

Em relação ao poder que os significados das classes dominantes poderiam ter de aniquilar os do povo, o autor conta que, no início de seus estudos, sua reação imediata era lamentar, por exemplo, a subordinação de determinados produtores às exigências de turistas e consumidores urbanos:

Até que, há oito anos, entrei em uma loja em Teotitlán Del Valle – um povoado oaxaquenho dedicado à tecelagem – onde um homem de cinquenta anos via televisão com seu pai enquanto tocavam palavras em zapoteco. Quando lhes perguntei sobre as tapeçarias com imagens de Picasso, Klee e Miró que exibia, respondeu que começaram a fazê-los em 1968, quando foram visitados por alguns turistas que trabalhavam no Museu de Arte Moderna de Nova Iorque e que lhes propuseram renovar os motivos. Mostrou um álbum com fotos e recortes de jornais em inglês, em que eram analisadas as exposições que esse artesão realizou na Califórnia. Em meia hora, vi aquele homem mover-se com fluência do zapoteco ao espanhol e ao inglês, da arte ao artesanato, de sua etnia à informação e ao entretenimento da cultura massiva, passando pela crítica de arte de uma metrópole. Compreendi que minha preocupação com a perda de suas tradições não era compartilhada por esse homem que se movia sem muitos conflitos entre três sistemas culturais. (CANCLINI, 2008, p.241-242)

O uso de rótulos fixos ao se tentar entender a consistência da cultura popular, na visão de Martín-Barbero (2008, p.41), só faz negar o óbvio, que é o fenômeno da circulação cultural decorrente do próprio “processo histórico de formação do popular

e o sentido social das diferenças culturais: a exclusão, a cumplicidade, a dominação e a impugnação”.

As marcas dessa cultura híbrida do povo latinoamericano não poderiam deixar de refletir nas iniciativas de comunicação alternativa em que se envolve. Não raro, marcas da estética e de elementos comuns à grande mídia apresentam-se em publicações feitas por populares, como é o caso do jornal *AJI*ndo, produzido pelos jovens indígenas das aldeias do Jaguapiru e Bororó, em Dourados (MS), analisado na dissertação de Maria Alice Campagnoli Otre. A autora (2008, p.7-8) esclarece que eles recorrem a padrões e formatos da mídia comercial – o que se pode observar na definição de editorias como *Quem somos*, *O que é a AJI*, bem como na apropriação de construções jornalísticas, como o *lead*.

Canclini não entende essa incorporação de valores dos dominantes nos subordinados como um mero sinal da hegemonia do primeiro grupo em relação ao segundo. O autor vai além das aparências e percebe que essa pode ser uma forma que os setores subalternos encontram para se posicionarem e se reestruturarem economicamente e simbolicamente:

Não se trata apenas de estratégias das instituições e dos setores hegemônicos. É possível vê-las também na ‘reestruturação’ econômica e simbólica com que os migrantes do campo adaptam seus saberes para viver na cidade e seu artesanato para atrair o interesse dos consumidores urbanos; quando os operários reformulam sua cultura de trabalho frente às novas tecnologias de produção sem abandonar crenças antigas, e quando os movimentos populares inserem suas reivindicações no rádio e na televisão. (CANCLINI, 2008, p.18)

Essa realidade fica expressa, por exemplo, na própria publicação dos jovens indígenas, que, mesmo recorrendo a aspectos da grande mídia, insistem em manter e deixar expressas marcas das identidades deles: não permitindo correções relativas às normas da língua portuguesa, recorrendo ao gênero opinativo para se expressarem e incluindo palavras indígenas nas matérias (se eles acharem que essa prática contribui para o entendimento). O que se depreende é que a mescla entre o tradicional e o moderno se configura nesse jornal, o que materializa as marcas da cultura híbrida de seus produtores.

Nesse sentido, observa-se que a cultura da região latinoamericana não pode ser compreendida de maneira dualista. E atentar a isso não é válido apenas para

historiadores e antropólogos, mas especialmente para comunicadores alternativos e pesquisadores da área, que não podem prescindir de atentar ao caráter multifacetado de nossa cultura.

João Paulo Malerba<sup>43</sup>, por exemplo, mostra como essa visão estanque permeia alguns estudos. O pesquisador critica veementemente como muitos estudos sobre comunicação comunitária têm se debruçado em aferir a autenticidade de determinado veículo<sup>44</sup>.

Para o autor, grande parte dos pesquisadores que desenvolve análises na área está preocupada em relação ao desequilíbrio de forças no campo midiático. E isso estaria levando-os a se deterem excessivamente sobre a questão se uma mídia é genuinamente comunitária ou não.

Dessa forma, alguns deles, ávidos por uma espécie de tábua de *salvação midiática*, caem no erro fácil de tratar a mídia comunitária a partir de um modelo idealizado. E tal arquétipo costuma contar com a aferição de determinados critérios: se o veículo a ser analisado divulga assuntos concernentes aos interesses da comunidade; se a participação de integrantes da comunidade, em todas as fases do processo comunicacional, está garantida; se não tem finalidades lucrativas; se a gestão do veículo é coletiva; se promove o fortalecimento do exercício da cidadania; se há autonomia em relação a grupos de interesse, sejam eles políticos, religiosos, empresariais, etc. (MALERBA, 2008, p.154)

O pesquisador acredita que essa idealização está intimamente ligada à própria romantização que se faz em torno do próprio termo comunidade - que, como já vimos no primeiro capítulo, é envolto pela ideia de que seus integrantes se ligam por meio de princípios como comunhão e fraternidade e tomam decisões diante de um consenso (que nem precisa chegar a ser discutido, pois se apoia em uma sabedoria comum compartilhada entre os membros do grupo).

Essa harmonia de fato ocorreria se os integrantes de qualquer comunidade não realizassem trocas com outros conjuntos de pessoas e nem reciclassem suas ideias; nesse caso, poderia haver uma perfeita confluência de valores. Mas como se

---

<sup>43</sup> MALERBA, João Paulo. A comunicação comunitária no limite. In: PAIVA, Raquel; SANTOS, Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos (Org.). **Comunidade e contra-hegemonia: rotas de comunicação alternativa**. Rio de Janeiro: Mauad X: FAPERJ, 2008. p. 151-166.

<sup>44</sup> Como uma mídia comunitária é um braço de uma alternativa, as avaliações de Malerba serão profícuas para o entendimento do estado da pesquisa em comunicação alternativa de forma geral – inclusive a comunitário-alternativa, foco dessa dissertação.

relacionam com o resto da sociedade, suas demandas podem mudar de acordo com a conjuntura social.

A motivação especialmente política desse tipo de mídia também dificulta qualquer possibilidade rígida de normatização. O autor se refere a Bauman para explicar que os meios comunitários “são forçosamente *líquidos*: apresentam a curiosa propriedade de mudarem suas formas de agir de acordo com o ambiente no qual surgem” (MALERBA, 2008, p. 153).

Nesse sentido, a delimitação precisa de uma linha divisória que separa o que é autêntico e submetido, entre o comportamento autônomo e o cooptado, só pode ser uma ilusão.

Tendo em vista essa realidade, o autor afirma que é necessário haver certa maleabilidade quando se trata desse campo de estudo. O que Malerba deseja destacar é que, assim como o próprio poder é multifacetado e se adapta ao contexto em que se manifesta, qualquer atitude política por ora assume diferentes contornos com o objetivo de garantir sua eficiência.

Motta também destaca a motivação política que leva meios de comunicação produzidos pelo povo a trazerem mensagens ambíguas:

Porque eles são elaborados num contexto de dominação, em que o pensamento das classes populares (ainda quando num grau de consciência considerável) está impregnado de valores dominantes, como não poderia deixar de ser.<sup>45</sup>

Quando pesquisas em comunicação focam-se em averiguar essa autenticidade dos veículos comunitários apresentam dois tipos de resultado: por um lado, determinado veículo é consagrado como um genuíno meio comunitário; por outro, é excluído do *hall* das mídias autênticas – na melhor das hipóteses é aceito com ressalvas.

Criam-se, então, paradigmas estanques, sob os quais se busca identificar e rotular meios: “tudo o que não é hegemônico é subalterno ou vice-versa” (CANCLINI, 2008, p.274). Os processos tortuosos e conflituosos de mescla de culturas, da hibridação cultural, que não se deixam de forma alguma serem enclausurados em apenas uma categoria, não são mencionados, são omitidos.

---

<sup>45</sup> MOTTA, Luiz Gonzaga. Brasil: alternativa popular: comunicação e movimentos sociais. In: GRINBERG, Máximo Simpson (Org.). **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis, 1987. p. 44.

Malerba (2008) pontua que, ao insistir nesse tipo de pesquisa, estudiosos perdem a oportunidade de se debruçar sobre a dimensão criativa e multifacetada com as quais esses meios contam. Melhor do que execrar esses veículos que não se adequam por inteiro nos moldes pré-concebidos<sup>46</sup>, o autor destaca que é mais interessante averiguar essa realidade e entender o porquê desses desvios.

Ou seja, o importante é compreender o que na cultura popular latina há de mestiço, de híbrido. Entender esse contexto da região também significa desvendar como a comunicação comunitário-alternativa se configura nesse território, já que ela também se estabelece sob um misto de marcas da cultura popular e da dominante.

Tratar a cultura desse povo apenas de maneira purista ou como facilmente manipulável pelos valores burgueses não levará ao seu entendimento. O que comunicadores e pesquisadores devem se atentar é para como esses setores lidam com a heterogeneidade multitemporal de cada nação, às formas como reelaboram esse mix cultural e reinventam-no para se posicionarem social, econômica, política e culturalmente na contemporaneidade.

Esse caráter híbrido pode funcionar como mola propulsora para que esses indivíduos reformulem a representação social que é feita na grande mídia em relação a eles e a seus espaços. Isso porque, os setores subalternos têm a possibilidade de:

[...] tomar o original importado como *energia*, potencial a ser desenvolvido a partir dos requisitos da própria cultura. Sem esquecer que às vezes a única forma de assumir ativamente o que nos é imposto será a anticonfiguração, a configuração paródica que inscreve o objeto de tal imposição num jogo que o nega como valor em si. Em todo caso, quando a reconfiguração do aparato é impossível, que seja reconfigurada ao menos a função. (CANCLINI, 2008, p.268)

Por meio das revistas comunitário-alternativas (que, por serem produzidas em regiões periféricas da América Latina, constituem-se como meios híbridos), os jovens comunicadores podem reposicionar o grau e ângulo da intervenção da cultura dominante em seus costumes e produção: não de cima pra baixo, aniquilando marcas da cultura popular, mas de forma circular, centrífuga e antropofágica,

---

<sup>46</sup> O autor faz uma ressalva no texto, destacando que flexibilizar não significa justificar o mau uso do termo comunitário por determinados grupos, os quais se apropriam do termo a fim de arrecadar maior número de audiência e anúncios publicitários.

absorvendo e repaginando os elementos burgueses para imprimirem um novo olhar em relação a eles mesmos e a suas localidades.

Para que a transformação de suas comunidades ocorra, o primeiro passo que os jovens responsáveis pelas revistas que serão analisadas nessa dissertação devem dar é reconfigurar a identidade estigmatizada com a qual são taxados. Isso porque, como apontara Maria Luiza Mendonça (2000), a forma como o indivíduo se vê e é visto estabelece-se como um elemento relevante para a luta política, material e simbólica.

A autora (2000, p. 4) faz referência a Tilman Evers (1984) para que se entenda como qualquer processo de emancipação e transformação de realidades está estreitamente ligado à percepção do indivíduo de que ele pode, sim, ser o sujeito de sua própria história:

Tanto a nível individual ou coletivo, a primeira tarefa, difícil, consiste em chegar a uma autopercepção da realidade de suas próprias características, potenciais e limitações, superando falsas identidades outorgadas de fora e atravessando as tempestades em que alternam excesso e ausência de auto-estima [...] e fundamentalmente, isto significa reafirmar a própria dignidade humana diante da experiência diária de miséria, opressão e devastação cultural.

Para explicar como esse processo se dá, Mendonça, assim como Paiva (2003), relembra como o afastamento do Estado em relação ao suprimento das necessidades básicas da população associado à perda do caráter coletivo de reivindicação de direitos tem levado os setores subalternos a se sentirem desamparados e, por conseguinte, transferirem para o nível das micropolíticas a reorganização de suas realidades. Nesse sentido, grupos que estão à margem das formas tradicionais de associação (como sindicatos e associações profissionais) recorrem a meios de expressão cultural ou artística (como a música, dança e meios de comunicação) para reestruturarem suas identidades, utilizando-os, nesse sentido, como “ferramentas privilegiadas para a recuperação da auto-estima [...] e para a promoção de seu reconhecimento público, ao mesmo tempo em que se reconhecem como sujeitos ativos” (MENDONÇA, 2000, p.6).

Como a representação de um indivíduo é construída diante do jogo entre a definição que ele faz de si mesmo e a que é feita pelos outros, a participação em projetos de comunicação comunitário-alternativos pode ter importância decisiva na

reelaboração da auto e hetero-identidade de jovens pobres. Isso porque, diante da imagem negativa que a mídia constrói em relação a eles, podem não enxergar as potencialidades que têm e até se verem de maneira depreciativa:

Definidos como diferentes em relação à referência que os majoritários constituem, os minoritários reconhecem para si apenas uma diferença negativa. Também pode-se ver o desenvolvimento entre eles dos fenômenos de desprezo por si mesmos. Estes fenômenos são freqüentes entre os dominados e são ligados à aceitação e à interiorização de uma imagem de si mesmos construída pelos outros. A identidade negativa aparece então como uma identidade vergonhosa e rejeitada em maior ou menos grau, o que se traduzirá muitas vezes como uma tentativa para eliminar, na medida do possível, os sinais exteriores da diferença negativa. (CUCHE, 1999, p.184)

Nesse sentido, ao participarem das oficinas educomunicativas das ONGs a que se ligam, os jovens podem compreender a realidade política, econômica e cultural de sua comunidade como um todo e fazer um paralelo com o que a grande mídia prega em relação a eles e aos seus espaços: isto é, podem livrar-se do estigma de marginal que lhes é taxado e desconstruírem a visão purista e estanque que é concebida em torno da cultura popular juvenil nas grandes cidades.

A expressão por esses meios de comunicação ainda é relevante porque os discursos se configuram como uma maneira de difundir ideias além da realidade dos bairros dos jovens, possibilitando a inserção de assuntos caros a eles no conjunto dos discursos sociais. A legitimação de suas demandas no espaço público poderia, nesse sentido, ser procedida. Na medida em que essas falas são reproduzidas em mídias comunitário-alternativas, a diversidade de assuntos pautados é ampliada, já que esses meios têm como características a veiculação de conteúdos que destoam do *ron ron ron* da grande mídia, expondo problemáticas comuns às realidades das comunidades periféricas – que, habitualmente, não teriam espaço nos veículos comerciais.

Para concluir esse capítulo, mostra-se como nítida a convivência entre valores da cultura dominante e da subordinada em produtos de comunicação comunitário-alternativos. O desafio, nesse sentido, é que esses jovens dêem um salto qualitativo no empoderamento<sup>47</sup> de seus meios de comunicação para que

---

<sup>47</sup> A palavra empoderamento é trazida do inglês, *empowerment*, e quer dizer “participação popular ativa com poder de controle e de decisão nos processos (políticas públicas relacionadas à educação, saúde, transporte,

possam reconfigurar os elementos da grande mídia e reelaborarem suas auto e hetero-identidades. Só assim poderão constituir uma identidade de projeto, que é nada menos que aquela capaz de “redefinir sua posição na sociedade” para a promoção da “transformação de toda a estrutura social” (CASTELLS, 1999, p.24).

Voltando ao texto inicial desse capítulo, a jornalista Eliane Brum aborda a diferença entre ser *gente* e ser *uma pessoa*, para avaliar aquela cena do shopping:

No Natal minha filha me deu de presente uma camiseta em que a Mafalda, a personagem do cartunista argentino Quino, dizia: ‘E não é que neste mundo tem cada vez mais gente e cada vez menos pessoas?’. Talvez ali, no corredor do shopping, não fossem pessoas – só gente. Porque nascemos gente – mas só nos tornamos pessoas se fizermos o movimento.

Sem perder de vista o caráter híbrido de nossa cultura (provavelmente expresso nas revistas comunitário-alternativas dos jovens da capital paulista) será analisado em que medida eles se empoderaram qualitativamente desses meios – se aproximando ou se distanciando dos ideais do *status quo*. Por meio dessa avaliação, que será realizada no próximo capítulo, será possível compreender a potencialidade desses meios para a promoção da ressignificação das identidades desses grupos juvenis, para que se percebam e sejam vistos como pessoas e não gente. Só assim poderão ter subsídios para transformar a realidade de suas comunidades.

### **2.3. Considerações sobre o capítulo**

Em primeiro lugar, nesse capítulo foi abordada a representação social pejorativa estruturada pela grande mídia brasileira em relação a jovens moradores de periferias.

Essa construção é fundamentada em três pontos: juventude, pobreza e etnia negra. A primeira é vista sob uma ótica culpabilizante e transgressora; a segunda e terceira, como motivadoras de prática de crimes. Juntas, levam à estigmatização desses grupos juvenis pobres na mídia comercial, a qual, por conseguinte, influi diretamente na construção de um imaginário coletivo de temor a esses indivíduos.

---

questões de gênero, geração de renda), e como tal, também, dos meios de comunicação.” (PERUZZO, 2009, p. 10)

Em seguida, foi exposto como grupamentos juvenis guardam, ao alcance de suas mãos, um potencial de transformação expressivo. Uma série de fatores foi arrolada para demonstrar essas possibilidades: as características gerais dessa geração (a busca pelo novo e a procura por respostas para questões que desconhecem); o otimismo dos jovens brasileiros, reconhecido em âmbito internacional; e as qualidades com as quais esses grupos se reconhecem: consciência, responsabilidade e compromisso.

Barbalho, nesse sentido, entende a juventude como um devir minoritário, ou seja, ele entende esses grupamentos como potenciais realizadores de ações contra-hegemônicas, as quais têm como meta a transformação da estrutura social.

Na última parte desse capítulo foi discutido o fenômeno da hibridação cultural (comum à cultura popular latinoamericana) e a presença de suas marcas em meios alternativos. Longe de criticar a recorrência a elementos da grande mídia nesses veículos, foi avaliado como o uso antropofágico, ou seja, reconfigurado desses aspectos, pode contribuir para a reelaboração das auto-identidades desses jovens e a conseguinte transformação de suas localidades.

Entendida a representação que a grande mídia faz em relação a jovens pobres, a juventude periférica pode se atentar a esse caráter híbrido dos meios de comunicação comunitário-alternativos e, assim, se empoderar qualitativamente dessas revistas. Só assim poderão mudar a forma com se veem e solucionar as questões mais caras às suas comunidades.

## CAPÍTULO 3 – EMPODERAMENTO DAS REVISTAS COMUNITÁRIO-ALTERNATIVAS

Nessa etapa da pesquisa será procedida à análise da extensão da apropriação que os jovens comunicadores da capital paulista fazem em relação a três publicações: *Menisqüência!*, *Zong* e *Viração*. A seguir, expõem-se os meios pelos quais o estudo será concretizado.

### 3.1. Metodologia

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações. É dessa forma que Laurence Bardin (1977, p. 31) define a análise de conteúdo e é a esse método que se recorrerá nessa pesquisa para a avaliação das três revistas comunitário-alternativas feitas por jovens da capital paulista: *Menisqüência!*, *Zong* e *Viração*.

A autora explica que é por meio de procedimentos sistemáticos e objetivos (baseados em indicadores quantitativos ou não) de descrição do conteúdo das mensagens que a técnica se concretiza, permitindo que se infiram conhecimentos pertinentes às condições de produção/recepção de determinado material.

Ou seja, ao trabalhar com a análise de conteúdo, o pesquisador procura compreender as informações contidas nas mensagens, a realidade que se esconde em meio às palavras que examina: atua, nesse sentido, como uma espécie de arqueólogo:

Trabalha com *vestígios* [...] Mas os vestígios são a manifestação de estados, de dados e de fenômenos. Há qualquer coisa para descobrir por e graças a eles. [...] o analista tira partido do tratamento das mensagens que manipula, para *inferir* (deduzir de maneira lógica) conhecimentos sobre o emissor da mensagem ou sobre o seu meio, por exemplo. (BARDIN, 1977, p.39).

Aliado de pesquisas em comunicação na contemporaneidade, o método chegou a ser mal visto por uma parcela de pesquisadores marxistas na década de 70, os quais não acreditavam em seu potencial de permitir a realização de uma abordagem crítico-ideológica dos meios de comunicação.

Esse olhar desconfiado advém da própria origem da análise de conteúdo, que é tributária do positivismo de Augusto Comte (1798-1857) – corrente que estabelece

as ciências exatas (com seus fundamentos lineares e metódicos e bases verificáveis) como paradigma de cientificidade.

A ênfase do método no aspecto quantitativo se deu porque, quando ele se consolidou nos Estados Unidos, ainda na primeira metade do século XX, apresentou-se como uma forma de se contrapor à antiga análise de texto – de acordo com Fonseca Júnior (2006, p. 281-282). Considerada essencialmente subjetiva, essa última subsistia em um momento de desenvolvimento intenso da comunicação de massa - que carecia, nesse sentido, de sistematização. A recorrência à análise de conteúdo teve seu ápice durante a Segunda Guerra Mundial, quando o governo americano objetivava desmascarar órgãos e agências noticiosas que tinham caráter subversivo.

O caráter exato do método era tanto que Fonseca Júnior (2006, p. 282) expõe a visão de Bernard Berelson (1952) para conceituá-lo, demonstrando essa realidade: “uma técnica de pesquisa para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”.

No entanto, a partir da década de 1990, começou a ser reconhecido o valor da inferência na análise de conteúdo – calcada ou não em aspectos quantitativos. Como inferência, Fonseca Junior (2006, p.284) entende uma “operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada”. E, ao precisar a atenção nos “mecanismos subjacentes da mensagem que não podem ser observados, [...] contribui para amenizar o impacto da herança positivista na análise de conteúdo”. Foi diante desse contexto que a crítica marxista começou a fenecer.

Atualmente, a análise de conteúdo é considerada uma técnica híbrida por fazer a ponte entre o formalismo estatístico e a análise quantitativa de materiais (BAUER, 2002 apud FONSECA JUNIOR, 2006) - dependendo da ideologia e dos interesses do pesquisador. Em tempos de uso do computador para a sistematização de dados, é de se esperar que o aspecto quantitativo não tenha desaparecido: no entanto, elementos qualitativos podem colar-se à essa técnica, por meio da aliança com outros recursos de investigação – nessa dissertação de mestrado, a revisão bibliográfica.

A escolha dessa técnica (com apoio de aporte teórico) destoa, em certa medida, da metodologia usada em uma parcela de pesquisas sobre comunicação alternativa – as quais associam a esse método a realização de entrevistas e/ou

aplicação de formulários para o entendimento da significação que os comunicadores populares alcançam a partir da gestão e/ou produção de conteúdo para veículos de comunicação contra-hegemônicos. No entanto, parte-se do pressuposto que a análise de conteúdo, aliada à pesquisa bibliográfica, configura-se como uma via importante para que não se perca de vista a compreensão da geração de sentido por parte dos populares, com base na própria produção. Isso porque, de acordo com Canclini:

Com métodos de investigação-ação ou participativos pretendem obter explicação 'verdadeira' do sentido popular, mas o recorte microssocial de suas análises comunitárias ou suburbanas, ou de práticas cotidianas, desvinculadas da rede de macrodeterminações que os explicam, impede-os de explicar a reestruturação do popular na época das indústrias culturais. Levar à cena esses setores 'de base', como se fossem autônomos e alheios às estruturas macrossociais, inibe toda a problematização sobre as condições de legitimidade e validade do conhecimento popular. Pelo mesmo motivo, não utilizam recursos epistemológicos que lhes permitam desvencilhar-se das certezas ingênuas do senso comum: aquilo que os setores populares dizem que fazem. Supõem que dar-lhes a palavra é suficiente para que emerja um saber verdadeiro sobre eles. (CANCLINI, 2008, p.271)

Ou seja, recorrer à técnica significa dizer não à:

À ilusão da transparência dos factos sociais, recusando ou tentando afastar os perigos da compreensão espontânea. É igualmente tornar-se desconfiado relativamente aos pressupostos, lutar contra a evidência do saber subjectivo, destruir a intuição em proveito do construído, rejeitar a tentação da sociologia ingênua, que acredita poder apreender intuitivamente as significações dos protagonistas sociais, mas que somente atinge a projeção da sua própria subjectividade. (BARDIN, 1977, p.28)

Justificado o porquê da recorrência à análise de conteúdo, serão relacionados alguns requisitos dos quais a técnica não pode prescindir, de acordo com Fonseca Junior (2006) – que compilou informações de Bardin (1988) e Barros e Targino (2000):

a) Regra da exaustividade: todos os documentos pertinentes ao assunto pesquisado, no período delimitado, devem ser considerados.

- b) Regra da representatividade: deve ser realizada a delimitação de uma amostra de análise.
- c) Regra da homogeneidade: todo o material deve ser da mesma natureza, gênero, ou se reportar ao mesmo assunto.
- d) Regra da pertinência: é necessário averiguar se os documentos separados são adequados aos objetivos da pesquisa de forma integral, especialmente no que tange ao objeto de estudo, procedimentos e período de exame.

Fonseca Júnior (2006, p.294) também explica que a codificação é uma das etapas de processamento do material de análise. Ela consiste, segundo o pesquisador, no processo de transformação “dos dados brutos de forma sistemática, segundo regras de enumeração, agregação e classificação, visando esclarecer o analista sobre as características do material selecionado”. De acordo com o autor, a codificação compreende três fases: a delimitação das unidades de registro; a enumeração; a classificação e agregação.

Como unidade de registro, entende-se “a unidade de significação a codificar e corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial” (FONSECA JÚNIOR, 2006, p.104). A unidade de registro pode ser de natureza e âmbitos diversos – no entanto, nessa dissertação, o recorte será feito em nível semântico (de tema).

Ou seja, as matérias escolhidas passarão por um processo de categorização - que se caracteriza pela classificação e reagrupamento das unidades de registro em número reduzido de categorias, ou seja, grupos similares, de forma a impor certa organização às mensagens, com o objetivo de tornar inteligível a massa de dados e sua diversidade. “É o método das categorias, espécie de gavetas ou rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivas, da mensagem” (BARDIN, 1977, p.37-38)

Referindo-se à autora, Fonseca Junior relata que os critérios de classificação podem ser semânticos (categorias temáticas), sintático (verbos, adjetivos), léxico (classificação das palavras segundo seu sentido) e expressivo (categorias que classificam as diversas perturbações da linguagem, por exemplo). Nessa pesquisa, optou-se pela análise temática, que, segundo Bardin (1977, p.77), “consiste na

contagem de um ou vários temas ou itens de significação, numa unidade de codificação previamente determinada”

As unidades de registro escolhidas para a avaliação das matérias foram estabelecidas porque, mediante realização de leitura flutuante de todas as edições das três revistas, percebeu-se que estes são os assuntos mais recorrentes que elas compartilham entre si: mercado de trabalho, sexualidade, moda e música.

As matérias escolhidas foram extraídas de diversas edições, de maneira aleatória. Nesse sentido, será possível aferir a representatividade do resultado da pesquisa – sendo possível avaliar, assim, se as conclusões obtidas se estendem, de maneira geral, por toda a produção de cada publicação.

Discriminam-se abaixo o *corpus* da análise e suas unidades de registro:

• **Menisqüência!**

**Moda:** Ed. 1, p. 7: *Sou, sim, sentimental*

**Sexualidade:** Ed. 2, p.25: *Desfiladeiro azul*

**Cultura:** Ed. 3, p.12: *Antes soul do que mal acompanhado*

**Mercado de trabalho:** Ed. 1, p.31: *O jovem e o emprego*

• **Zong**

**Moda:** Ed.2, p. 11: *Brechó: uma nova alternativa para construir sua moda*

**Sexualidade:** Ed. 4, p.16: *Transar ou não transar?*

**Cultura:** Ed.2, p.18: *Olha a 3º milênio aí gente*

**Mercado de trabalho:** Ed. 1, p.14: *Eu quero um trampo!*

• **Viração**

**Moda:** Ed. 53, p.16: *Chega de bobeira! Criticar o emo é besteira*

**Sexualidade:** Ed.62, p. 22: *Salada mista contemporânea*

**Cultura:** Ed. 41, p. 18: *Banda de Mina*

**Mercado de trabalho:** Ed. 45, p. 8: *A gente não quer só trabalho!*

Para que se tenha um norte de que perspectiva cada temática será examinada, serão descritas as unidades de contexto<sup>48</sup> a que se referem essas unidades de registro.

### **a) Mercado de trabalho**

A noção de trabalho é entendida nessa dissertação como uma forma de geração de renda vinculada à preocupação com a transformação social. Essa percepção foi extraída do texto *Você gosta do que faz?*<sup>49</sup>, escrito pela jornalista Eliane Brum e publicado em sua coluna semanal na revista *Época*. Os textos da jornalista são marcados pelo encontro entre a literatura e o jornalismo e por abordarem histórias de vida de pessoas.

Brum dá pistas da sua concepção sobre esse tema, ao fazer uma distinção entre emprego e trabalho: “o emprego é o lugar onde eu trabalho. Se meu emprego permite que eu trabalhe, é um bom emprego. Se não permite, é hora de sair [...]. Então, é uma relação de troca, para além do salário”.

Ela conta que aprendeu com o pai que o trabalho deveria ser a expressão de seus ideais. Já na infância, ele a fizera entender como os frutos do seu trabalho se ligam ao dia a dia de tanta gente:

Lembro que, quando me tornei uma adolescente tão encantadora quanto insuportável, meu pai me pegou pelos ombros e disse, com aqueles olhos que refletem a alma da gente. ‘Você sabe quanto custa a um operário para você estudar?’. Eu não sabia, mas fiquei sabendo naquela hora que mesmo os trabalhadores que não conseguiam dar educação para seus filhos pagavam para que eu pudesse estudar. Ou não estudar, como eu fazia naquele momento. [...] Meu pai nos mostrava que nossa vida se ligava, de várias maneiras, à de todos os outros. Era ele que nos apontava os fios invisíveis que, querendo ou não, nos transformava em coletivo, plural.

---

<sup>48</sup> A unidade de contexto, para Bardin (1977, p. 107), “serve de unidade de compreensão para codificar a unidade de registro, [...] para que se possa compreender a significação exata de cada unidade de registro”.

<sup>49</sup> BRUM, Eliane. *Você gosta do que faz?*. *Época*, São Paulo, 29 jul. 2009. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI84514-15230,00-VOCE+GOSTA+DO+QUE+FAZ.html>>. Acesso em: 17 mai. 2011.

O exemplo das sementes espalhadas pelo pai Argemiro - o único dos 12 filhos de uma família de agricultores do interior do Rio Grande do Sul que pode estudar - a estimulou a estruturar a visão de mundo que tem hoje.

Até hoje, perto dos 80 anos, quando ele anda pelas ruas encontra ex-alunos já de cabelos brancos, que o olham com reverência e o chamam de 'professor'. Muitas e muitas vezes ao longo da minha vida topei com gente que fazia questão de me dizer: 'Seu pai mudou minha vida. Sou o que sou por causa dele'.

[...] Nosso pai nos ensinou com seu exemplo, mais do que com suas palavras, que o trabalho era a expressão de nosso ideal. Era a construção cotidiana de nossa marca singular na História.

A partir dessas memórias, a jornalista finaliza, definindo sua concepção sobre trabalho:

Nosso trabalho era para nós. Mas só era para nós se, ao mesmo tempo, não fosse para nós. O trabalho de cada um só se cumpria se pudesse ser para o outro, se transformasse para melhor a comunidade, o mundo em que vivíamos. Não fosse isso, não seria um trabalho, seria um emprego. E, como empregados, não mais como trabalhadores, estaríamos alienados de nós mesmos, esvaziados de sentido e de propósito na vida, apartados de nossa criação no mundo.

Portanto, as matérias selecionadas que têm como mote a questão do mercado de trabalho serão avaliadas, entre outros, sob essa perspectiva: se sua significação sobre o assunto está ligada à geração de renda associada à tentativa de transformação social. Em outras palavras, será examinado se, por meio de sua produção, os comunicadores tentam integrar-se ao *status quo* (se conceberem o trabalho a partir de valores como salário, competitividade, lucro, entre outros) ou desvincular-se da estrutura socioeconômica vigente. A partir dessa última perspectiva, terão condições de se apropriarem e reconfigurarem os elementos da grande mídia e ressemantizarem as suas auto-identidades.

## **b) sexualidade**

Nas edições que têm como universo a questão da sexualidade, será avaliada em que medida os conteúdos veiculados trazem mensagens que estimulam a educação sexual - ou seja, será examinado se os comunicadores primam por

matérias que tenham como objetivo ensinar e esclarecer questões relacionadas ao sexo, livre de preconceitos e de interferências religiosas.

De acordo com informações extraídas do site de educação *Brasil Escola*<sup>50</sup>, o objetivo da educação sexual é “preparar os adolescentes para a vida sexual de forma segura, chamando-os à responsabilidade de cuidar de seu próprio corpo para que não ocorram situações futuras indesejadas, como a contração de uma doença ou uma gravidez precoce e indesejada”.

Acredita-se que por meio da produção de matérias que pautem o sexo sob essa perspectiva, os jovens comunicadores podem desenvolver seu espírito crítico, ampliar seus olhares e, nesse sentido, tomarem as rédeas de elementos da mídia comercial, reelaborarem-nos e mudarem o ângulo sob o qual se veem – ou seja, de maneira não estereotipada.

### c) moda

Nessa pesquisa será avaliado sob que prisma os comunicadores veem o conceito de moda: se ele estabelece-se de forma integrativa ao *status quo* ou de rompimento em relação a ele.

O entendimento em torno do termo moda não é unívoco, embora tenha sido criado já no século XV - entre o fim da Idade Média e o início da Renascença. No entanto, a raiz etimológica da palavra dá pistas das ideias que a envolvem: “introduzida na língua italiana em torno de 1650, é derivada do latim *mos*, que significa uso, costume, hábito, tradição, boas maneiras, e, ainda, lei, tipo, regra”, explica Amnon Armoni, professor dos cursos de moda da universidade FAAP e ex-vice-reitor da Universidade Anhembi Morumbi (2001-2002), em COBRA (2007, p.9)<sup>51</sup>.

Ainda no prefácio dessa obra, Armoni explica que a moda se configura, sim, como uma expressão individual – no entanto, essa orientação tem de enfrentar um

---

<sup>50</sup> Disponível em: <http://www.brasilecola.com/sexualidade/educacao-sexual.htm>

<sup>51</sup> COBRA, Marcos. **Marketing e moda**. 1. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2007. <Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=e-HYozO6bOkC&oi=fnd&pg=PA7&dq=conceito+moda&ots=V3x3kcfQs&sig=jKFuvHCvc6-r6ZvaQp59-EZwLVk#v=onepage&q=conceito%20moda&f=false>>. Acesso em: 20 jun. 2011.

sistema de regras que definem o que é moda em determinado momento e contexto histórico.

Muitas definições para a moda foram dadas por intelectuais e estudiosos do tema. Oscar Wilde, por exemplo, definiu moda como ‘uma forma de feiúra tão intolerável que temos que alterá-la a cada seis meses’.

Um dos mais renomados estudiosos do tema, dr. Paul H. Nystrom, em 1928 definiu a moda como ‘nada mais, nada menos que o estilo predominante em qualquer momento específico’.

Atento a todas essas definições, Armoni fecha a ideia de que moda é o reflexo do estilo de vida de determinado público, em um contexto, local e período específicos. O pesquisador acrescenta que o conceito não se liga apenas ao vestuário, mas a toda uma gama de segmentos: perfumes e cosméticos, óculos, acessórios, artigos para casa, automóveis, eletroeletrônicos e até mesmo animais de estimação. Em síntese, para o autor, a moda significa um padrão a seguir seguido.

Cobra (2007, p. 16) referencia a antropóloga Miriam Goldenberg para que se entenda uma das funções da moda: “Importa [...] como um elemento de autoconhecimento para os seus consumidores. [...] É uma tentativa, sim, de as pessoas serem ‘normais’ e aceitas, mas também de diferenciação.

Entre outras razões, essa distinção se dá porque, segundo Cobra, uma marca pode funcionar como um elemento de referência: ou seja, usar determinada grife localiza o indivíduo social e economicamente.

O que se pode depreender é que essa percepção de moda apresentada por Armoni e Cobra é estreitamente ligada ao ideário do *status quo*. Em passagem alguma o conceito de moda é compreendido, por exemplo, pela liberdade de ser e de vestir da forma que determinado indivíduo achar conveniente.

Nesse sentido, como o campo envolve a questão de identidade e reconhecimento social, observar de que forma os jovens comunicadores constroem um entendimento sobre esse tema pode trazer uma compreensão de como eles constroem suas visões de mundo em torno desse universo – a partir de elementos de integração ao *status quo* ou de rompimento em relação a eles. A partir da observância da criticidade e amplitude de seu olhar, será possível compreender se têm potencial para ressignificarem sua auto-identidade, diante da hetero-identidade estigmatizada que é construída em torno deles na grande mídia.

#### d) música

Será avaliada na categoria música em que medida os jovens comunicadores paulistas reproduzem-na sob uma perspectiva que valorize a diversidade musical e respeito aos diversos personagens que atuam nesse meio.

O aporte teórico de Canclini (2008), com sua hibridação cultural, servirá de suporte para esse exame. A observância de como se dá a apropriação de elementos da classe dominante e reelaboração com pontos da subordinada, formulando um terceiro, será relevante para o entendimento de como bandas e grupos representados nas matérias compõem seu repertório.

Também será avaliado se a produção cultural local, no âmbito da música, é valorizada. Nesse sentido será possível compreender a dimensão do espírito crítico dos produtores da informação.

Assim, será possível compreender se os comunicadores das três revistas representam o campo de maneira não restrita e estanque (ou seja, de forma problematizada), estimulando a diversidade de gêneros musicais. Nesse sentido, a avaliação da abertura de seus olhares em relação à música permitirá que se compreenda se têm potencial crítico para tomarem para si os elementos da grande mídia e reconfigurarem seu uso, de modo a ressignificar suas auto-identidades.

Separadas as edições que serão analisadas e as unidades de registro delimitadas, procede-se às formas de quantificação dessas unidades – estamos no terreno das regras de enumeração. Fonseca Junior se refere a Krippendorff (1990, p.57) para relacionar os três índices mais comuns quando se trata de análise sobre comunicação de massa:

(a) a *freqüência* com que aparece um símbolo, idéia ou tema tende a ser interpretada como medida de *importância*, *atenção* ou *ênfase*; (b) o equilíbrio na quantidade de atributos *favoráveis* e *desfavoráveis* de um símbolo, idéia ou tema tende a servir como medida de *orientação* ou *tendência*; (c) a quantidade de associações e de classificações manifestadas sobre um símbolo, idéia ou tema pode ser interpretada como uma medida de *intensidade* ou *força* de uma crença, convicção ou motivação. (FONSECA JÚNIOR, 2006, p.295)

A opção “c” será utilizada nessa dissertação. Em cada categoria, será analisado se os comunicadores abordam determinado tema sob um prisma integrativo ao *status quo* ou de rompimento em relação a ele. Assim, será possível inferir (ou seja, quantificar como cada publicação se porta, nesse sentido. Será possível inferir - ou seja, enxergar as mensagens implícitas na mensagem – e perceber se os jovens responsáveis por cada revista têm subsídios e potencial para se apropriarem de elementos da grande mídia e ressignificarem as imagens que têm de si próprios.

### 3.2. Análise

Nesta parte da pesquisa, serão examinadas doze matérias das três revistas comunitário-alternativas objetos deste estudo: a *Menisqüência!*, a *Viração* e a *Zong*.

Como já visto, foram selecionadas quatro matérias de cada publicação, as quais serão examinadas tendo como norte a análise de conteúdo de Bardin (1977) e as seguintes unidades de registro: moda, mercado de trabalho, sexualidade e música.

Será avaliado de que forma os comunicadores de cada veículo se posicionam diante desses temas. Nesse sentido, será possível compreender em que medida esses jovens conseguem se apropriar de elementos da mídia comercial e reconfigurar seu uso. A partir do exame do empoderamento qualitativo dessas mídias, será possível entender se os responsáveis pelas revistas têm potencial para promoverem a ressemantização de suas auto-identidades.

#### ***Menisqüência!***

**Unidade de registro:** moda

**Edição:** número 1

**Seção:** Na pegada

**Título:** *Sou, sim, sentimental*<sup>52</sup>

**Número de páginas:** 7- 10

**Autores:** Aldrey Caroline, Sheila Santos, Luiz Flávio e Manfred Barbosa

---

<sup>52</sup> A matéria está disponível nos anexos.

O universo a que se refere esta matéria é o da moda emo<sup>53</sup> e é abordada a questão da discriminação que sofrem jovens que carregam esse estilo.

O texto começa com um passeio pela Galeria do Rock, localizada no centro da capital paulista e reduto de tribos diversas – como punks, roqueiros, rappers e os emos.

Com intuito de demonstrar o quão aflitos ficam os adolescentes emos com os estereótipos que comumente são associados a eles, optou-se por iniciar a matéria contando como foi a recepção pouco calorosa por parte de alguns deles, quando se depararam com os comunicadores da *Menisqüência!*: “‘*Capricho*<sup>54</sup>, não! *Capricho*, não”, eles esbravejaram. “[...] Aí começamos a buscar entender uma galera que parece estar cansada de ser alvo de matérias que os rotulam como ‘chorões’ e ‘afeminados’” (MENISQÜÊNCIA!, ed. 1, p. 7)

Nesse sentido, observa-se que se procede a um esboço de problematização em relação à discriminação e preconceito sofridos por esse grupo. Essa realidade pode ser verificada nos trechos a seguir:

São rótulos que grudam de forma perigosa em seus adeptos. Falas exaltadas irrompem durante nosso papo com um grupo de emos. Algumas ‘não-emos’ como fazem questão de frisar – dizem com severidade: ‘bata num emo e faça o mundo feliz!’. Não foi a primeira vez que ouvimos isso na Galeria, onde a campanha parece bastante difundida.

[...] Diversos fóruns, blogs e comunidades virtuais têm como palavras de ordem incentivo a agressões contra quem se denomina emo. E o ultraje aos fundamentais direitos de liberdade de expressão e manifestação cultural ultrapassa as fronteiras do cibernético. São inúmeros os relatos de violências como as sofridas por Felipe Amaral, tímido estudante de 16 anos. Ele nos mostra, constrangido, uma marca de queimadura em seu braço direito, feita minutos antes, na entrada da Galeria. Friamente, o agressor apagou o cigarro em seu braço. Outras vezes, Felipe já foi socado e ofendido. (MENISQÜÊNCIA!, ed. 1, p. 8)

É possível visualizar, nesse sentido, que é realizada uma abordagem sobre as situações de violência física e verbal pelas quais passam essa tribo urbana. No

<sup>53</sup> O estilo advém do *emotional hardcore* – gênero musical proveniente da década de 80, caracterizado pela aliança entre um repertório mais sentimental e um instrumental pesado. As garotas que seguem essa moda são reconhecidas por usarem franja, bolsa de pelúcia, saia curta (tipo colegial), presilhas e broches, principalmente da *Hello Kitty*. Já os rapazes, camiseta curta, boné, munhequeira, franja nos olhos, piercing e bermuda (com a cueca à vista).

<sup>54</sup> *Capricho* é uma revista da editora Abril destinada ao público juvenil.

entanto, como se poderá notar a seguir, longe de problematizar e contextualizar a questão e romper com os estereótipos comumente colados a esse grupo, o que se concretiza, em parcela expressiva da matéria, é a ligação do visual emo às características de fragilidade, feminilidade e alienação.

Desde que o rock'n'roll nos deu seus primeiros agudos, na década de 50, levou milhões ao arrebatamento e à histeria. Da subversão descolada dos hippies à revolta política e sonora dos punks, o grito primal de guitarras em fúria tirou do sério gerações de adultos preocupados com o comportamento excêntrico de seus filhos. E agora, os emocores: pessoas frágeis, nascidas num mundo enfraquecido por mídia predadora, consumo acelerado e fracasso das utopias. (MENISQUÊNCIA!, ed. 1, p.9)

Podiam ter se tornado contrapartes violentas da sociedade, como os skinheads. Ou resolvido suas carências adotando uma postura predatória e rebelde, como grunges, metaleiros e punks. Optaram por ser inofensivos, mansos, o que hoje em dia é quase subversão, não fosse a razoável dose de alienação que carregam. (MENISQUÊNCIA!, ed. 1, p.10)

Na seguinte passagem se pode verificar uma desqualificação de um jovem emo quando este tentou definir o significado dessa tribo. O acréscimo do dado sobre o desempenho escolar do entrevistado revela-se menos como uma informação necessária de ser explicitada do que como uma tentativa de desacreditização do entrevistado:

'Pertencer ao estilo emocore é mais do que simplesmente se vestir de forma característica', afirma Wellington, que cursa pela segunda vez o terceiro ano do ensino médio. (MENISQUÊNCIA!, ed. 1, p.8)

Para além da análise textual, nota-se que a composição visual da matéria também é construída de modo a imprimir uma imagem afeminada aos componentes desse grupo. As cores das páginas são majoritariamente rosas, assim como parcela expressiva da fonte do texto – essa cor, geralmente, é associada ao universo feminino.

Na foto que abre a matéria, em consonância com o título *Sou, sim, sentimental*, uma garota dessa tribo urbana aparece segurando um bichinho de pelúcia delicado, o qual tem um piercing no nariz. A imagem conota a fragilidade e meiguice que seriam características inerentes a esses jovens.

As fotografias que compõem as quatro páginas representam a moda emo, com seus acessórios. Ela é descrita dessa forma:

Meninas: cachinhos e franjinhas, bolsa de pelúcia, saias curtas tipo colegial, lacinhos, presilhas e broches, principalmente da Hello Kitty.  
Meninos: camiseta curta, boné, munhequeira, franja nos olhos, piercings de argola no canto da boca e bermudão com cinto enorme de rebite – de função apenas decorativa, pois a cueca fica à mostra.  
(MENISQUÊNCIA!, ed. 1, p. 9)

## Considerações

Portanto, embora se realize uma descrição do que é a moda emo e uma abordagem do preconceito que sofrem jovens dessa tribo urbana, não é elaborada uma problematização e contextualização do assunto. Não consta da matéria, por exemplo, a explicação de que esse estilo advém da expressão *emotional hardcore* – gênero musical proveniente da década de 80, caracterizado pela aliança entre um repertório mais sentimental e um instrumental pesado. Também não foram entrevistados especialistas para que se tornasse compreensível ao leitor o porquê da formulação desses estereótipos em relação a essa tribo.

Na realidade, a pouca problematização realizada e a menção feita em relação à liberdade de expressão se diluíram nas diversas passagens do texto e na própria construção das páginas, as quais reforçam a imagem estigmatizada construída em relação aos jovens emos: como adolescentes alienados, chorões, frágeis e afeminados.

Como já abordado na metodologia, a moda - segundo Armoni, em Cobra (2007, p.9) - caracteriza-se como o reflexo de um estilo de vida de determinado público, em certo local e contexto histórico. Ela também se configura como fator de reconhecimento e localização social: ou seja, como padrão a ser seguido, tudo que destoia dessa referência é estigmatizado.

Nesse sentido, o que se desprende das páginas dessa matéria é que a concepção de moda dos jovens comunicadores da Brasilândia parece aproximar-se da concebida por Armoni, já que os emos são apontados como *os diferentes*, *os outros*. Resumindo, a imagem dos adolescentes emos é elaborada de maneira estereotipada (como se eles se vestissem e agissem fora do padrão), estanque e reducionista (como se eles não pudessem ter outras características senão as apontadas).

O conceito de moda é estruturado, pois, de maneira restrita e correlata ao *status quo*. Pondera-se, nesse sentido, que se dá um distanciamento em relação a

uma das possibilidades de uma mídia comunitário-alternativa: a reconfiguração de auto-identidades. Ao visualizarem o estilo emo de maneira estereotipada e não contextualizarem e problematizarem a questão, os comunicadores da *Menisqüência!* parecem não conseguir desenvolver seu espírito crítico e reflexivo - delineiam, então, um olhar estanque sobre o campo da moda. A partir desse olhar engessado, restam possibilidades reduzidas de que consigam avançar no jogo da convivência entre elementos da cultura dominante e da subordinada - a hibridação cultural de Canclini (2008). Retém-se que se tornam limitadas as chances dos produtores da *Menisqüência!* apropriarem-se efetivamente de elementos da grande mídia e reposicionarem seus olhares em relação a si próprios – de forma a construírem, assim, uma auto-identidade dispare da elaborada comumente pela grande mídia em relação a eles (como delinquentes).

**Unidade de registro:** mercado de trabalho

**Edição:** número 1

**Seção:** Trampo

**Título:** *O jovem e o emprego*<sup>55</sup>

**Número de páginas:** 31-33

**Autor:** Manfred Barbosa

A dificuldade do jovem inserir-se no mercado de trabalho é o tema desta matéria da *Menisqüência!*

Com linguagem descontraída, divertida e despojada, o texto, a princípio, parece trazer um tom de crítica sobre o mercado de trabalho no Brasil. Essa constatação pode ser verificada nas seguintes passagens, em que o autor estabelece paralelos entre as realidades do trabalho formal e do informal:

O intrépido rapaz ou a intrépida mocinha, munidos de carteiras de trabalho (como é fácil tirá-la, como é difícil preenché-la) e currículo com foto, saem à procura de uma coisa abstrata, um fenômeno civilizado, uma piração humana chamada 'emprego'. Eis a questão: segundo especialistas que estudam a dinâmica do mercado de trabalho, esse tal emprego está à beira da extinção. O máximo que você encontrará por aí é uma variante mais frágil, porém muito atraente, chamada 'bico'.

---

<sup>55</sup> A matéria está disponível nos anexos.

O bico nasce e se desenvolve no ambiente selvagem e caótico da cidade grande. Possui hábitos nômades, se alimenta de pequenas esperanças que vai encontrando pelo o seu caminho, se pendura de galho em galho à procura de abrigo. Já o emprego é difícil de ser achado. Dizem alguns sociólogos que não passa de lenda, inventada para ludibriar os que costumam caçá-lo (desempregados, órfãos, carentes de afeto e atenção por parte dos gerentes de banco). (MENISQUÊNCIA!, ed.1, p.32)

Através do trabalho, uma pessoa pode obter conquistas importantes como, por exemplo, não precisar mais trabalhar. O mercado age de tal forma que acaba barrando os convidados antes da festa. Estes poderiam se revoltar e criar o seu próprio 'mercado'. Uma solução maluca, porém quem sabe viável, seria despedir os patrões e criar suas próprias cooperativas de trabalho. (MENISQUÊNCIA!, ed.1, p.33)

Como se pode observar, os comunicadores da *Menisquência!* apontam que as oportunidades de emprego formal são escassas e tocam na questão de como essa realidade tem levado à inserção em atividades informais.

Outra passagem também salienta a situação precária das possibilidades empregatícias no Brasil: “Entre o seu primeiro salário-mínimo (minúsculo) e o seu primeiro enfarto na fila do INSS, diversas etapas serão transpostas até a fase final [...]” (MENISQUÊNCIA, ed. 1, p.31). A imagem ao lado desse trecho dialoga com essa informação: desenhos de vídeo-game, aos moldes do *Mario Bros*, que mostram personagens enfrentando diversos obstáculos (como fogueiras, espinhos e bombas) para atingirem prêmios – no caso, uma vaga de trabalho.

Entretanto, a aparência de crítica se dissipa na brincadeira apenas pela brincadeira já no complemento da citação expressa no parágrafo anterior: “[...] que é quando você larga tudo e casa com uma muambeira paraguaia”.

O humor pelo humor também pode ser visto ao fim da matéria, em que é apresentado um box que traz dicas para se conseguir um emprego. Entre elas, destacam-se:

Seja positivo e criativo nas dinâmicas. Aceite tudo, mas se pedirem para colocar roupa de menina, encha a cara deles de porrada. [...] Ao retirar-se do local feche a porta delicadamente tendo cuidado de não batê-la. Se for numa oficina mecânica, bata com força! Para não pensarem que você é frutinha. (MENISQUÊNCIA, ed. 1, p. 33)

Ou seja, pode-se depreender desses trechos o preconceito em relação a homossexuais. Isto é, explicita-se que a diversidade sexual parece não ser valorizada.

E mais uma vez, ainda nesse box, o tom de brincadeira recai em nada: “Evite exaltar-se ao ser aprovado na dinâmica. Não recomendamos pular sobre a mesa, soprar línguas de sogra ou chorar convulsivamente chamando pelo nome da mãe”.

Retém-se que é realizado apenas o levantamento do tema da dificuldade do jovem em colocar-se no mercado de trabalho: essa questão não é problematizada e o porquê dessa realidade não é ponderado.

Uma alternativa que poderia ser transformadora é citada ao fim da matéria: a criação de cooperativas de trabalho. No entanto, essa proposição é um grito solitário diante da pouca problematização e do humor raso, com pouco teor crítico, que permeia essa matéria.

## **Considerações**

Resumindo, embora se faça o levantamento do tema da dificuldade de inserção do jovem brasileiro no mercado de trabalho e seja sugerida a criação de cooperativas de trabalho como alternativa a essa realidade, a matéria peca na problematização do assunto. Evidenciam-se também, em algumas passagens, o preconceito em relação a homossexuais.

A partir do momento que não contextualizam esse universo, os jovens da *Menisqüência!* desenvolvem de maneira limitada seu espírito crítico. Nesse sentido, reduzem suas possibilidades de articulação para correrem atrás de seus direitos de cidadania, os quais, segundo Cortina (2005), incluem o direito social do trabalho. Assim, sem terem seus direitos assegurados e sem aporte crítico para fazer com que eles sejam exercidos, seus sentimentos de pertença a uma comunidade política tendem a ficar enfraquecidos.

Também se vislumbra que nessa matéria os comunicadores abordam o universo do *emprego*, e não do trabalho; este último, para a jornalista Eliane Brum (2010), estrutura-se sob uma ótica de transformação social. Isso porque é sublimada a questão da colocação no mercado sob uma perspectiva que reflita sobre a aliança entre geração de renda e realização de sonhos, da mudança social que se quer ver no mundo.

Conclui-se que um dos objetivos de uma mídia comunitário-alternativa não se concretiza: o aprimoramento da criticidade. Isso porque, como já abordado, a problematização e contextualização feitas nessa matéria são ínfimas. Em decorrência da contextualização reduzida, o estímulo do espírito cidadão dos comunicadores também se configura como precário. A compreensão alternativa - que destoa dos pressupostos da estrutura socioeconômica vigente, outra característica de um meio do gênero comunitário-alternativo - também não se procede, já que o trabalho não é visto também sob uma ótica de transformação social, e sim como fator de geração de renda (em linhas gerais).

Ou seja, pontua-se que os comunicadores da revista têm uma compreensão estanque em relação ao campo do trabalho. Pensando na esfera das representações sociais, têm poucos subsídios, então, para fazerem com que a convivência entre elementos da cultura dominante e da subordinada (proposta por Canclini, 2008) se concretize de maneira que haja uma apropriação e reconfiguração dos elementos da grande mídia e, enfim, a reelaboração da imagem que têm de si próprios.

**Unidade de registro:** sexualidade

**Edição:** número 2

**Seção:** Revelações

**Título:** *Desfiladeiro azul*<sup>56</sup>

**Número de páginas:** 25-28

**Roteiro por:** Manfred Souza

Os quadrinhos tratam do assunto “preconceito contra homossexuais”. É retratada a história de um garoto, o Pedro, que tem sua identidade sexual descoberta pelos pais, é violentado fisicamente no ambiente familiar e expulso de casa.

A crítica ao discurso cristão (que condena a homossexualidade) é procedida nas sequencia de imagens e pode ser visualizada na fala do jovem discriminado a seu irmão, Érik, que foi visitá-lo, às escondidas: “Quando eu morrer vou direto para o

---

<sup>56</sup> Os quadrinhos estão disponíveis nos anexos.

inferno! O padre Ezequiel disse que sou um pecador” (MENISQUÊNCIA!, ed.2, p. 25).

Durante a conversa entre os irmãos, que ocorre em um desfiladeiro, Pedro mostra a Érik uma espécie de asa delta que ele diz estar construindo para empreender um voo. Quando o irmão mais novo pede para experimentar a engenhoca, segue-se o seguinte diálogo<sup>57</sup>, iniciado por Érik:

- Uau! Também quero voar!
- Não, você não pode, Érik! Você não é um pecador.
- Não sei por quê, mas estou com uma sensação ruim.
- Deve ser porque o papai ta chamando você! Lá na frente!
- Vem comigo!
- Eu não vou mais aguentar tapas e socos, Érik, eu posso voar agora!

No último lance da história, o irmão mais novo recebe a notícia de que Pedro havia se matado, pulando do desfiladeiro. Ou seja, a metáfora da asa delta significa a única forma que o jovem discriminado encontrou para viver a sua condição sexual: a morte.

### **Considerações**

O que se pode concluir, é que a história em quadrinhos evidencia o preconceito e a discriminação contra homossexuais - em especial a violência física na própria esfera familiar, no momento da descoberta da identidade sexual.

Também é mostrado como jovens discriminados podem optar pelo suicídio diante da não aceitação da sociedade. A crítica ao discurso cristão, que condena a homossexualidade, é realizada quando se mostra a influência que o comentário do padre teve na tomada de decisão de Pedro.

Nesse sentido, pode-se perceber que os comunicadores da *Menisquência!* têm uma concepção ampla do conceito de sexualidade, já que, ao apresentarem uma história que trata das situações discriminatórias pelas quais passa um jovem homossexual e as consequências a que esses atos podem levar, fazem uma crítica a essa realidade e defendem a liberdade sexual. Ou seja, apresentam, por meio

---

<sup>57</sup> Extraído da revista (MENISQUÊNCIA, ed.2, p. 26).

desses quadrinhos, uma forma de educação sexual, aos moldes apresentados pelo site de educação *Brasil Escola*.

Assim, ao usarem os quadrinhos sob um prisma educativo e ao não conceberem a questão da sexualidade de maneira estanque, pontua-se que esses jovens problematizam essa questão e têm potencial para reconfigurarem elementos da grande mídia a fim de reestruturarem a imagem que têm de si próprios por meio de sua produção na área de comunicação.

**Unidade de registro:** música

**Edição:** número 3

**Seção:** Na quebrada

**Título:** *Antes soul do que mal acompanhado*<sup>58</sup>

**Número de páginas:** 12

**Autores:** Nayla Almeida e Unilson Mangini Jr.

“Com letras alegres e mensagens de incentivo, o *Poesia Samba Soul* mostra que é possível entreter sem tirar a atenção do que soa além da voz” (MENISQUÊNCIA!, ed. 3, p.12). Esse é o objetivo da banda apresentada nessa matéria, que é oriunda da periferia da zona sul de São Paulo e mescla diversos ritmos como soul music, samba e hip hop para a composição de seu repertório.

Como se pode notar na frase inicial dessa análise, o grupo prima pelo ativismo social. Suas ações incluem o aluguel a preço reduzido de um estúdio destinado a ensaios e gravações – e aqueles que não têm condições de pagar pelo serviço são atendidos gratuitamente. A banda também realiza o projeto Poesia Audiovisual, que capacita jovens a usarem áudio e vídeo profissionalmente. “A idéia de Claudinho [integrante do *Poesia Samba Soul*] é criar um banco de talentos na região, o que possibilitará atender um maior número de clientes e gerar oportunidades de trabalho [...] pra toda essa galera. (MENISQUÊNCIA!, ed. 3, p.12).

## Considerações

---

<sup>58</sup> A matéria está disponível nos anexos.

A matéria é representativa de uma das funções de uma mídia comunitário-alternativa, pois valoriza a produção cultural da periferia da zona sul, mostrando que ela é rica culturalmente. O texto aborda ainda o trabalho de inclusão social que a banda promove por meio de projetos que capacitam e qualificam musicalmente jovens da região, a fim de que eles se tornem aptos a gerarem renda por meio de seus talentos.

O grupo apresentado pelos comunicadores da *Menisqüência!* guarda a peculiaridade de conjugar vários ritmos musicais para a formação de seu repertório. Pode-se pontuar que nessa matéria a diversidade musical é apreciada e estimulada. Isso porque - entendendo a música como uma forma de manifestação cultural - são conjugados elementos musicais de diversas culturas, aos moldes de Canclini (2008), para a formação de um novo estilo.

Portanto, avalia-se que a criticidade dos jovens comunicadores da *Menisqüência!* é incentivada a partir do momento em que representam a realidade cultural de espaços periféricos semelhantes aos seus – lembrando que a sede da revista localiza-se na periferia da região noroeste de São Paulo. Também é ampla a compreensão sobre o campo da música que os responsáveis pela publicação parecem ter. Esse entendimento pode ser visualizado dentro do fenômeno da hibridação cultural de Canclini, na medida em que a mescla de ritmos e elementos para a composição do repertório da banda denota a valorização da diversidade musical que é apresentada na matéria. Ao conceberem essa manifestação cultural de maneira crítica, não estanque e aberta, considera-se que os comunicadores têm condições de se apropriarem de elementos da mídia comercial, reconfigurá-los e reiventá-los, de forma a ressemantizarem a imagem que concebem de si próprios.

## **Viração**

**Unidade de registro:** moda

**Edição:** número 53

**Seção:** Que estilo cola

**Título:** *Chega de bobeira! Criticar o emo é besteira*<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> A matéria está disponível nos anexos.

**Número de páginas:** 16-17

**Autores:** Adriana Martins, Alef Paz, Damiso Faustino, Rafael Biazão, Simone Nascimento e Eric Silva

A moda emo também é alvo de interesse dos jovens comunicadores da revista *Viração*. O foco da matéria é voltado para a explicação de quais são as principais características dessa tribo urbana e, assim como na *Menisqüência!*, tratam da discriminação que sofrem esses jovens.

Observa-se que nessas páginas são resgatadas as origens do estilo desse grupamento juvenil. Essa afirmação pode ser contemplada na contextualização que é feita na matéria, por meio da qual é explicitada claramente a origem da moda e cultura emo, que tem suas raízes lá na década de 1980, do gênero musical *emotional hardcore*: o termo “foi aplicado às bandas que faziam suas letras sentimentais sem deixar de lado um instrumental mais pesado” (VIRAÇÃO, ed. 53, p.16).

Os comunicadores dessa revista também descrevem detalhadamente a forma como se vestem esses jovens – e, em linhas gerais, não fazem menção aos lugares comuns *melancólicos, tristes e frágeis*, tão recorrentes quando se fala em emos. Em relação às vestimentas típicas e características físicas, destaca-se que eles usam “(calças justas, cintos e pulseiras com tachas, em alguns casos camisetas estampadas com personagens infantis etc) e [...] franjas compridas sobre o rosto” (VIRAÇÃO, ed. 53, p. 16).

Explicadas as principais marcas desse grupo e a origem de seu estilo, pratica-se, em seguida, uma desmitificação do senso comum de que esses jovens têm uma essência inerentemente frágil, chorosa e afeminada - como se essa fosse sua única condição e faceta. Ao ser explicada a aliança entre o hardcore e as baladas melódicas, procede-se ao entendimento do porquê desse *véu sentimental* que acompanha esses jovens: ou seja, não é exposta na matéria que essa é uma realidade dada, única, imutável e sem precedentes.

Até mesmo a construção das páginas e a seleção das fotos também não remetem a ideia do leitor a aspectos como fragilidade e feminilidade. As duas imagens agregam informação à matéria, mostrando adolescentes dessa tribo e as características retratadas na matéria em relação a suas vestimentas – sem estigmatizá-los negativamente, com imagens que conotam *fofura*. A cor da página -

longe da tonalidade rosa, que conferiria um ar de feminilidade ao tema, reforçando estereótipos - é de tom verde.

“Pra sociedade, o emo é uma grande piada”. “Se você chora, já vem todo mundo falar que você é emo”. Com essas frases, salpicadas durante a matéria, os jovens comunicadores da *Viração* trazem para a pauta de discussão a questão dos estereótipos que são colados nesse grupo e o preconceito com o qual ele é visto. Tendo em vista essa realidade, os comunicadores alertam para a liberdade de expressão:

[...] devemos sempre nos lembrar que saber respeitar as diferenças é fundamental, já que é direito de cada um se expressar da forma como quiser sem invadir o espaço alheio. Vivemos em uma sociedade onde as diferenças são justamente o que a faz ser um lugar mais agradável. O ideal, mesmo, seria repensar nossos conceitos para manter uma convivência de mais harmonia entre todos que aqui habitam. (VIRAÇÃO, ed.53, p.17)

Ao fim da matéria, é trazido um box com a entrevista de Gustavo Pelagio, autor do livro *Diário de Palco*, que permite que se tenha um conhecimento ampliado sobre os movimentos emcore e hardcore. No bate-papo, o autor basicamente fala sobre a dificuldade que bandas têm de se assumirem como emos na contemporaneidade, diante do preconceito em relação a essa tribo.

## **Considerações**

Portanto, o que se pode observar nessa matéria é que, por meio dela, os comunicadores paulistanos da *Viração* têm a possibilidade de ressemantizarem suas auto-identidades: e existem várias razões para que essa reelaboração se dê.

Uma delas é que a publicação cumpre com um dos pressupostos de uma mídia comunitário-alternativa (o estímulo da criticidade), ao problematizarem e contextualizarem a questão da moda emo e exporem a realidade de preconceito em relação a ela.

Outro ponto é que os jovens da *Viração* parecem não ter uma concepção de moda consoante a de Armoni – presente em Cobra (2007). Não se visualiza na matéria que existe um padrão a ser seguido e que os emos estão fora desse círculo - isto é, eles não são estigmatizados. Nesse sentido, pontua-se que os

comunicadores da revista têm uma visão ampla, aberta e não estanque em relação ao campo da moda de maneira geral.

Concluindo, a partir do momento em que problematizam a questão da moda emo, apontam os estereótipos que a rondam e contam com um olhar não estanque em relação ao assunto moda, os comunicadores da *Viração* angariam suporte para agir antropofagicamente, aos moldes da hibridação cultural de Canclini (2008) – apropriando-se de elementos da mídia comercial e reestruturando seu uso, de modo a promover a ressignificação da imagem que esses jovens têm em mente em relação a si próprios.

**Unidade de registro:** mercado de trabalho

**Edição:** número 45

**Seção:** -----

**Título:** *A gente não quer só trabalho!*<sup>60</sup>

**Número de páginas:** 8-9

**Autor:** Camila Caringe

Nesta matéria, são abordadas as possibilidades de aliança entre trabalho e responsabilidade social.

A princípio, apresentam-se dados para que se compreenda o quão difícil é para o jovem brasileiro inserir-se no mercado de trabalho. Em seguida, aparecem as razões que explicam o porquê dessa realidade.

De acordo com dados divulgados em maio deste ano [2008] pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), a taxa de desemprego entre jovens de 15 a 24 anos é 3,5 vezes maior do que a taxa de desemprego entre os adultos.

A inexperiência e a competitividade do mercado de trabalho são algumas das explicações. (VIRAÇÃO, ed.45, p. 8)

Todavia, o ponto de mutação dessa matéria é que os jovens comunicadores da *Viração* partem de uma concepção diferente sobre o trabalho: não apenas como elemento de geração de renda, mas como uma forma de transformação social.

Mas os jovens não querem mais somente emprego remunerado. [...] Trabalho, além de geração de renda, também é fonte de independência, contatos e experiências e conhecimento. [...] Estar

---

<sup>60</sup> A matéria está disponível nos anexos.

em um ambiente positivo, onde se desenvolvam tarefas nas quais se acredita, é tão importante quanto ganhar dinheiro. (VIRAÇÃO, ed.45, p.8)

Em seguida, são apresentados dois projetos, por meio dos quais jovens tiram seu sustento, tendo como norte para suas ações a responsabilidade social.

O primeiro apresentado é o *Nossa Cara*, que reúne interessados na confecção de vestuário a partir de técnicas como serigrafia e bordado. As roupas, adesivos e demais acessórios produzidos carregam dizeres e imagens que alertam a respeito do consumismo. Nesse sentido, o grupo – nascido a partir de reuniões em que se discutia como essa questão se apresentava entre jovens - conseguiu aliar a geração de renda a seus ideais de transformação por meio do projeto.

Já o *Arquitetas da Comunidade* é tocado por quatro mulheres de 26 a 34 anos que têm como objetivo “a sensibilização para a questão da falta e precariedade de moradia e o planejamento dos espaços públicos de lazer nas periferias” (VIRAÇÃO, ed.45, p.9). O grupo atua na região metropolitana de Campinas (SP) e sua atuação volta-se para indivíduos, entidades comunitárias representativas e instituições como escolas, ONGs, centros comunitários e igrejas. As integrantes ainda promovem um curso de capacitação gratuita para pedreiros. Kátia Sartorelli, uma das coordenadoras, avalia que a formação é “uma ação muito importante, pois os trabalhadores qualificados, além de contribuírem com sua comunidade, podem ampliar as oportunidades de trabalho e obter melhor remuneração, melhorando [...] a qualidade de vida” (VIRAÇÃO, ed.45, p.9).

Nas duas páginas da matéria, as imagens escolhidas representam os projetos apresentados. Do projeto *Nossa Cara*, destaca-se uma camiseta, que traz a imagem do globo terrestre, o qual possui braços que seguram um cartaz com o dizer: “Compro água”. A segunda imagem apresenta integrantes do grupo *Arquitetas da Comunidade*.

## **Considerações**

Portanto, pode-se inferir que, assim como a jornalista Eliane Brum (2010), os comunicadores da *Viração* têm um entendimento de trabalho como uma forma de geração de renda, mas sem se esquecerem da função social de suas atividades – e essa realidade por ser apreendida a partir da pauta que escolheram, desde o texto

às imagens escolhidas. Em resumo, abordam no texto o universo do trabalho e não do emprego (tendo em vista a distinção de Brum).

Também problematizam a questão da dificuldade da juventude brasileira em inserir-se no mercado de trabalho, a partir da apresentação de dados que ilustram essa realidade e da explicação do porquê desse contexto – ainda que brevemente.

Em outras palavras, sobressai-se uma concepção sobre o campo do trabalho que não é reducionista e nem restrita. Nesse sentido, depreende-se que, ao contextualizarem o assunto e estabelecerem um olhar não estanque sob essa realidade, desenvolvem seu espírito crítico, de forma a terem subsídios para exercerem e lutarem por seus direitos como cidadãos (na concepção de Cortina, 2005). Como cidadãos, reconhecem-se como parte de uma comunidade e têm potencial para se empoderarem qualitativamente da mídia contra-hegemônica *Viração*: como Canclini (2008) já expusera com o seu fenômeno da hibridação cultural, apropriando-se dos elementos da grande mídia e reconfigurando seu uso, a fim de reelaborarem suas auto-identidades.

**Unidade de registro:** sexualidade

**Edição:** número 62

**Seção:** -----

**Título:** *Salada mista contemporânea*<sup>61</sup>

**Número de páginas:** 22-23

**Autores:** Carolina Santos e Eric Silva

A matéria discute sobre o uso das pulseiras do sexo, que, entre os anos de 2009 e 2010, tornaram-se febre entre jovens de todo o país. A princípio, são apresentadas a origem da brincadeira e suas principais características:

O jogo, chamado Snap (arrebentar), surgiu na Inglaterra e virou moda entre crianças, adolescentes e jovens que, por meio das pulseirinhas coloridas de silicone, criaram um código com conotações sexuais. Pelas regras, o garoto ou a garota que quebrar a pulseirinha do outro terá direito a um 'bônus'. Cada cor corresponde a uma ação, que varia de um abraço (amarela) a uma relação sexual (preta). (VIRAÇÃO, nº 62, p.22)

---

<sup>61</sup> A matéria está disponível nos anexos.

As imagens que aparecem nas duas páginas ilustram todas as tonalidades de pulseiras: verde, preta, dourada, rosa, roxa, vermelha, azul, laranja e amarela. Dentro do círculo desses acessórios, é apresentada uma explicação sobre o que representa cada cor.

Assim como em alguns veículos comerciais, a *Viração* descreve casos de crimes sexuais relativos ao uso das pulseiras. Na matéria do site de notícias G1 - que retrata um estupro contra uma jovem, em Londrina (PR), por menores de idade e por um rapaz de 18 anos - por exemplo, fica nítida a culpabilização dos acessórios, que foram taxados como estimuladores da violência sexual praticada. Essa realidade se evidencia no depoimento<sup>62</sup> do delegado responsável pelo caso, Willian Douglas Soares:

Soares informou ainda que o encontro preliminar aconteceu no terminal de transporte coletivo central de Londrina, que registra grande movimento de estudantes no horário de saída das escolas. 'A vítima e os envolvidos não se conheciam. Por isso tenho a convicção de que o crime só aconteceu por causa do uso das 'pulseiras do sexo'. Fica aqui o alerta aos educadores, pais e estudantes sobre isso'.

Os jovens da *Viração*, diferentemente, contextualizaram o assunto, mostrando suas origens, e problematizaram essa realidade, demonstrando que apenas a proibição do uso não trará mudanças. Essa reflexão pode ser visualizada na avaliação da fonte entrevistada:

Segunda ela [a psicóloga Terine Husek], por conta da repercussão negativa que o uso das pulseiras tiveram, a solução mais fácil, encontrada por grande parte da população, é vetar a utilização do acessório. 'A proibição dificilmente será a melhor solução, seja qual for o problema. [...] Proibir tira o problema do ar por pouco tempo e depois as pessoas encontram outras maneiras de manifestar a sua sexualidade', afirma Terine. (VIRAÇÃO, nº 62, p.23)

Nesse sentido, observa-se que os comunicadores da *Viração* têm um entendimento de que a restrição do uso das pulseiras não se configura como a saída mais plausível. A educação sexual e o diálogo no âmbito familiar, sim, são

---

<sup>62</sup> ARAÚJO, Glauco. Após ter 'pulseira do sexo' arrancada, adolescente é estuprada em Londrina. **G1**, 31 mar. 2010. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL1552238-5598,00-APOS+TER+PULSEIRA+DO+SEXO+ARRANCADA+ADOLESCENTE+E+ESTUPRADA+EM+LONDRINA.html>. Acesso em: 6 mai. 2011.

apresentados ao fim da matéria como formas para que esse tipo de violência não se repita.

### **Considerações**

Nessa matéria não se nota a presença de um discurso cristão, tampouco de apontamentos preconceituosos - os quais condenariam a brincadeira pela sua conotação sexual, dissociada do amor e do casamento. Na realidade, pode-se inferir que a abordagem do assunto sexualidade está ligada, sim, à conscientização e à educação sexual de jovens.

O uso das pulseiras, como já visto, é contextualizado e problematizado. Nesse sentido, não há espaço para que seja feita uma correlação direta e inequívoca entre a brincadeira e a existência de casos de violência sexual. Esta última, na concepção dos comunicadores da revista, dá-se devido à falta de diálogo familiar e educação no âmbito sexual.

Nesse sentido, ao entenderem o campo da sexualidade sob prisma similar ao apresentado no site de educação *Brasil Escola* - ou seja, de maneira ampla e consciente, informativa, não estanque, contextualizada e livre de estigmas - os comunicadores da *Viração* afastam-se do ideário do *status quo*, adquirem repertório para estimularem seu espírito crítico e colocarem em prática uma das funções de uma mídia comunitário-alternativa: a apropriação<sup>63</sup> de elementos da mídia comercial, de forma a promoverem a construção de uma auto-identidade livre dos estereótipos comumente associados a jovens moradores de periferias (pobreza e marginalidade).

**Unidade de registro:** música

**Edição:** número 41

**Seção:** -----

**Título:** *Banda de mina*<sup>64</sup>

**Número de páginas:** 18-21

**Autores:** Ubirajara Barbosa da Fonseca, Eric Silva e Saluá Oliveira

---

<sup>63</sup> Aos moldes da hibridação cultural de Canclini (2008).

<sup>64</sup> A matéria está disponível nos anexos.

Os comunicadores paulistanos da *Viração* apresentam nessa matéria bandas compostas apenas por mulheres. O pano de fundo do texto é o preconceito que sofrem esses grupos femininos, que tocam desde punk a samba, rock, rap, pop e hard core.

A matéria tem início com uma detalhada explicação do que é o movimento punk. Ao explicarem que ele não é apenas um estilo musical, mas também uma forma de contestação, os comunicadores fazem o link entre o feminismo e o movimento.

Aliado as idéias libertárias do feminismo, surge na cidade estadunidense de Olympia, no estado de Washington, em meados dos anos 90 o *Riot Grrrl*. *Riot* significa manifestação pública, tumulto, levante e *Grrrl* é um trocadilho de garota em inglês (*girl*), e um grunhido raivoso, GRRR! Raivosas e indignadas as *Riot Grrrls* queriam fazer música para informar as mulheres sobre seus direitos e incentivá-las a reivindicá-los, além de quebrar um dos grandes dogmas do rock: mulheres não sabem tocar baixo, bateria e guitarra tão bem quanto homens. (VIRAÇÃO, ed. 41, p.18)

Como se pode observar, além de contextualizar a aliança entre o feminismo e o punk, realiza-se uma desmitificação de que garotas que tocam rock, por exemplo, são agressivas. Essa quebra de paradigmas também pode ser notada por meio da inserção na matéria do depoimento de Elisa Gargiulo, fundadora da banda *Dominatrix* – representante do *Riot* no Brasil:

‘Se um homem é agressivo naquilo que faz isso é considerado positivo, legal, ele é assertivo, agora se uma mulher faz a mesma coisa isso é mal visto porque para a sociedade capitalista é interessante que a mulher continue sendo submissa e não se posicione.’ (VIRAÇÃO, ed. 41, p.18)

A questão do preconceito também é levantada pela baixista da banda de punk *Mercenárias*, Sandra Coutinho. Ela relata que alguns técnicos de som não respeitavam a opinião das integrantes do grupo pelo fato delas serem mulheres.

Outra subversão é feita no texto. Embora o *Riot Grrrl* seja um movimento feminino punk de contestação, Sandra Coutinho critica bandas dessa raiz que apontam o preconceito existente em relação a elas, mas não buscam estabelecer seu lugar a partir da transposição de seus ideais para a prática:

‘A postura é consequência de uma coisa mais profunda e às vezes as coisas estão só nas aparências. Tem muitas coisas que você culpa o outro e às vezes você tem que ir buscar seu espaço. Você

tem que lutar pelo ser humano, não tem que segregar'. (VIRAÇÃO, ed.41, p.19)

Em seguida, a matéria mostra uma banda de hip hop, a *Negras Ativas*. Formado em 2003, em Belo Horizonte (MG), o grupo surgiu a partir de discussões, entre mulheres, sobre questões de gênero no Movimento Negro Unificado. A partir da percepção de que algumas delas cantavam rap, decidiram montar a banda, que alia música a trabalhos de conscientização.

O relato sobre situações de preconceito que já passaram é descrito abaixo:

A mineira Larissa Borges, a Negrana, avalia que a banda tem avançado muito na questão do machismo. 'No começo quando a gente dizia que tinha um grupo de rap eles diziam: 'Legal! Vocês fazem *backing* vocal - cantoras de apoio - Ai a gente respondia: Não. Nós somos a banda. E ficava aquela coisa 'Como assim elas não fazem *backing* e tem uma banda?'. Hoje a interação é boa participamos do Coletivo Hip Hop Chama, que tem feito bastante para superar o machismo. (VIRAÇÃO, ed.41, p. 20)

Os responsáveis pela matéria também apresentam um grupo de 80 mulheres de 15 a 55 anos que formam um bloco de carnaval, formado e regido exclusivamente por mulheres: o *Ilu Oba De Min*. Elas ensaiam todos os sábados no bairro Patriarca, na capital paulista, e desfilam pelas ruas do centro da cidade durante a sexta-feira da festividade, atraindo mais de três mil pessoas.

Com o bloco, as integrantes objetivam, segundo uma das organizadoras, Baby Amorim, homenagear as mulheres na cultura brasileira: "É um bloco para mulheres. Tem negra, japonesa, branca, tudo junto". Uma das regentes, Beth Beli, complementa, em seguida: "a idéia é aproximar as mulheres e recuperar a cultura afro-brasileira" (VIRAÇÃO, ed. 41, p.20).

Grupos com outros estilos não são esquecidos. A *Cacto Rosa*, do Rio Grande do Sul, é uma banda de rock. Em Tatuí, por exemplo, mulheres oriundas do conservatório da cidade formaram, em 2007, a banda *Sinfônica Sopra Mulheres*. A maestrina do grupo, Cibele Sabione Sotelo, explica que as mulheres ainda são minorias nesse meio: "Como as bandas sinfônicas vem de uma forte tradição de regimentos militares, a grande maioria dos integrantes é homem". E continua: "Em São Paulo existem apenas umas três ou quatro maestrinas em atividade quase todas atuam como convidadas" (VIRAÇÃO, ed. 41, p. 21).

Representantes do sexo feminino dessas duas últimas bandas fazem um balanço de como é a rotina de trabalho em um grupo composto só por mulheres: para elas, a cumplicidade e a eficácia da comunicação são melhores – do que se trabalhassem com homens.

Outro grupo de mulheres é apresentado, o *Samba de Rainha*, que mescla gêneros como rock e samba para a composição de seu repertório. Essa mistura pode ser visualizada nesse trecho: “Tocam de *Satisfaction*, clássico dos Rolling Stones, em versão sambada, em versão samba, ‘a gente faz o show de um jeito que parece rock’ n’ roll [...]’, conta Núbia [Maciel, vocalista da banda]”.

Em relação ao cotidiano de trabalho entre as integrantes, a vocalista brinca e avalia que: “é muito difícil, são 8 TPMs, 8 egos e mais a empresária”<sup>65</sup>.

Ao fim da matéria, destaca-se um box que apresenta uma entrevista com a musicista Paolla (identidade não revelada). Durante a conversa, a garota, que então (em 2008) tinha 16 anos, concorda com a ideia de que a mídia é preconceituosa e mostra poucas bandas que não tenham mulheres apenas no vocal. “Parece o [...] preconceito idiota de séculos passados, onde mostra que a mulher é inferior ao sexo masculino, mas as mulheres têm SIM capacidade de [...] tocar em uma banda, não somente sendo vocal”, avalia a garota, em entrevista à *Viração* (ed. 41, p. 21).

Paolla também pondera que algumas mulheres optam por montar bandas femininas por comodidade ou por ainda ser um diferencial, na visão dela, participar de um grupo que não conte com a participação masculina.

Ao fim, à pergunta “Como você acha que a mulher é vista pelos membros da banda? E pelas pessoas de fora, e por que dessas visões?”, a musicista simplesmente responde: “Quando se tem uma garota que seja boa em uma banda, toda a banda em um conjunto acaba sendo bem vista, fazendo com que as pessoas de fora e da própria banda comentem sobre o assunto” (*VIRAÇÃO*, ed. 41, p. 21).

## Considerações

Não é inédita a abordagem do assunto “bandas formadas apenas por mulheres” na mídia comercial. No entanto, tratar do preconceito que ainda sofrem mulheres - no meio musical, em diversos gêneros - e das raízes que levam a essas formulações distorcidas (por exemplo, a predominância histórica de homens em

---

<sup>65</sup> Os trechos deste parágrafo e do anterior foram extraídos de *VIRAÇÃO* (ed. 41, p. 21).

determinados estilos, como na música clássica) é relevante e faz com que os jovens comunicadores responsáveis pela matéria ampliem seu espírito crítico em relação a essa problemática.

O amadurecimento intelectual desses jovens também é evidenciado no momento em que optam por produzir uma matéria que apresenta não só a diversidade de ritmos musicais dessas bandas femininas. Dentro dessa multiplicidade de estilos, são apresentados grupos que mesclam gêneros para a composição de seu repertório – como as *Riot Grrrls* brasileiras, que agregam o punk norte-americano a seu *playlist* e as meninas do *Samba de Rainha*, que misturam rock e samba para a produção de sua manifestação cultural. Esse mix expõe o fenômeno da hibridação cultural de Canclini (2008), pois denota a convivência entre elementos culturais diversos, culminando na reivenção e estruturação do *novo*.

Ainda em relação à convivência entre valores da cultura dominante e da subordinada (proposto pelo pesquisador argentino), nota-se que ocorre a incorporação de valores machistas ao imaginário de uma das integrantes do *Samba de Raiz*. Isso porque a vocalista da banda avalia que uma das dificuldades de se trabalhar apenas entre mulheres se deve ao compartilhamento da tensão pré-menstrual e do ego - como se problemas de relacionamento e hormonais atingissem apenas pessoas do sexo feminino. Nessa linha, também se configura como reducionista e sexista dizer que trabalhar entre mulheres é melhor do que com homens, como afirmaram integrantes dos grupos *Cacto Rosa* e *Sinfônica só pra mulheres*.

É relevante destacar que a matéria peca em não esclarecer a identidade da musicista Paolla: só são discriminados seu primeiro nome, idade e profissão – o sobrenome é esquecido.

A entrevista da profissional da música também rompe com a ideia de que bandas formadas por mulheres sempre agem politicamente. A garota lembra que existem pessoas do sexo feminino que se unem por comodidade ou por acreditarem que terão um diferencial por não contarem com a participação de homens.

Para fechar, a resposta da garota (quando questionada como a mulher é vista pelos integrantes da banda e pessoas de fora) dá o tom geral da matéria. Ela diz que quando a musicista possui qualidade, todo o grupo sai ganhando. Ou seja, embora a matéria erre em não detalhar por completo a identidade de Paolla e apresente elementos machistas em certas passagens, o cerne dela assenta-se em

sublimar o estigma em relação a pessoas do sexo feminino que trabalham com música e realizar uma equiparação da qualidade do trabalho entre profissionais de ambos os gêneros sexuais.

Nesse sentido, pode-se considerar que, em linhas gerais, os jovens comunicadores da *Viração* mais se distanciam do padrão socioeconômico vigente do que se aproximam, na tentativa de desmitificar a estigmatização que paira sobre bandas femininas. Em resumo, é possível inferir que, nessa matéria, são representados um dos objetivos de uma mídia comunitário-alternativa: o estímulo do espírito crítico. A partir desse teor reflexivo, amplo e não estanque os jovens responsáveis pela revista parecem ter condições de se empoderarem qualitativamente da publicação: apropriando-se de elementos da grande mídia, repaginando-os e reiventando a representação que constroem de si mesmos.

## **Zong**

**Unidade de registro:** moda

**Edição:** número 2

**Seção:** *Molda*

**Título:** *Brechó: uma nova alternativa para construir sua moda*<sup>66</sup>

**Número de páginas:** 11-13

**Autores:** Vanessa Pedon e Camila Rocha

A moda é uma preocupação recorrente na revista *Zong*, tanto que há uma seção específica para esse assunto: a *Molda*.

Na matéria analisada, os comunicadores do Grajaú tentam estabelecer o brechó como uma forma de construção de uma moda alternativa. Para tanto, começam o texto tentando desmitificar o senso comum que ronda esse espaço de comercialização e troca de vestimentas e acessórios:

Em muitos casos, ao ouvirem a palavra brechó as pessoas fazem uma associação com algo antigo e fora de moda, onde só são vendidas coisas velhas e de pouca qualidade. Alguns acreditam que os artigos à venda [...] são verdadeiros restos daquilo que não se

---

<sup>66</sup> A matéria está disponível nos anexos.

quer mais usar, ou até mesmo que as roupas são de defuntos.  
(ZONG, ed.2, p.11)

Prosseguindo na desconstrução do imaginário geral que envolve os brechós, os comunicadores explicam que, só na cidade de São Paulo, existem milhares deles, desde os chiques aos mais simples. A diversidade de produtos à disposição é ampla: é possível encontrar “peças antigas, clássicas, novas, coloridas, com estampas de todos os tipos, tecidos diferentes, modelitos nacionais e importados” (ZONG, ed.2, p.12).

Os responsáveis pela revista também explicam que as vestimentas à venda nesses estabelecimentos nem sempre são velhas: em alguns casos, a peça foi usada uma única vez e foi trocada, vendida ou consignada para determinado brechó - que a revende por um valor mais baixo. Tampouco são fora de moda: “Um exemplo de que as roupas vendidas em brechó não estão fora de moda são as estampas de listras e bolinhas e as calças com cintura alta, que voltaram a ser destaques nesses tempos” (ZONG, ed. 2, p.12).

Outro ponto positivo destacado na matéria é que as peças adquiridas nesses locais são exclusivas, já que, diferentemente de lojas de departamento, brechós não estocam produtos.

Ao fim do texto, são dadas dicas para se realizar a melhor compra possível nesses espaços. Os comunicadores avaliam que, para adquirir peças nesses locais, é interessante saber compor e combinar as roupas compradas; é preciso também pesquisar e escolher com calma o estabelecimento, pois existem alguns de má qualidade; e ainda sugerem sites de brechós que comercializam utensílios e roupas pela internet.

Em relação à composição visual, destaca-se que duas imagens são apresentadas nas páginas: em ambas, aparecem os desenhos de três mulheres, como se fossem traços de uma desenhista de moda. Cada uma delas porta roupas de diferentes estilos e épocas, dando a ideia de que, para alcançar esse visual, combinaram peças adquiridas em brechós. Ou seja, as imagens dialogam com o texto, conotando que é possível compor um visual alternativo a partir desses circuitos de moda.

## **Considerações**

Em um primeiro momento, seria possível concluir que é realizada uma desmitificação da aura que cobre o conceito de brechó. E de fato, a partir da explicação do funcionamento e dinâmica desses estabelecimentos, essa visão estanque pode ser desconstruída.

No entanto, a concepção de moda dos comunicadores da *Zong* é correlata a do *status quo*: nada menos que o reflexo do estilo de determinado público, em determinado local e período: ou seja, um padrão a ser seguido, na visão de Armoni – presente em Cobra (2005). Ao mostrarem, por exemplo, como as antigas roupas de bolinhas e de cintura alta voltaram a estar em alta e destacarem que elas estão disponíveis em brechós, o que é procedida, na verdade, não é a apresentação de uma moda alternativa, mas uma forma mais econômica de seguimento e integração ao padrão sócio-econômico-cultural vigente.

Uma proposta realmente alternativa, como a elaboração de um visual baseado apenas em interesses e gostos pessoais, não é mencionada. Ou seja, nesse sentido, depreende-se que a concepção de moda desses jovens comunicadores parece estar ligada ao ideário do *status quo*. Ao conceberem esse conceito de maneira restrita, perdem em possibilidades de solidificarem seu espírito crítico, perceberem outras alternativas de estilo para si próprios e, em última instância, ampliarem seu olhar e se enxergarem de maneira não estigmatizada. Em outras palavras, a partir desse texto, observa-se que têm pouco potencial de colocarem em prática um dos ideais de uma mídia comunitário-alternativa, tendo em vista o fenômeno da hibridação cultural de Canclini (2008): a reconfiguração dos elementos da grande mídia e reestruturação de auto-identidades, de forma a promover, no futuro, a transformação de suas comunidades.

**Unidade de registro:** mercado de trabalho

**Edição:** número 1

**Seção:** Trampo

**Título:** *Eu quero um trampo!*<sup>67</sup>

**Número de páginas:** 14-17

**Autores:** Vânia Correia, Natalia Pereira e Flávio Munhoz

---

<sup>67</sup> A matéria está disponível nos anexos.

Nesta matéria é abordada uma das questões que mais parecem preocupar os jovens na contemporaneidade: a dificuldade de se inserirem no mercado de trabalho. A falta de experiência e de qualificação profissional são algumas das razões apontadas pelos jovens comunicadores do Grajaú como empecilhos no momento da conquista do primeiro emprego.

Nesse texto, optou-se pelo esclarecimento dos pontos positivos e negativos entre um trabalho formal e um informal.

Para que haja uma visualização clara do que significa o mercado formal, os comunicadores da *Zong* dão as seguintes pistas: “Forma de trabalho indicada pela maioria de nossos pais. É a forma conhecida pela famosa carteira de trabalho” (ZONG, ed.1, p.15). Adiante, acrescentam que nessa modalidade empregatícia são assegurados ao trabalhador direitos e benefícios como férias, 13º salário, FGTS, aposentadoria, licença maternidade/paternidade, seguro desemprego, entre outros.

Para contextualizar a origem dessa forma de trabalho, é dada a seguinte explicação: “Foi uma solução construída para garantir um sustento mínimo para as necessidades do trabalhador e de sua família, frente ao capitalismo selvagem, voltado a vida de consumo crescente” (ZONG, ed. 1, p. 15).

Os jovens também trazem à discussão uma das problemáticas que envolvem o mercado formal: o custo de um trabalhador para os contratantes – que equivale a duas vezes o salário do empregado. Essa realidade faz com que, segundo a matéria, as oportunidades de trabalho diminuam e seja pago um salário mais baixo aos empregados.

Como contrapartida a essa realidade, a matéria explica que surgem os autônomos - pessoas que abrem suas próprias empresas e prestam serviços. Não se entra em detalhes no texto, mas é destacado que por meio dessa forma de trabalho o custo com o trabalhador diminui significativamente.

Ao fim dessa parte do texto, é destacado que o ponto positivo de se trabalhar no mercado formal é o fato de ser possível comprovar experiência profissional por meio da carteira de trabalho. Esse documento facilita, segundo o texto, na busca por um novo emprego.

Já o trabalho informal é aquele “desvinculado a qualquer empresa, ou seja, é o trabalho indireto onde não há vínculo empregatício por meio de documentação legalizada” (ZONG, ed.1, p.16). A definição é complementada pelo acréscimo da

informação de que pessoas que trabalham dessa forma não têm benefícios e direitos trabalhistas garantidos. A renda também não é fixa para esses profissionais, os quais, segundo a matéria, compõem 50% da população brasileira.

A origem dessa modalidade é explicada dessa forma:

Esse tipo de trabalho teve grande crescimento na década de 90 quando a crise econômica, o aumento da competição e a exigência de maior qualificação profissional devido ao grande avanço tecnológico no Brasil, fizeram com que as empresas buscassem reduzir seus custos, conseqüentemente demitindo pessoas. (ZONG, ed.1, p.16)

De acordo com a matéria, o trabalho informal foi a saída encontrada por diversas famílias para garantirem seu sustento diante da escassez de oportunidades no mercado formal. O ponto negativo é que o trabalhador não tem a quem recorrer, juridicamente, caso passe por algum contratempo, “pois a justiça só defende os direitos dos trabalhadores legais” (ZONG, ed. 1, p.16).

As imagens escolhidas para as páginas dialogam com o texto. Elas são duas: uma representando o trabalho informal, com uma garota distribuindo panfletos na rua; a outra - uma banca de jornal, com um senhor sentado ao centro dela, rodeado por jornais que publicam notícias sobre vagas de emprego e estágio - simboliza as oportunidades de colocação profissional.

## **Considerações**

O que se depreende da matéria é que os jovens comunicadores acertam na escolha do universo temático. Abordar as diferenças entre o mercado formal e o informal, mostrando os pontos positivos e negativos de cada uma dessas opções, configura-se como relevante para jovens que estão em busca de seu primeiro emprego.

No entanto, a matéria pecou na falta de contextualização e na pesquisa de dados importantes. Ter um parâmetro do número de desempregados jovens no país, assim como entender os meandros que envolveram a conquista dos direitos dos trabalhadores e o crescimento do mercado informal são relevantes para que se entenda a problemática que acerca a questão do desemprego no Brasil - especialmente da juventude.

Quando é abordado o assunto de como nascem os direitos trabalhistas no Brasil, por exemplo, pontua-se que seria interessante se fosse mencionada a política de concessão dos direitos trabalhistas, em 1942, durante o governo de Getúlio Vargas. A partir dessa remissão histórica, seria possível que se compreendesse de fato as raízes das garantias constitucionais do trabalhador brasileiro.

No momento em que também são explicadas as origens do mercado informal no Brasil, observa-se que a sequência de informações dadas carecem de aprofundamento. Na matéria, o surgimento desse setor é correlacionado à crise econômica da década de 90 e ao avanço da tecnologia, mas sem que se faça uma contextualização clara. Não é especificada de que crise se trata; tampouco é explicada como a substituição da mão-de-obra se procedeu diante da informatização das rotinas de trabalho. Resultado: a informação fica solta, demandando maior aprofundamento para seu entendimento.

No texto também é mencionado que 50% da população brasileira está inserida no mercado de trabalho informal, sem que seja mencionada a fonte de onde foi tirada essa informação.

Resumindo, a problematização rasa realizada nessa matéria denota o potencial limitado que essa publicação parece ter no estímulo da criticidade dos jovens comunicadores do Grajaú.

Também se observa que o trabalho não é apresentado no texto como uma forma de transformação social, como concebera Eliane Brum (2010); ele é tratado apenas como fonte de geração de renda, configurando, na realidade, um emprego e não um trabalho - como diferenciara a jornalista. O entendimento dos comunicadores em relação a esse assunto é, pois, estreitamente ligado ao ideário do *status quo*.

Para concluir, avalia-se que, a partir dessa matéria, esses jovens têm pouco potencial para se empoderarem qualitativamente da *Zong*, reconfigurando elementos da grande mídia e ressemantizando as suas auto-identidades – aos moldes de Canclini (2008). Isso porque, além de realizarem uma problematização e contextualização deficientes sobre o mercado de trabalho brasileiro, veem a questão da empregabilidade de maneira restrita - apenas sob o prisma da estrutura socioeconômica vigente, sem concebê-la, também, como uma forma de transformação social. Nesse sentido, perdem possibilidades de desenvolverem sua capacidade reflexiva e de articulação e, assim, reduzem suas chances de exercerem

e exigirem seus direitos de cidadania<sup>68</sup>. Portanto, sem se sentirem como cidadãos (reconhecendo-se como parte de uma comunidade) e contando com essa visão engessada sobre o mercado de trabalho, têm reduzidos os subsídios para ampliarem o olhar sobre suas potencialidades e reiventarem a imagem que têm de si próprios – aquela comumente construída na grande mídia, que liga o jovem morador de periferia à prática de atos delinquentes.

**Unidade de registro:** sexualidade

**Edição:** número 4

**Seção:** Rapidinhas

**Título:** *Transar ou não transar?*<sup>69</sup>

**Número de páginas:** 16-17

**Autor:** Eliane Guimarães

O tema central da matéria é a dúvida sobre em que momento o jovem deve iniciar sua vida sexual. Também são ponderados quais fatores se deve levar em conta para essa tomada de decisão.

As declarações dos entrevistados foram extraídas durante uma reunião entre os comunicadores da *Zong* e adolescentes na Escola Professora Maria Juvenal Homem de Mello, localizada no Grajaú. O encontro teve como meta a reflexão sobre a primeira relação sexual de jovens.

Já no começo da matéria, a resposta para o porquê do início da vida sexual acontecer muitas vezes na juventude vem da psicóloga Marta Regina Souza (ZONG, ed.4, p.16): “Na adolescência, o desejo se desloca do corpo para o exterior. Surge o interesse pelo amor sexual e o fascínio das paixões”, explica.

Em seguida, os comunicadores do Grajaú avaliam que elementos como a mídia, grupos de amigos, pressão da sociedade e letras de música podem influenciar na antecipação da tomada de decisão. Essa realidade pode ser visualizada nas seguintes frases:

---

<sup>68</sup> Entendendo o conceito de *cidadão* sob a perspectiva de Cortina (2005), é relevante lembrar que o incentivo à cidadania é uma das funções de uma mídia comunitário-alternativa – objetivo esse cumprido de maneira deficiente nessa matéria.

<sup>69</sup> A matéria está disponível nos anexos.

Esse também é um assunto que está muito mais presente na mídia, o que, de certa forma, pode influenciar os jovens a fazerem escolhas erradas, muitos iniciam a vida sexual só por prazer e não por amor e, muitas vezes, sem prevenção. [...] Esse tema também foi discutido na roda de conversa na escola, para a galera o ritmo e as letras do funk pode, às vezes, influenciar o jovem a tomar a decisão precipitadamente. (ZONG, ed.4, p.17)

Na matéria ainda aconselha-se que os jovens que estejam prontos para ter sua primeira relação sexual devem procurar um médico e/ou uma pessoa de confiança para tirarem suas dúvidas. Ainda recomendam o uso de preservativo para evitar uma gravidez indesejada e a contração de doenças sexualmente transmissíveis. Ao fim do texto, algumas perguntas pontuais e as respectivas respostas sobre assuntos como prevenção, por exemplo, são apresentadas.

Cinco fotos mostram a roda de conversa feita com os estudantes e uma imagem refere-se a um preservativo. O fundo das páginas fazem menção a uma campanha de prevenção contra doenças sexualmente transmissíveis, cujo slogan é *Vista-se* - slogan esse, na imagem, rodeado de imagens de camisinhas.

## **Considerações**

Refletir sobre o momento adequado de se iniciar a vida sexual é sempre relevante para adolescentes, já que essa dúvida invariavelmente os ronda em algum momento de suas vidas.

De fato, é importante que sejam elaboradas pautas para jovens que abordem a questão da prevenção contra doenças sexualmente transmissíveis e façam pensar sobre a influência que a mídia, a sociedade e até mesmo músicas podem ter no momento de se decidir a ocasião adequada de começar a ter relações sexuais. No entanto, o que se observa é que as reflexões trazidas carecem de contextualização, já que, na matéria, elas são apresentadas de forma solta, como partes desconectadas umas das outras. O texto ganharia mais em qualidade informativa se focasse em apenas um tema (prevenção ou influências, por exemplo), que fosse desenvolvido de maneira mais aprofundada e detalhada.

Para fechar, pode-se concluir que os jovens comunicadores do Grajaú parecem não conseguir se desvincular da redoma do *status quo*. Isso porque, embora a matéria seja permeada de conselhos sobre educação sexual, ela recai no

discurso cristão, que condena a prática de sexo desvinculado do casamento e do amor.

Resumindo, ao elaborarem uma matéria pouco contextualizada, os jovens perdem oportunidade de estimularem seu espírito crítico – uma das metas de uma mídia comunitário-alternativa. A opção em se apoiar no discurso cristão quando se trata de sexualidade revela a limitação da percepção dos comunicadores em relação a esse campo. Em suma, a pouca problematização, aliada à obediência aos dogmas cristãos, denota que não se procede a um trabalho de educação sexual na matéria, aos moldes já explicados no site da *Brasil Escola*. Ou seja, concebem a sexualidade de maneira reducionista e estigmatizada.

O que se evidencia, nesse sentido, é que esses jovens responsáveis pela revista parecem não conseguir se desvencilhar do ideário do *status quo*. Agindo dessa forma, com aporte crítico restrito, têm pouco suporte para se verem de uma maneira libertadora e não estigmatizada: isto é, configura-se como reduzido o potencial de apropriação, reestruturação de componentes da mídia comercial e reelaboração de auto-identidades por meio da atuação nesse meio.

**Unidade de registro:** música

**Edição:** número 2

**Seção:** No ritmo

**Título:** *Olha a 3º milênio aí gente*<sup>70</sup>

**Número de páginas:** 18-19

**Autor:** Natália Nascimento

A escola de samba 3º milênio é apresentada pelos jovens comunicadores do Grajaú nessa matéria. O nome, segundo o texto, foi definido diante da época em que a escola foi fundada (na virada do milênio) e conota a representação que seus integrantes fazem dela: “uma nova estrela que brilha em uma luta diária” (ZONG, ed.2, p. 19).

De acordo com a matéria, um dos objetivos da escola (cujos integrantes da bateria são representados por foto no início da matéria) é proporcionar uma forma de lazer e opção de carnaval de qualidade na região. A diretora social da instituição,

---

<sup>70</sup> A matéria está disponível nos anexos.

Mirian Moura, corrobora essa ideia e avalia que o “principal objetivo [...] é transmitir à comunidade do Grajaú e a todos que prestigiam esta festa, a mensagem de que carnaval não é orgia, mas pura cultura” (ZONG, ed. 2, p.19).

No texto também é destacado que a confecção de todo o material necessário para a realização do desfile, desde os carros alegóricos às fantasias, é resultado do trabalho voluntário da própria comunidade.

A matéria se encerra com um apelo da madrinha de bateria Alessandra Vânia Barros, que aponta a necessidade de maior envolvimento da comunidade e chama os moradores a apoiarem cada vez mais a escola. Ela avalia (ZONG, ed.2, p.19) que a pouca participação se dá pelo fato de “não ter essa cultura de carnaval na Zona Sul”.

### **Considerações**

Por meio dessa matéria, visualiza-se uma das características de uma mídia comunitário-alternativa: a valorização da cultura local.

Observa-se no texto que é realizada uma discussão, ainda que breve, sobre a realidade local - especificamente em relação às poucas opções de carnaval na Zona Sul. O incentivo à manifestação cultural local pode ser percebido na apresentação que é feita da escola de samba e de suas conquistas e na própria meta da instituição de oferecer uma opção de carnaval de qualidade para a região. Ou seja, pontua-se que se expressam valores de uma mídia comunitário-alternativa.

A partir da valorização e contextualização da realidade da comunidade, permite-se que haja um entendimento maior das problemáticas locais pelos jovens comunicadores da *Zong*: nesse sentido, ganham mais subsídios para estimularem seu olhar crítico sobre o contexto que os cerca. Ou seja, ao entenderem o fenômeno cultural do carnaval sob uma perspectiva local e problematizarem essa realidade, ampliam sua visão de mundo e têm suporte para se apropriarem das ferramentas da mídia comercial e reconfigurá-las, a fim de se enxergarem sob outro prisma, reelaborando suas auto-identidades e se vendo de maneira não estigmatizada.

### 3.3. Considerações sobre o capítulo

O que se pode reter desse capítulo da análise, é que, em linhas gerais, os jovens comunicadores paulistas moradores de bairros periféricos parecem contar com nível de criticidade expressivo e, dessa forma, conseguem afastar-se do ideário do *status quo*. Isso porque, das 12 peças escolhidas para análise, em sete delas se percebe que os responsáveis pelas revistas conseguem se apropriar de elementos da grande mídia e reconfigurá-los, angariando suporte para reelaborarem as suas auto-identidades.

Na revista *Menisquência!*, é equilibrada a relação entre matérias que apresentam caráter de integração à estrutura socioeconômica vigente e as que rompem com esse padrão.

As matérias que abordam os campos da moda e do mercado de trabalho revelam uma problematização e contextualização precárias sobre o estilo emo e em relação à dificuldade de inserção do jovem no mercado de trabalho. Destaca-se também a visão estaque dos comunicadores sobre o universo do trabalho (que é percebido apenas como uma forma de geração de lucros, sem preocupação com a transformação social) e o reforçamento de estigmas – os emos são retidamente taxados como chorões, afeminados e alienados.

Já a matéria que trata do assunto música e os quadrinhos que se voltam ao universo da sexualidade refletem o olhar amplo e crítico dos produtores de informação. Na sequência dos quadrinhos, rompe-se com o discurso cristão que condena a homossexualidade e é problematizada a questão do preconceito e da discriminação sexual: ou seja, ele estabelece-se como uma forma de educação sexual. Já no outro texto, procede-se a uma valorização da diversidade musical e da produção local, a partir do momento em que se retrata uma banda proveniente da periferia da Zona Sul (promotora de projetos sociais na região), a qual recorre a diversos estilos para a composição de seu repertório.

Na *Viração*, todas as matérias analisadas conseguem romper com o ideário da estrutura socioeconômica vigente. Observa-se que se evidencia, em linhas gerais, um estímulo ao espírito crítico desses jovens e que eles não têm um olhar estanque sobre os campos da moda, mercado de trabalho, sexualidade e música e pouco reproduzem discursos que estigmatizam.

Na matéria sobre a moda emo, é realizada uma contextualização sobre as origens desse estilo e, dessa forma, são desmitificados os estereótipos que são colados a jovens dessa tribo urbana. O mercado de trabalho é representado de maneira ampla e não engessada, já que os comunicadores o entendem como uma forma de obtenção de renda aliada a ideais de mudança social. A contextualização e problematização do porquê é tão difícil para o jovem conquistar seu primeiro emprego também são realizadas. O texto que se remete ao universo da sexualidade pauta-se pela problematização do tema das “pulseirinhas do sexo” e configura-se como uma forma de educação sexual. A produção distancia-se do discurso cristão, que associa a prática de sexo ao casamento e ao amor. Por fim, na última matéria, é trazida à tona a discriminação contra mulheres que atuam no cenário musical. O texto conta com passagens sexistas, mas, em linhas gerais, estrutura-se sobre a valorização da diversidade musical e respeito a ambos os gêneros sexuais que trabalham no meio.

A *Zong* é a revista em que se configura como mais discrepante o empoderamento qualitativo das matérias: três delas não conseguem desvincular-se do ideário do padrão socioeconômico vigente e apenas uma delas distancia-se dele. Os comunicadores dessa publicação concebem o campo da moda de maneira restrita, correlata ao *status quo*, como se houvesse apenas um padrão estético a ser seguido. Em relação ao mercado de trabalho, a matéria carece de contextualização e problematização ao abordarem as diferenças entre a modalidade formal e a informal. O texto que se volta para a questão da sexualidade apresenta baixo teor de problematização e contextualização, quando é tratado do assunto da primeira relação sexual de jovens. Também se pontua a existência do discurso cristão de condenação da prática de sexo dissociada do casamento e do amor. Ou seja, não se procede a um trabalho de educação sexual na matéria. Apenas na matéria que aborda o campo da música observa-se um distanciamento do imaginário do padrão socioeconômico vigente: a cultura local é valorizada e se depreende que os jovens comunicadores do Grajaú têm um olhar amplo e crítico sobre esse universo.

Tendo em vista as revistas, destaca-se que sete das 12 matérias analisadas afastam-se do padrão da estrutura socioeconômica imperante: o que representa um percentual de aproximadamente 58%. Ou seja, em linhas gerais, por meio delas se vislumbra o potencial das publicações de promoverem a reelaboração das auto-identidades dos jovens produtores.

No entanto, é pequeno o percentual de diferença em relação às que se aproximam do ideário do *status quo*. Nesse sentido, esses jovens comunicadores devem ter em mente o desafio de avançarem nesse jogo da convivência entre elementos da cultura dominante e subordinada e se empoderarem cada vez mais dessas mídias para que tenham, enfim, em mãos, peças-chaves para a ressemantização das imagens que constroem em relação a si próprios, e no futuro, a transformação de suas espacialidades.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Jovens moradores de espacialidades periféricas de todo o país têm se reunido em iniciativas de comunicação alternativa, com o intuito de reelaborarem a imagem ligada à marginalidade que é construída em relação a eles na grande mídia e no imaginário coletivo. Essas articulações no campo da comunicação, as quais muitas vezes são alicerçadas por ONG's e associações, têm se configurado como uma marca das movimentações populares no início do século XXI e têm como horizonte último a transformação social de comunidades.

O campo das ideologias não poderia estar mais vivo e presente nesse contexto, já que a questão do reconhecimento social passa por esse terreno. Isso porque, como o próprio Geertz (2008) avaliara, tendo em vista a teoria da tensão, uma das funções da ideologia é servir de alento e conferir sensação de segurança diante das convulsões sociais.

O que se depreende é que o pano de fundo das movimentações dessa juventude pobre que anseia pela redefinição de sua representação são as lutas por cidadania e reconhecimento social. Como a mídia é a grande responsável pela formação do imaginário coletivo na contemporaneidade, entende-se que, para as minorias, a cidadania começa antes de tudo com o acesso democrático aos meios de comunicação. Essa se configura como uma das principais formas para que, nos dias de hoje, possa ser reificada a imagem de delinquentes consolidada em relação a eles.

Estudos que gravitam sobre esse universo do sentimento de localização social configuram-se como relevantes nesse momento histórico, marcado pela desestruturação de identidades de indivíduos de todo o mundo diante do fenômeno da globalização e do afastamento do Estado em relação ao atendimento das necessidades das camadas populares.

Nesse contexto se inserem as publicações analisadas nessa dissertação. O fio condutor que costurou toda a discussão realizada estabeleceu-se na delimitação do gênero *comunicação comunitário-alternativo*, fruto das subdivisões *comunicação popular-alternativa* e *comunitária*, estabelecidas por Peruzzo (2008). Nesse sentido, as três revistas escolhidas (*Viração*, *Zong* e *Menisqüência!*) foram analisadas tendo como norte esse conceito.

A estruturação desse gênero não foi simples, já que os formatos e meios de comunicação alternativa só fazem crescer diante do aparecimento das novas tecnologias. No entanto, a especificação se fez necessária diante da necessidade de classificação e entendimento da natureza dos veículos produzidos por jovens moradores de bairros periféricos – mídias as quais transitam entre as categorias estabelecidas por Peruzzo. A partir da publicização de ideias em meios com esse perfil, os comunicadores têm como intuito elevarem sua auto-estima: isto é, a partir dessas publicações buscam reelaborar os olhares que têm de si próprios e, futuramente, transformarem seus espaços.

O entendimento de como a imagem desses atores sociais é construída de maneira estigmatizada na grande mídia provém ainda da época da graduação, quando foi procedida a uma pesquisa que demonstrou a discriminação que sofrem jovens pobres, e, em sua maioria, negros, que frequentavam o shopping da cidade de Bauru (interior paulista) nos fins-de-semana. A partir dessa pesquisa e de recorrência a vasto aporte teórico, pode-se compreender que essa visão estereotipada está impregnada nos grandes veículos de comunicação do país. É em relação a essa representação que os veículos comunitário-alternativos produzidos por jovens moradores de periferia desejam fazer frente.

Configurou-se, assim, como necessária a passagem do estudo sobre representação para a análise de como esses grupos juvenis se empoderam dessas mídias contra-hegemônicas para reconfigurarem suas auto-identidades. Tendo em vista o fato dos jovens paulistas se inscreverem no contexto latinoamericano, cuja cultura é, antes de tudo híbrida, marcada pela convivência entre valores da cultura dominante e da dominada, estabeleceu-se como mister uma pesquisa que aferisse em que medida os comunicadores da capital paulista conseguem se apropriar dos elementos da grande mídia, de forma a reconfigurar seu uso para a ressemantização das imagens que constroem de si próprios.

Para que esse estudo se concretizasse, recorreu-se à análise de conteúdo de Bardin (1977). Delimitaram-se quatro unidades de registro (moda, mercado de trabalho, sexualidade e música) – as quais foram escolhidas tendo como parâmetro quais são os assuntos mais abordados, em comum, pelas três publicações. O intuito final foi compreender, à luz desses assuntos, de que forma os produtores de conteúdo entendem esses universos - afastando-se ou se aproximando do ideário do *status quo*. Dessa forma, foi possível compreender em que medida os jovens

comunicadores paulistas conseguem se apoderar dos elementos da grande mídia, de forma a mudar o ângulo da imagem que guardam de si.

A pesquisa apresentou o seguinte resultado: sete das 12 matérias analisadas afastam-se do imaginário do padrão da estrutura socioeconômica imperante - o que representa um percentual de aproximadamente 58% das peças analisadas. Isto significa que, em linhas gerais, a produção das revistas comunitário-alternativas da capital paulista fornece suporte para que os jovens comunicadores envolvidos ressemantizem suas auto-identidades.

Os produtores de conteúdo da *Viração* são os que melhor se empoderam qualitativamente da publicação. Evidenciou-se, por meio da análise, o estímulo do espírito crítico-emancipador desses jovens e observou-se que eles não têm um olhar estanque sobre os campos da moda, mercado de trabalho, sexualidade e música. Configurou-se como mínima a reprodução de discursos estereotipados nesse veículo.

Como se pode notar, em algumas passagens, os comunicadores dessa revista recaem em estereótipos. No entanto, há de se haver uma certa maleabilidade nas pesquisas sobre mídias populares, já que os jovens responsáveis pelas publicações têm sua cultura construída no contexto latinoamericano de entrecruzamento de elementos da cultura dominante e da subordinada. Resumindo, de maneira geral, o conteúdo da revista não se aproxima do ideário do *status quo*: muito pelo contrário, afasta-se dele e o desmitifica.

O campo das ideologias está vivo, como já dito, e os jovens da *Viração* parecem compreender o papel dela como forma de reconhecimento social e de lutas pela cidadania. Essa afirmação pode ser visualizada não só na forma contextualizada e crítica com que abordam as suas pautas, mas ao se observar a publicação de maneira geral. Observou-se durante a leitura flutuante para a escolha das matérias a serem analisadas, que esses jovens focam de maneira expressiva suas discussões em torno de assuntos como a democratização dos meios de comunicação, política, educação, meio ambiente e direitos das crianças e adolescentes. A discussão sobre preconceito e discriminação racial não é esquecida nessa mídia – aliás, ela já até publicou uma edição especial sobre o assunto. A reflexão sobre esses campos na publicação é essencial para que os produtores problematizem esses universos que os circundam, entendam-se como sujeitos de suas realidades e ganhem subsídios para se articularem e correrem atrás de seus

direitos como cidadãos, revertendo, nesse sentido, a imagem estigmatizada que a grande mídia estabelece e dissemina em relação a eles.

Matérias com esses cunhos não foram incorporadas à pesquisa porque as outras revistas não abordaram conjuntamente (pelo menos até agora) essas temáticas.

Concluindo, depreende-se que existe uma coerência editorial na *Viração*, já que o teor crítico das pautas escolhidas estende-se pela publicação de maneira geral – mesmo diante da presença de estereótipos em algumas passagens, reflexo da característica híbrida da cultura latinoamericana. Essa consistência da publicação revela a força do empoderamento em relação a essa mídia, que tem suporte para promover a ressemantização das auto-identidades dos comunicadores.

Os responsáveis pela *Zong* são os que se empoderam com menor qualidade desse veículo: das quatro matérias examinadas, três delas não conseguem desvincular-se do ideário do padrão socioeconômico vigente.

Explicita-se nessa publicação uma fraca contextualização em relação às unidades de registro delimitadas. Na maioria delas, também se expõe o olhar pouco crítico desses jovens, que acabam recaindo em discursos engessados e rígidos, fazendo com que seja limitada a possibilidade desses grupos estruturarem uma visão ampla sobre esses campos e, por conseguinte, transporem essa criticidade para o momento de apropriação e reconfiguração dos elementos da grande mídia.

No entanto, como a *Viração*, o veículo ganha pontos ao preocupar-se com pautas relativas ao meio ambiente e consumo consciente. Também se observa que nessa publicação existe uma preocupação em valorizar as questões locais: a revista, entre outros, apresenta matérias que abordam o porquê dos nomes das ruas da comunidade, trazem *quiz* com perguntas sobre o bairro, enfim, focam com expressividade na apresentação, de forma crítica e embasada, de problemáticas da região. Contudo, essas temáticas também não entraram no *corpus* da análise por não constar entre os assuntos compartilhados de maneira conjunta entre as três publicações.

Outro ponto que não poderia passar despercebido é a incoerência editorial que acompanha a revista de maneira geral. Isso pode ser observado por meio desse exemplo: se por um lado, existem passagens na revista (como na matéria sobre o mercado de trabalho) em que é feita uma reflexão sobre o consumo consciente, no texto sobre moda percebe-se a publicação de um texto que, embora proponha uma

moda alternativa em brechós, tem como pano de fundo uma tentativa de alinhamento ao *status quo*, ao mostrar, na verdade, um estímulo ao consumo e que pessoas podem acompanhar o estilo padrão vigente, mas a baixo custo. Ou seja, nessa passagem, expõem-se as contradições editoriais da publicação, que revelam o baixo empoderamento que os jovens da *Zong* têm em relação a esse veículo.

Na *Menisqüência!*, configura-se como equilibrada a relação entre matérias que apresentam caráter de integração à estrutura socioeconômica vigente e as que rompem com esse padrão.

A *Menisqüência!* guarda uma característica peculiar, que não se aplica às demais: ela recorre ao humor e ao sarcasmo para a composição de seu conteúdo. Como Maffesolli (2000) já pontuara, as tribos urbanas recorrem a expedientes de ironia como uma forma de luta, de protesto, contra a política estabelecida. No entanto, o que se verifica nessa publicação é o uso do humor apenas pelo humor, sem uma base crítica. Ou seja, esses jovens deveriam avançar no estímulo de seu espírito crítico e na contextualização de sua produção para que possam se sentir protagonistas de suas histórias e, assim, empoderarem-se de maneira qualitativa desse veículo.

Diferentemente das outras publicações, não se percebe uma preocupação incisiva com temáticas como política, educação, meio ambiente e democratização dos meios de comunicação. A discussão sobre universos como esses permitiriam a ampliação do suporte crítico-emancipador, essencial para a ressemantização de auto-identidades.

Contradições editoriais também marcam essa publicação de forma geral. Essa afirmação pode ser visualizada, por exemplo, no posicionamento dos jovens comunicadores quando o assunto é homossexualidade: se por um lado, na pauta sobre sexualidade é procedida a uma reflexão sobre a discriminação contra homossexuais, por outro, na matéria sobre o mercado de trabalho, observam-se brincadeiras preconceituosas contra esse grupo. Nesse sentido, retém-se que esses desencontros de percepções, essas contradições, refletem o quanto os responsáveis pelas revistas têm que munir seu espírito crítico para que possam acertar o tom na dança entre elementos da cultura subordinada e da dominante – já que essa última parece pairar ainda de maneira expressiva nas construções de significados por parte desses jovens.

Em relação à *Zong* e à *Menisqüência!*, observa-se que, embora os jovens responsáveis por essas mídias sejam moradores de bairros periféricos (e, como se sabe, portar o tripé juventude-pobreza e negritude significa automaticamente ser visto como delinquente), não se observa a discussão sobre discriminação e preconceito racial nessas duas publicações. Retém-se, nesse sentido, que os comunicadores dessas revistas parecem ter impregnados de maneira expressiva, em sua cultura, os valores da cultura dominante. Ainda precisam avançar de maneira maciça no jogo de suas culturas híbridas.

No entanto, há que se observar que a diferença de empoderamento da *Viração* pode se dever à sua solidez no mercado – ela foi criada em 2003, a *Menisqüência!* em 2006 e a *Zong*, em 2008. Destaca-se que a *Viração* também conta com a parceria do Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo.

Portanto, o que se depreende dessa pesquisa é que, em linhas gerais, a produção paulista de comunicação comunitário-alternativa (no universo de revistas feitas por jovens moradores de periferias) fornece subsídios para que seus produtores ressematizem suas auto-identidades. No entanto, o percentual de diferença entre as matérias que se afastam do ideário do *status quo* e das que se aproximam dele ainda é reduzido. Nesse sentido, esses jovens comunicadores devem ter em mente o desafio de avançarem nesse jogo da convivência entre elementos da cultura dominante e subordinada, de forma a se empoderarem qualitativamente dessas mídias, para que possam ter enfim, ao seu alcance, peças-chaves para a apropriação e reconfiguração de elementos da grande mídia e conseguinte reelaboração das imagens que constroem em relação a si próprios.

Não só o reconhecimento social e a conquista de direitos de cidadania são frutos dessas lutas, mas a própria mudança da realidade socioeconômica da América Latina pode estar nas mãos dessa juventude periférica:

Não há de ser a General Motors ou a IBM que terá a gentileza de levantar, no nosso lugar, as velhas bandeiras de unidade e emancipação caídas na luta, nem hão de ser os traidores contemporâneos os que realizarão, hoje, a redenção dos heróis ontem traídos. É muita podridão para lançar ao fundo do mar no caminho da reconstrução da América Latina. Os despojados, os humilhados, os miseráveis têm, eles sim, em suas mãos a tarefa. A causa nacional latino-americana é, antes de tudo, uma causa social: para que a América Latina possa renascer terá de começar por

derrubar seus donos, país por país. Abrem-se tempos de rebelião e mudança. Há aqueles que crêem que o destino descansa nos joelhos dos deuses, mas a verdade é que trabalha, como um desafio candente, sobre as consciências dos homens. (GALEANO, 2009, p.136)

A apropriação de mídias comunitário-alternativas e publicização de anseios por meio delas, podem levar, pois, à transformação social tão esperada na América Latina.

## REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Miriam. Brasília. Disponível em: <<http://www.miriamabramovay.com/site/index.php>>. Acesso em: 12 jul. 2010.

ABRAMOVAY, Miriam; ESTEVES, Luiz Carlos Gil. Juventude, juventudes: pelos outros e por elas mesmas. In: VI CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA, 2006, Lisboa.

ABRAMOVAY, Miriam et al. **Gangues, galeras, chegados e rappers: juventude, violência e cidadania nas cidades da periferia de Brasília**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

ANT, Clara; KOWARICK, Lúcio. Cem anos de promiscuidade: o cortiço na cidade de São Paulo. In: KOWARICK, Lúcio (Org.). **As lutas sociais e a cidade: São Paulo, passado, presente e futuro**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994. p.73-94.

BARBALHO, Alexandre. Juventude e cidadania: uma análise desde um GP da Intercom. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010, Caxias do Sul (RS).

\_\_\_\_\_. No ar da diferença: mídia e cultura nas mãos da juventude. In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 2005, Rio de Janeiro (RJ).

BARBALHO, Alexandre; PAIVA, Raquel (Org.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARRET, Michèle. Ideologia, política e hegemonia. In: ŽIŽEK, Slavoj (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p.235-264.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Lisboa: Fim de Século Edições, Sociedade Unipessoal, 2003.

BRÍGIDO, Carolina. PNUD: Brasil tem 3º pior desigualdade do mundo. O Globo, Rio de Janeiro, 22 jul. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/mat/2010/07/22/pnud-brasil-tem-3-pior-desigualdade-do-mundo-917224574.asp>>. Acesso em: 5 abr. 2011.

BONDUKI, Nabil. Crise de habitação e luta pela moradia no pós-guerra. In: KOWARICK, Lúcio (Org.). **As lutas sociais e a cidade**: São Paulo, passado, presente e futuro. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994. p.113-146.

BRUM, Eliane. Na pele do outro. **Época**, São Paulo, 17 jan. 2011. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI202868-15230,00-NA+PELE+DO+OUTRO.html>>. Acesso em: 17 jan. 2011.

\_\_\_\_\_. Você gosta do que faz?. **Época**, São Paulo, 29 jul. 2009. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI84514-15230,00-VOCE+GOSTA+DO+QUE+FAZ.html>>. Acesso em: 17 mai. 2011.

BUBER, Martin. **Sobre comunidade**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

BUENO, Beatriz; ALMEIDA, Luana. **Manos, a bola da vez**: cada época tem seu bode expiatório. 116f. Trabalho de conclusão de curso (em comunicação social com habilitação em jornalismo) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2007.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 1997.

\_\_\_\_\_. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

CARNICEL, Amarildo. O jornal comunitário e a educação não-formal: experiências e reflexões. In: FUSER, Bruno (Org.). **Comunicação alternativa**: cenários e perspectivas. Campinas: PUC-Campinas/Centro de Memória da UNICAMP, 2005. p. 64.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CÉSAR, Regina Célia Escudero; JURKEVICZ, Maristela Romagnole de Araújo; MIANI, Rozinaldo Antonio. A contribuição da comunicação comunitária nos processos de organização popular. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 2009, Curitiba (PR).

Cidade em Bangladesh pagará mendigos para que saiam das ruas durante copa de críquete. **BBC Brasil.** Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/bbc/2011/02/01/cidade-em-bangladesh-pagara-mendigos-para-que-saiam-das-ruas-durante-copa-de-criquete.jhtm>>. Acesso em: 01 fev. 2011.

COBRA, Marcos. **Marketing e moda.** 1. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=e-HYozO6bOkC&oi=fnd&pg=PA7&dq=conceito+moda&ots=V3x3kcfDQS&sig=jKFuvHCVc6-r6ZvaQp59-EZwLVk#v=onepage&q=conceito%20moda&f=false>>. Acesso em: 20 jun. 2011.

COELHO, Fernanda; LAHNI, Cláudia Regina. A comunicação a serviço da cidadania e identidade de adolescentes. In: XXX CINGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 2007, Santos (SP).

CORTINA, Adela. **Cidadãos pelo mundo:** para uma teoria da cidadania. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura em ciências sociais.** Bauru: EDUSC, 1999.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina de. **Cartografia dos Estudos Culturais:** uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

FERNANDES, Daniela. Mais de 85% de jovens no Brasil creem em futuro promissor, diz pesquisa. **BBC Brasil,** 19 jan. 2011. Disponível em: [http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/01/110119\\_pesquisa\\_juventude\\_daniela\\_rw.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/01/110119_pesquisa_juventude_daniela_rw.shtml). Acesso em: 19 jan. 2011.

FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo da (Org.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil.** São Paulo: Edições Paulinas, 1986.

FERNANDES, Florestan. **A integração do negro na sociedade de classes.** 3.ed. São Paulo: Ática, 1978.

FUNDAÇÃO SEADE. São Paulo: Governo do Estado de São Paulo. Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/produtos/ivj>>. Acesso em: 10 mar. 2011.

GALEANO, Eduardo. *As veias abertas da América Latina*. 49.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2009.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008

GOLDSMITH, William M. São Paulo, cidade mundial: indústria, miséria e resistência. In: KOWARICK, Lúcio (Org.). **As lutas sociais e a cidade**: São Paulo, passado, presente e futuro. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994. p.17-44.

GRINBERG, Máximo Simpson (Org.). **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1987.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

KEHL, Maria Rita (2004). A juventude como sintoma de cultura. In: NOVAES, Regina; VANNUCHI, Paulo (Org.). **Juventude e sociedade**: trabalho, educação, cultura e participação. Rio de Janeiro: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

MALERBA, João Paulo. A comunicação comunitária no limite. In: PAIVA, Raquel; SANTOS, Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos (Org.). **Comunidade e contra-hegemonia**: rotas de comunicação alternativa. Rio de Janeiro: Mauad X: FAPERJ, 2008. p. 151-166.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 6.ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. 14.ed. São Paulo, 2011.

MELO, José Marques de. Paradigmas da Escola Latinoamericana de Comunicação. **Revista Latina de Comunicación Social**, Espanha, n.2, mai. 2009. Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/73melop.htm>. Acesso em: 21 abr. 2011.

MENDONÇA, M. L. Identidade, cultura e ação social: idéias e práticas: In: XXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2000. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/xxiii-ci/gt12/art-gt12.html>. Acesso em:

MIRANDA, Orlando de (Org.). **Para ler Ferdinand Tönnies**. São Paulo: Edusp, 1995.

MORETZSOHN, Sylvia. Portugal: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/moretzsohn-sylvia-imprensa-criminologia.pdf>>. Acesso em: 06 mai. 2009.

\_\_\_\_\_. **Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Brasil: alternativa popular: comunicação e movimentos sociais. In: GRINBERG, Máximo Simpson (Org.). **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis, 1987. p. 44.

OTRE, Maria Alice Campagnoli. Comunicação alternativa como ferramenta de transformação para jovens indígenas das aldeias do Jaguapiru e Bororó em Dourados/MS. In: XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2008, Natal (RN).

PAIVA, Raquel; SANTOS, Cristiano Henrique Ribeiro dos (Org.). **Comunidade e contra-hegemonia: rotas de comunicação alternativa**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

PAIVA, Raquel. Minorias flutuantes: novos aspectos da contra-hegemonia. In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 2001, Campo Grande (MS).

\_\_\_\_\_. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

\_\_\_\_\_. **O retorno da comunidade:** os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil. **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona**, São Paulo, v.4, n.1, p.141-169, 2006.

\_\_\_\_\_. Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. In: INTERCOM, XXXI, 2008, Natal (RN). **Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, São Paulo: Intercom, 2008, p. 1-15.

\_\_\_\_\_. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. **Revista ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v.12, n.2, p. 46-61, mai-ago. 2009.

POLÍTICAS De/Para/Com Juventudes. Brasília: Unesco, 2004. 304p.

PRATA, Antonio. O aeroporto tá parecendo rodoviária. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 19 jan. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1901201104.htm>>. Acesso em: 19 jan. 2011.

RAMALHO, José Ricardo. **Mundo do crime:** a ordem pelo avesso. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

RODRIGUES, Lylian. Mídia e transformação social: projetos sociais pela cultura e cidadania. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), 2009, Curitiba (PR).

SADER, Eder. **Quando novos personagens entraram em cena**: experiências, falas e lutas dos trabalhadores da Grande São Paulo (1970-80). Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

SOUSA, Francisco das Chagas Alexandre Nunes de. Soltando o verbo: interlocuções entre jornalismo popular-alternativo e movimentações de juventude contemporânea. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), 2009, Curitiba (PR).

TEIXEIRA, Nayara Carla. A mídia alternativa **Viração**: uma iniciativa que inclui adolescentes e jovens na busca pela emancipação social. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 2007, Santos (SP).

\_\_\_\_\_. TEIXEIRA, Nayara Carla. **Mídia alternativa revista Viração**: uma iniciativa que inclui adolescentes e jovens na busca pela emancipação social. 197f. Dissertação de mestrado defendida na Universidade Metodista, São Paulo, 2007.

WAISELFISZ, Julio Jacobo. **Mapa da Violência 2011: os Jovens do Brasil**. Disponível em: [http://www.observatorioseguranca.org/pdf/2011mapa\\_Viol%EAncia.pdf](http://www.observatorioseguranca.org/pdf/2011mapa_Viol%EAncia.pdf). Acesso em: 7 abr. 2011.

ŽIŽEK, Slavoj (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

**MENISQUÊNCIA!**



fotos: Érico Hiller  
texto: Aldrey Caroline, Sheilla Santos, Luiz Flávio, Manfred Barbosa

# SOU, SIM, SENTIMENTAL

**a** Galeria do Rock já foi o epicentro paulistano do punk, do heavy metal, do rap e hip hop, do rock – culturas musicais que lá se sedimentaram ao longo de décadas, como camadas geológicas que, sem se sobreporem, passaram a coexistir. Nessa acomodação peculiar, esbarram-se nas sacadas amplas, nas escadas rolantes estreitas e nas lojas apertadas. Faz sentido que a Galeria tenha se tornado, também, o terreno em que os emocores instalaram seu paraíso.

Harmonia, contudo, é algo que não pertence a este Éden. A começar pela hostilidade com que fomos tratados por um grupo de jovens que identificamos como emos e diziam “Capricho, não! Capricho, não!”. Tentamos retrucar, mas... tarde demais. E aí começamos a buscar entender uma galera que parece estar cansada de ser alvo de matérias que os rotulam como “chorões” e “afeminados”.

São rótulos que grudam de forma perigosa em seus adeptos. Falas exaltadas irrompem durante nosso papo com um grupo de emos. Algumas “não-emos” – como fazem questão de frisar – dizem com severidade: “bata num emo e faça o mundo feliz!”. Não foi a primeira vez que ouvimos isso na Galeria, onde a campanha parece bastante difundida. Wellington Marcusso, 18 anos, arrisca uma explicação que fica no vazio: “todo mundo odeia a gente, não sei por quê”.

### emo, uma moda estranhíssima

“Pertencer ao estilo emocore é mais do que simplesmente se vestir de forma característica”, afirma Wellington, que cursa pela segunda vez o terceiro ano do ensino médio. Sua identificação com o estilo ocorre nas letras de músicas de bandas emocore, que abordam temas como o amor e o ódio.



Diversos fóruns, blogs e comunidades virtuais têm como palavras de ordem incentivo a agressões contra quem se denomina emo. E o ultraje aos fundamentais direitos de liberdade de expressão e manifestação cultural ultrapassa as fronteiras do ciber mundo. São inúmeros os relatos de violências como as sofridas por Felipe Amaral, tímido estudante de 16 anos. Ele nos mostra, constrangido, uma marca de queimadura em seu braço direito, feita minutos antes, na entrada da Galeria. Friamente, o agressor apagou o cigarro em seu braço. Outras vezes, Felipe já foi socado e ofendido.

O otimismo de Amanda, 13 anos e assídua frequentadora da Galeria do Rock, sugere que a aversão é passageira. “O emo é uma moda estranhíssima, e já está todo mundo se familiarizando”. Estilosa, cheia de adereços e bom humor, Amanda não se considera “da turma” e diz que tem “estilo próprio” e não faz tudo que outros de sua idade fazem.

A distância entre aversão e agressão, porém, deveria ser maior. O que dá margem a preconceito e violência? Fernando Meira, universitário de 19 anos, culpa a “falta de critérios”. “[Punks e skinheads] respeitam quando vêem que temos conteúdo. O que queima são os *posers* [gíria que se dá a quem “posa” de roqueiro] que se vestem assim só para chamar atenção das meninas”.



### moda e modos

Moda e comportamento, poucos casamentos são tão vistosos quanto esse, principalmente na juventude. Não seria diferente com o emocore, caracterizado pelo jeito “bonitinho” de ser e se vestir. Tudo no diminutivo, muitas cores e acessórios. Não chamar atenção é impossível.

Não existe precisão para identificar um emocore, mas há pistas.

Meninas: cachinhos e franjinhas, bolsa de pelúcia, saia curtas tipo colegial, lacinhos, presilhas e broches, principalmente da Hello Kitty.

Meninos: camiseta curta, boné, munhequeira, franja nos olhos, piercings de argola no canto da boca e bermudão com cinto enorme de rebite – de função apenas decorativa, pois a cueca fica à mostra.

Ambos: ofender-se com o termo “emo”, mesmo curtindo o estilo, as bandas e as baladas. A maioria não gosta de ser classificada.

Quem é que gosta?

Priscila, 14 anos, a “Senhorita Emocinha”, assume e justifica sua posição: “mesmo que tenha virado moda, não vou deixar de ser [emo], porque eu sou o que sou”. A pequena Rosana – que prefere ser chamada de Rosa –, de 14 anos, companheira de Priscila em baladas e passeios pela galeria, deixa claro: “escuto emo, mas não me rotulo assim”. As duas carregam bolsas cor-de-rosa, broches (dezenas), pirulitos e franjas.

Tanta conversa e a pergunta seguia no ar: afinal, o que é ser emo? A definição de Fernando Meira não é a mais completa, mas chamou nossa atenção: “Amar sem preconceito. Homofobia zero. Um estilo que tem lemas como esses não pode ser apenas uma moda passageira”.

### subversão de bandeira branca


Desde que o rock ‘n’ roll deu seus primeiros agudos, na década de 50, levou milhões ao arrebatamento e à histeria. Da subversão descolada dos hippies à revolta política e sonora dos punks, o grito primal de guitarras em fúria tirou do sério gerações de adultos preocupados com o comportamento excêntrico de seus filhos. E agora, os emocores: pessoas frágeis, nascidas num mundo enfraquecido por mídia predadora, consumo acelerado e fracasso das utopias.

EMOtional HardCORE - o fenômeno, a moda, o estilo musical ultrapassa os fatos, indo parar em especulações, mitos e zombarias. Um grande número de adolescentes entre 11 e 18 anos, unidos na frequência de paixões não-correspondidas, rejeição, solidão, melancolia.

Do lado do abismo não alcançado por Estado, Igreja, família ou contracultura, eles se adaptam às circunstâncias como o naufrago à falta de TV na ilha deserta. Agarram-se a um romantismo decadente e elegante, escrevem diários virtuais onde escancaram sua fragilidade, expõem-se a um mundo que não tolera dúvidas sobre sua sexualidade, mas faz de tudo para transformar todos em escravos de seus próprios desejos. Sua maior fraqueza, contudo, está em não saber direito como dar vazão às emoções. Gritam na esperança de ouvir um eco.

Podiam ter se tornado contrapartes violentas da sociedade, como os skinheads. Ou resolvido suas carências adotando uma postura predatória e rebelde, como *grunges*, metaleiros e punks. Optaram por ser inofensivos, mansos, o que hoje em dia é quase subversão, não fosse a razoável dose de alienação que carregam. Que ideal poderiam ter além de fugir da tristeza – e por que buscá-la com tanta veemência?

O fenômeno se justifica um pouco quando pensamos na vontade e necessidade de pertencer a um determinado grupo social quando tentamos lidar com o vácuo emocional. Ainda que, por vezes, um grupo de identidade forte acabe anulando a identidade dos indivíduos que o compõem.

E se tudo não passar de modinha, não significará que os sentimentos não tenham sido autênticos. Foi, sim, mais uma prova de que modas e ideologias passageiras estão tomando o lugar que um dia foi da filosofia, das revoluções e das utopias. 

**“Ser emo é amar  
ser emo é viver  
sem preconceitos  
e naum só usar as  
franjinhas** - Frase retirada  
de uma comunidade virtual



Relato por Manfred Sousa  
Story Board por Iracema da Silva  
Produção de Marcel Zamorano e Ana Paula Fátis  
Fotografia por Sheila Mara  
Arte por Michael Paquin e Renato Montalvão

# Desfiladeiro Azul

REVELAÇÕES



O TEMPO ANDOU DEPRESSA  
E DEVAGAR AO MESMO  
TEMPO NAQUELA TARDE.

PEDRO, EU NÃO ENTENDO...

OLHA SÓ AS  
ESTRELAS  
BROTANDO  
AOS POUCOS!

...PORQUE VOCÊ NÃO VOLTA  
PRA CASA?!

OLHA SÓ O QUE  
ESTOU CONSTRUINDO!

NOSSA!  
PARECEM ASAS!

NÃO FEITAS DE  
PANO E MADEIRA.

VOCÊ JÁ TENTOU  
VOAR NELAS?

EU IA FAZER O  
PRIMEIRO TESTE  
QUANDO VOCÊ  
CHEGOU!

UAU!  
TAMBÉM QUERO  
VOAR!

DEVE SER PORQUE O  
PAPAI TÁ CHAMANDO VOCÊ!  
LÁ NA FRENTE!

VEM COMIGO!

EU NÃO VOU AGUMENTAR  
MAIS TAPAS E SOCOS,  
ERICK,  
EU POSSO VOAR AGORA!

QUERIA VOCÊ LÁ  
COM A GENTE...  
...QUERIA MEU  
IRMÃO DE VOLTA!

VOCÊ NÃO PODE, ERICK!  
VOCÊ NÃO É UM PECADOR.

NÃO SEI POR QUÊ,  
MAS ESTOU COM UMA  
SENSAÇÃO RUIM.

SEJA HOMEM, ERICK!  
NÃO CHORE!



PASSOU-SE UM DIA,  
PASSARAM-SE DOIS.

NADA.

ONDE ESTÁ MEU IRMÃO?



JUNTE QUE APÓS SER VISTO BEIJANDO PEDRO,  
CRIS FOI MANDADO PARA UM INTERNATO.



ERICK, MEU FILHO,  
VEM AQUI, POR FAVOR!



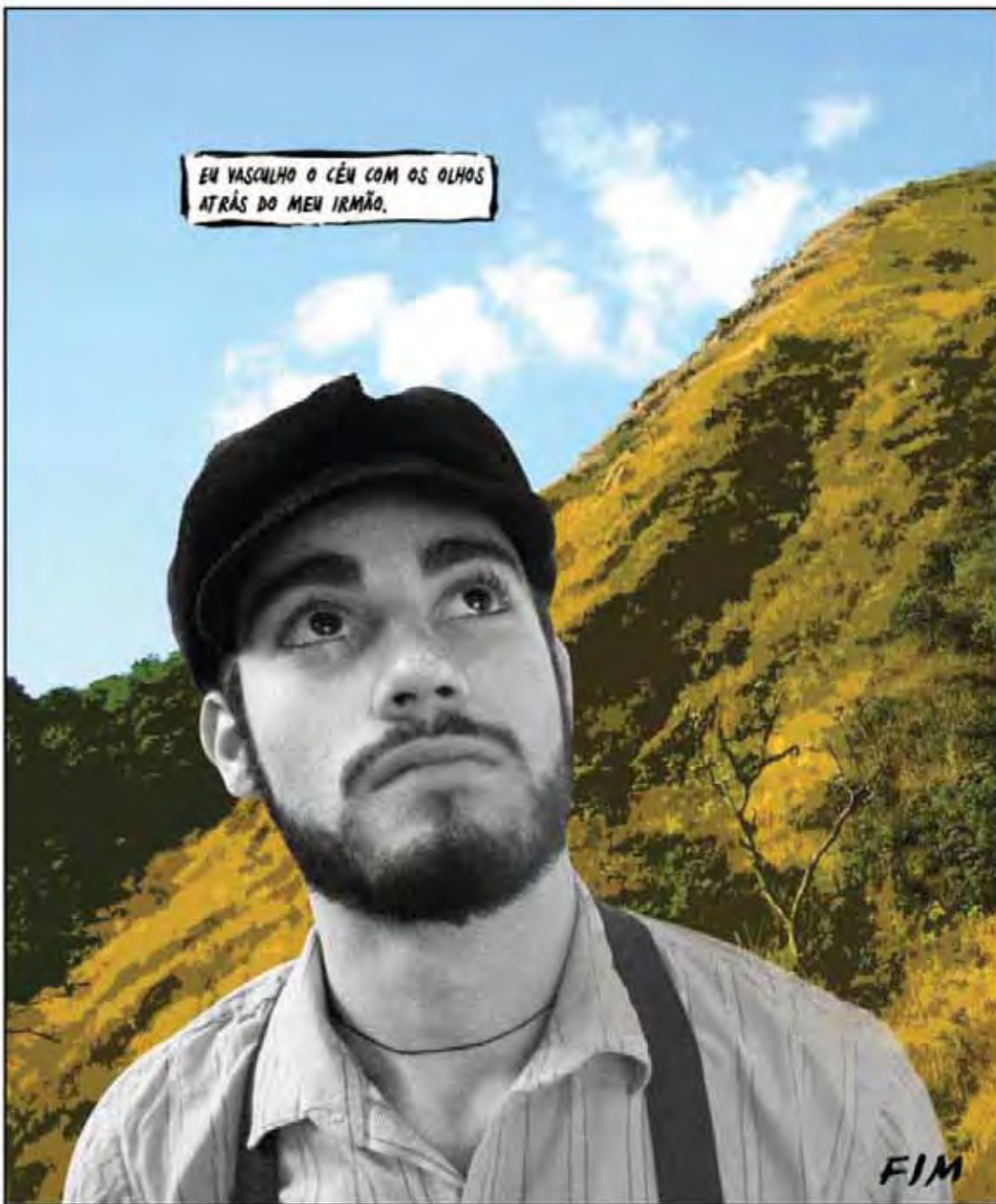
ELE TINHA VOADO ENTÃO.

UM VÔO TRISTE E LONGO,  
PARA LONGE DE NÓS.  
COM AQUELAS ASAS FALSAS  
DE MADEIRA.

O TEMPO VOO DE LÁ PRA CÁ,  
MAS ATÉ HOJE, EM QUALQUER LUGAR ONDE ESTEJA...



EU VASCUHO O CÉU COM OS OLHOS  
ATRÁS DO MEU IRMÃO.



**FIM**

# antes sou do que mal acompanhado

A viagem até o Jardim Nakamura, extremo Sul de São Paulo, revela um cenário familiar ao que estamos acostumados d'outro lado da cidade [Brasilândia, sede de nossa publicação]. Casas simples, crianças brincando na rua, a precariedade do transporte coletivo na região. É nesse local que, em 1989, Claudinho e companhia davam seus primeiros batuques, em instrumentos que eles criavam, tamanha era a falta de grana e excessiva vontade de musicalizar as quebradas do Ângela. "Nos juntamos e começamos a fazer instrumentos de lata pra aprender a tocar. Foi aí que surgiu o grupo", conta Claudinho remontando a origem do Poesia Samba Soul.

As influências são inúmeras, evidentes em cada acorde do cavaquinho, levada do soul norte americano e no free style de Kapot Mc. "Nosso som tem influência ativa da soul music, passando pelo samba de Cartola, Ivone Lara e Zeca Pagodinho, e com um pouco de hip hop pra complementar a mistura" diz Kapot.

Outra influência permanente no som e atitude dos integrantes do grupo é o ativismo social. Além da banda, os caras encontram tempo para desenvolver projetos culturais capazes de promover a inclusão de novos jovens artistas no mercado musical. Claudinho lembra que a idéia de montar um estúdio para ensaios e gravações surgiu a partir de uma demanda do Poesia Samba Soul, mas logo percebeu-se que outras bandas tinham a mesma dificuldade. "Desde que iniciei esse trabalho, já passaram pelo estúdio mais de 700 artistas. Temos preços camaradas e atendemos gratuitamente bandas sem condições de pagar", diz.

A partir de projetos como o Poesia Audiovisual a banda forma jovens para atuarem no mercado. "A proposta é ensinar a molecada da quebrada a usar áudio e vídeo profissionalmente e como meio de se expressar também" comenta Kapot. A idéia de Claudinho é criar um banco de talentos na região, o que possibilitará atender um maior número de clientes e gerar oportunidades de trabalho e renda pra toda essa galera.

Com letras alegres e mensagens de incentivo, o Poesia Samba Soul mostra que é possível entreter sem tirar a atenção do que soa além da voz.



[myspace.com/poesiasambasoul](http://myspace.com/poesiasambasoul)  
(11) 5833-5901 – Para informações sobre a Banda, Estúdio e Poesia Audiovisual  
Claudinho - [claudinhosoul@ig.com.br](mailto:claudinhosoul@ig.com.br)  
Kapot Mc - [kapotmc@bol.com.br](mailto:kapotmc@bol.com.br)

**F**omeçou mais ou menos assim: seus pais tiveram uma boa oportunidade de demonstrar seu afeto um pelo outro. Especialmente neste dia, sua mãe estava apta a gerar um filho. E antes que nos fosse pedida qualquer autorização por escrito (lavrada em cartório e com firma reconhecida), já estávamos boiando no líquido amniótico (alguns poetas dizem que estaríamos até hoje, nossa placenta é o mundo). Querendo ou não, crescemos, descobrimos o mundo judaico-cristão cheio de culpa e medo, montamos as peças dos nossos legos, ganhamos diversos conselhos inúteis dos nossos adorados parentes até que um dia, durante uma relaxante sessão de videogame, ouvimos aquela maldita frase capaz de mudar nossas vidas para sempre:

“Vai trabalhar, vagabundo!”

Acabou a moleza, pode ir guardando o tênis e pegando a gravata. É chegada a hora de entrar no mercado de trabalho. Ou melhor, ainda não! Toma uma água sem gás, senta e escuta o que a gente tem pra te dizer. Leia esta fantástica matéria. Você pode dizer pra sua mãe que está se informando sobre como se portar numa entrevista de emprego...

### uma visão geral da sua carreira

**E**ntre o seu primeiro salário-mínimo (minúsculo) e o seu primeiro infarto na fila do INSS, diversas etapas serão transpostas até a fase final, que é quando você larga tudo e casa com uma muambeira paraguaia. Cada etapa é importantíssima, como em um videogame (só que nesse caso o chefe é mesmo o chefe).



ilustração: Ivan da Silva  
texto: Manfred Barbosa



# JOVEM

## o emprego e o JOVEM

### por quê, meu deus?

Um jovem pode entrar no mundo do trabalho por diversos motivos, todos duvidosos: necessidade de sustentar a família (não é a família que deveria te sustentar? Que mundo é esse?); de adquirir bens de consumo, alguns deles muito caros (e, francamente, fúteis); para realizar seus próprios e incoseqüentes sonhos; para escapar da rotina; ou porque seu pai saiu para comprar cigarros e nunca mais voltou (ou então voltou e quis bater em você).

### a grande ilusão

O intrépido rapaz ou a intrépida mocinha, munidos de carteiras de trabalho (como é fácil tirá-la, como é difícil preenchê-la) e currículo com foto, saem à procura de uma coisa abstrata, um fenômeno civilizado, uma piração humana chamada “emprego”. Eis a questão: segundo especialistas que estudam a dinâmica do mercado de trabalho, esse tal de emprego está à beira da extinção. O máximo que você encontrará por aí é uma variante mais frágil, porém muito atraente, chamada “bico”.



O bico nasce e se desenvolve no ambiente selvagem e caótico da cidade grande. Possui hábitos nômades, se alimenta de pequenas esperanças que vai encontrando pelo caminho, se pendura de galho em galho à procura de abrigo. Já o emprego é difícil de ser achado. Dizem alguns sociólogos que não passa de lenda, inventada para ludibriar os que costumam caçá-lo (desempregados, órfãos, carentes de afeto e atenção por parte dos gerentes de banco).

Diferentemente do emprego, o estágio pode ser visto por toda parte e se reproduz com facilidade. Pena que seu período de vida seja tão longo quanto o bater de asas de uma borboleta. Muita fé é depositada no setor de “aprendiz-de-qualquer-coisa”, função sempre das mais requisitadas, tanto pelo mercado informal, quanto pelo registrado. Ser um dedicado “aprendiz-de-qualquer-coisa” exige coragem para enfrentar qualquer coisa que o cargo exigir, de descascar laranjas com os próprios dentes a realizar minuciosas limpezas em turbina de avião.

### os dados

Fomos à procura de pessoas que estivessem bem empregadas e que pudessem nos dar seu testemunho sobre os primeiros passos de um jovem trabalhador. Infelizmente, todos os possíveis entrevistados estavam desempregados ou haviam acabado de levar um pé da firma em que trabalhavam e, portanto, não se encontravam em estado psicológico para depor.

Novamente saímos a campo, só que agora à procura de adolescentes incentivados a requisitarem vagas em empresas ou escritórios. Todos estavam tão empolgados e confiantes que preferimos não desiludi-los. Procuramos especialistas em estudos comportamentais, os analistas de recursos humanos formados na Universidade Xamanística de Bangladesh, com quem colhemos as estatísticas que você vê na página a seguir.

### falando concretamente

Dos jovens sem experiência que tentam uma vaga no mercado de trabalho hoje em dia:

1. 27% tenta, tenta, tenta e é obrigado a tentar outra vez.
2. 35% resolve voltar para a casa da mãe para continuar jogando videogame.
3. 10% abre o próprio negócio, pirateando o negócio dos outros.
4. 8% lê a Revista Menisquência e não está nem aí pra nada.
5. 32% não responde devido a traumas psicológicos agudos, adquiridos no RH das empresas, ou não sabem opinar.

### considerações inconclusivas

Através do trabalho, uma pessoa pode obter conquistas importantes como, por exemplo, não precisar mais trabalhar. O mercado age de tal forma que acaba barrando os convidados antes da festa. Estes poderiam se revoltar e criar o seu próprio “mercado”. Uma solução maluca, porém quem sabe viável, seria despedir os patrões e criar suas próprias cooperativas de trabalho. Outra solução seria um absoluto investimento na própria capacitação profissional, ignorando talvez a fome e a sede. Mas uma boa alternativa seria jogar tudo pro alto e ficar de papo pro ar.

### e por que não?

O verdadeiro lance de arranjar um emprego é desafiar nossa capacidade de se meter em enrascada e sair vivo. Provar que podemos bancar as próprias bobagens, escolher nosso estilo e ainda pagar o “refri”. Existem ideais e talvez eles sejam uma grande furada, mas por que não quebrar a cara? 🏠

## dez dicas

FUNDAMENTAIS para descolar

### UM TRAMPO

Floreie o currículo. Se não tiver experiência, seja objetivo e implore clemência divina. No nome, coloque Antonio Ermírio de Moraes!

Vá bem vestido. Pegue as roupas daquele tio que morreu faz pouco tempo, coloque um perfuminho, mas não exagere! No máximo 20 gotas.

Fale pausadamente e de modo decidido, porém tranquilo. Se inspire no Batman, colha pistas sobre o caráter do entrevistador.

Seja positivo e criativo nas dinâmicas. Aceite tudo, mas se pedirem para colocar roupa de menina, encha a cara deles de porrada.

Não roube as canetas! No máximo alguns clipes e a revista de variedades que ninguém dará pela falta.

Não tente seduzir quem estiver entrevistando você. Pegue o telefone e ligue mais tarde. Envie flores no terceiro dia.

Não conte para os amigos, dizem que dá azar. Principalmente se o amigo tiver mais experiência e estiver desempregado.

Ao retirar-se do local feche a porta delicadamente tendo cuidado de não batê-la. Se for numa oficina mecânica, bata com força! Para não pensarem que você é frutinha.

Não leve os pais. A menos que sejam do exército e tenham alta patente.

Evite exaltar-se ao ser aprovado na dinâmica. Não recomendamos pular sobre a mesa, soprar línguas de sogra ou chorar convulsivamente chamando pelo nome da mãe.

**ZONG**

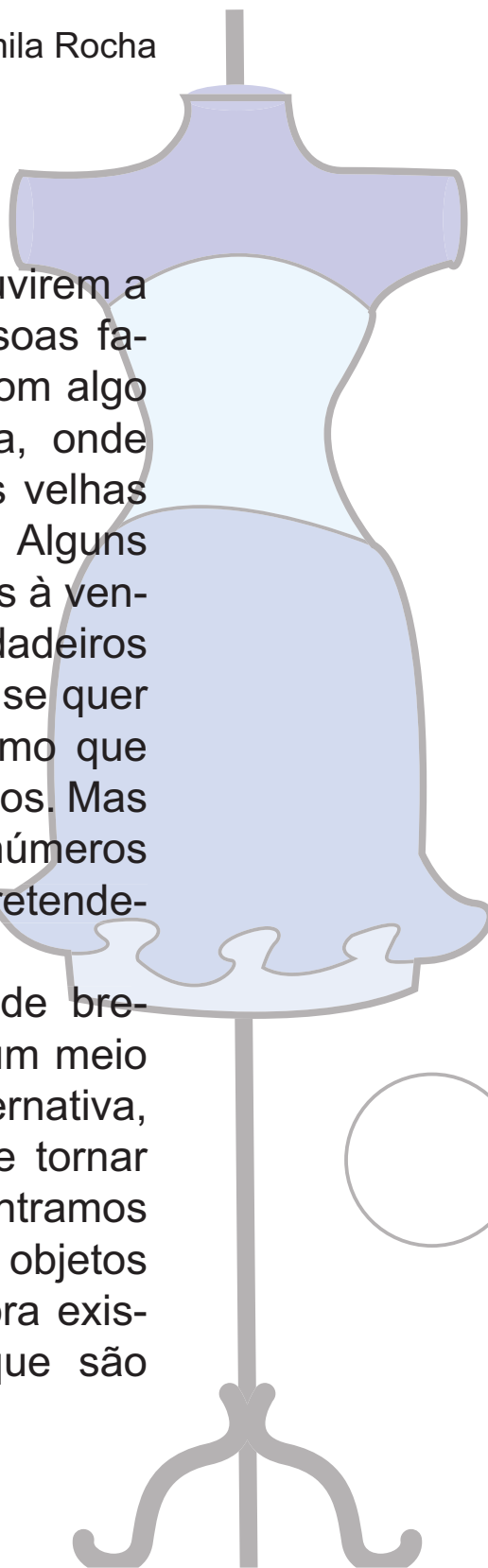
# Brechó: uma nova alternativa para construir sua moda

Muitas vezes rotulado de forma negativa, o brechó pode te impressionar com a quantidade de apetrechos e a boa qualidade.

Texto Vanessa Pedon e Camila Rocha  
Ilustração Rodrigo Kenan

Em muitos casos, ao ouvirem a palavra brechó as pessoas fazem uma associação com algo antigo e fora de moda, onde só são vendidas coisas velhas e de pouca qualidade. Alguns acreditam que os artigos à venda em brechós são verdadeiros restos daquilo que não se quer mais usar, ou até mesmo que as roupas são de defuntos. Mas estes são alguns dos inúmeros boatos e mitos que pretendemos mudar.

Acreditem, as roupas de brechós podem, sim, ser um meio de criar uma moda alternativa, o que também pode se tornar um estilo. Lá não encontramos apenas roupas e outros objetos velhos e usados, embora existam muitos brechós que são qualificados assim.



## O que você encontra...

Existem milhares de brechós em São Paulo, dos mais “ralés” aos mais chiques, e é possível encontrar uma grande diversidade de produtos como peças antigas, clássicas, novas, coloridas, com estampas de todos os tipos, tecidos diferentes, modelitos nacionais e importados. Muitas vezes as pessoas compram roupas e usam apenas uma vez, ou nem chegam a usar. Assim, estes artigos usados ou seminovos são trocados, vendidos ou consignados para um determinado brechó, que vende por um preço mais em conta.

Um exemplo de que as roupas vendidas em brechó não estão fora de moda são as estampas de listras e bolinhas e as calças com cintura alta, que voltaram a ser destaques nesses tempos. Isto levou muitas pessoas aos brechós, pois além de encontrarem aquilo que desejam, pagam um preço menor que os das lojas de grifes.

O que você realmente encontra em brechós são peças diferentes e exclusivas, pois não há padronização e estoque dos itens à venda. Não é como ir ao shopping, entrar em uma loja e ver uma seção só daquela peça específica, com diversos tamanhos e em muita quantidade.

Alguns brechós também vendem roupas especialmente para peças teatrais, com modelos e acessórios alternativos e de diferentes culturas.





## Dicas

- Se você quiser diversificar seu estilo ou está à procura de algo que ainda não achou, vá a um brechó. Mas atenção: é importante saber compor as peças depois!
- Escolha bem o brechó que você irá. Não é qualquer garagem que se diz um brechó que terá as melhores peças e os melhores preços que você procura. Talvez esse seja o motivo das pessoas acharem que o brechó seja algo velho e sem qualidade.
- Você pode comprar em brechós pela internet também, através de sites como o [www.trecoseobjetos.com.br](http://www.trecoseobjetos.com.br), que oferece objetos em geral. Que tal presentear alguém ou até mesmo decorar sua própria casa? Outro site interessante é o [www.brecholavoutanovo.blogspot.com](http://www.brecholavoutanovo.blogspot.com), brechó virtual que oferece uma grande quantidade de roupas. Aqui você pode escolher e compor seu próprio estilo.

“Busque, conheça, experimente e construa a sua própria moda.”

# TRANSAR OU NÃO TRANSAR?

Fotos: Thamara Laje

POR ELIANE GUIMARÃES

*Fomos na E.E.Profª Maria Juvenal Homem de Mello para ouvir a opinião dos estudantes sobre o seguinte tema: Transar ou transar? Qual a hora certa de iniciar a vida sexual?*

**É** muito complicado conversar sobre isso com os jovens, na verdade é uma decisão que só a própria pessoa pode tomar. Não existe idade recomendada para o início da vida sexual, isso depende da preparação de cada um. Às vezes, esse momento pode gerar ansiedade, insegurança e também curiosidade e é a partir daí que aparecem muitas dúvidas.

Entretantotransartambéméresponsabilidade. Muitos adolescentes entre 13 à 15 anos já estão começando a sua vida sexual. "Na adolescência, o desejo se desloca do corpo para o exterior. Surge o interesse pelo amor sexual e o fascínio das paixões", explica a psicóloga Marta Regina Souza. De fato essa é uma escolha que envolve muitas reflexões. Mas quando se sentir preparado transe, desde



que faça com segurança, confiança e, principalmente, responsabilidade.

Esse também é um assunto que está muito mais presente na mídia, o que, de certa forma, pode influenciar os jovens a fazer escolhas erradas, muitos iniciam a vida sexual só por prazer e não por amor e, muitas vezes, sem prevenção. É aí que acontecem gravidez indesejadas ou pior as Doenças Sexualmente Transmissíveis. Alguns nem conhecem quais são os riscos que podem correr.

Mas ainda existem jovens desinformados? Para os estudantes com quem conversamos na escola, não. Segundo eles hoje há várias informações sobre sexualidade, por exemplo, na internet, que eles acessam no dia a dia. Já a jovem Nathalia Rodrigues pensa diferente, “a maioria dos jovens têm informações, mas tem muita gente que não sabe de muitas coisas. Poderíamos ter mais diálogo sobre isso na escola”, diz.

Quando o papo é a hora certa de transar, o jovem também têm muitas influências de grupos de amigos, pressão da sociedade e até mesmo os estilos de músicas podem influenciar. Esse tema também foi discutido na roda de conversa na escola, para a galera o ritmo e as letras do funk pode, às vezes, influenciar o jovem a tomar a decisão precipitadamente.

Mas nunca transe se houver dúvida ou falta de confiança, esses são fatores importantes para você verificar na hora de decidir se é a hora certa pra a sua primeira relação sexual. Pense se é isso mesmo que você quer ou se quer apenas para agradar alguém, afinal o sexo precisa ser bom para os dois.

É importante antes de iniciar a sua vida sexual procurar orientação de

um profissional qualificado. Vale também conversar com alguém em quem você confie para tirar as dúvidas e se sentir preparado. E não se esqueça de se prevenir. Use camisinha para evitar gravidez indesejada e/ou várias doenças sexualmente transmissíveis e o HIV (vírus que causa a AIDS). O ideal seria que todos se preocupassem mais com esse assunto que é fundamental em nossa vida, principalmente, para os jovens que estão começando a sua vida sexual.

Alguns alunos da escola Maria Juvenal participaram do jogo da verdade. Por meio dessa dinâmica discutimos esse tema. De certa forma essas conversas nos ajudaram bastante em relação às várias questões de sexualidade, que estão cada vez mais polêmicas. Confira a opinião da galera.

Qual a idade ideal para o início da vida sexual?

*“Pra mim não existe, porque vai depender de cada pessoa, mas também é importante que esteja preparados e responsável”.* (Jhonatan do 1ºB)

Como deve agir para ter uma vida sexual segura?

*“Basta se prevenir e saber quais são os métodos contraceptivos para evitar gravidez, e doenças sexualmente transmissíveis”.* (Bianca do 1ºC)

É possível engravidar na primeira relação sexual?

*“Sim, desde que não use preservativo, há possibilidade de engravidar, e também de pegar doenças”.* (Thalita do 2ºA)

Você faz sexo por amor ou por prazer?

*“Faço sexo por prazer”* (Caique do 1ºB disse)



# Olha a 3º Milênio aí, gente

Escola de Samba do Grajaú vem batalhando pelo reconhecimento e disseminação da cultura do carnaval na região

Texto Natália Nascimento  
Fotografia Natália Nascimento

Nesta segunda edição, a seção No Ritmo tem a honra de apresentar a escola de samba Estrela do 3º Milênio.

Sediada no Parque América, distrito do Grajaú, a escola de samba completou 10 anos de existência e já vem desfilando há seis. A escola adotou esse nome pelo fato de ter sido fundada próximo à virada do 3º milênio,

e por se considerar uma nova estrela que brilha em uma luta diária.

A Estrela do 3º Milênio vem trilhando uma verdadeira história de sucesso. Um exemplo disso é o reconhecimento que vem, merecidamente, recebendo nos últimos tempos. No próximo ano, a escola irá desfilar no Sambódromo do Anhembi no primeiro grupo das escolas da União das Escolas de Samba Paulistana (UESP), concorrendo a uma vaga no grupo de acesso com o enredo “1,2,3 Abra-cadabra, além da mágica”.

O principal objetivo da escola é transmitir à comunidade do Grajaú e a todos que prestigiam esta festa, a mensagem de que carnaval não é orgia, mas pura cultura. É o que afirma a diretora social, Mirian Moura.

Além disso, a Estrela do 3º Milênio traz também uma alternativa de lazer, permitindo que a comunidade curta um carnaval de qualidade em seu próprio bairro.

A participação dos moradores é fundamental e ainda um desafio para a escola. “A escola não depende dos diretores ou da bateria, e sim da comunidade, de cada um que mora aqui. Mas tem sido difícil, porque as pessoas não aparecem, pelo fato de não ter essa cultura de carnaval na Zona Sul”, diz a madrinha de bateria Alessandra Vânia Barros.

Vale lembrar que a confecção de todo material necessário para o desfile, como as fantasias e os carros alegóricos, é feita voluntariamente pelos componentes da escola, e todo material, muitas vezes é reciclado. Os demais custos

Carnaval não é feito somente na avenida, existe todo um trabalho que começa logo quando a festa anterior termina. Porém, é um festejo bonito e histórico, que nunca deve acabar, porque é a expressão de nossa cultura popular brasileira.

# ARQUE DAS TAS - CARTÕES TELEFO



# Eu quero um trampo!

Por Vânia Correia e Natalia Pereira e Flávio Munhoz

Trabalhar...

Uma das maiores preocupações da juventude nos dias de hoje. Em um mundo movido pelo consumo os jovens também querem participar, e para isso precisam de um trabalho.

Com o recente avanço da economia a busca por trabalho passou a ficar mais fácil. Mas para a juventude isso continua sendo um dilema. Ter experiência anterior, qualificação profissional adequada, entrevistas, dinâmicas, entre outros requisitos, sempre foram motivos de tirar o sono da galera.

Mas em meio a esta batalha há um detalhe que poucas vezes é notado: buscar por trabalho formal ou optar pela informalidade? Para alguns parece que o importan-

te mesmo é se sentir empregado. Como há muito tempo de caminhada na vida profissional, imagina-se que a preocupação do momento não deva ser essa. Um outro grupo prefere as garantias de uma carteira assinada...

O que fazer??? A ZONG preparou um quadro comparativo buscando ajudar a juventude que quer estar em movimento, se liga só:

## Trabalho Formal

Forma de trabalho indicada pela maioria de nossos pais. É forma conhecida pela famosa carteira de trabalho. Neste tipo de trabalho vários direitos estão garantidos, além de benefícios como férias, décimo - terceiro salário, FGTS, aposentadoria, licença maternidade-paternidade, seguro desemprego, entre outros.

Foi uma solução construída para garantir um sustento mínimo para as necessidades do trabalhador e de sua família, frente ao capitalismo selvagem, voltado a vida de consumo crescente. Há uma di-

ficuldade para quem contrata, pois devido ao grande número de encargos trabalhistas o trabalhador custa para a empresa “praticamente” o dobro do que recebe de fato. Esta situação faz com que o salário, normalmente, não seja tão alto.

Para driblar esta dificuldade houve o surgimento dos autônomos. Pessoas que abrem empresas “individuais” e prestam serviços. Assim o custo trabalhista diminui significativamente. O tempo que se permanece trabalhando com registro serve como comprovação de experiência anterior na busca de um novo emprego.

## **Trabalho Informal**

O trabalho informal é o tipo de trabalho desvinculado a qualquer empresa, ou seja, é o trabalho indireto onde não há vínculo empregatício por meio de documentação legalizada. Embora sem direitos ou garantias do amanhã, para muitos foi a única saída. Esse tipo de trabalho teve grande crescimento na década de 90 quando a crise econômica, o aumento da competição e a exigência de maior qualificação profissional devido ao grande avanço tecnológico no Brasil, fizeram com que as empresas buscassem reduzir seus custos, consequentemente demitindo pessoas.

Como maneira mais fácil e honesta, as pessoas se tornaram trabalhadores informais que apesar de não ter garantias e benefi-

cios, como férias, décimo terceiro salário, FGTS, licença maternidade-paternidade, seguro desemprego e outros, conseguem o sustento da família mantendo assim seu padrão de vida. Nos tempos atuais, o trabalho informal atinge aproximadamente 50% da ocupação dos brasileiros. A renda não é fixa. Um dos principais problemas enfrentados por quem tem trabalho informal é que se ele achar alguma coisa injusta em seu trabalho ele nunca poderá ir à justiça porque a justiça só defende os direitos dos trabalhadores legais.

Estes são os dois formatos básicos que se deve observar na busca de um trabalho. Além deles ainda é possível buscar o empreendedorismo, o famoso negócio próprio, atuar em cooperativas e outras formas que discutiremos em próximas edições.

Mas o importante mesmo é se colocar em movimento, dentro do seu perfil e de suas possibilidades, na busca do seu sonho. A ZONG torce por você e espera ser sempre sua companheira ajudando nas importantes escolhas juvenis... Fui!



# **VIRAÇÃO**

Que estilo cola

# CHEGA DE BOBEIRA!

Adriana Martins, Alef Paz, Damiso Faustino, Rafael Biazão e Simone Nascimento, do Virajovem São Paulo (SP), e Eric Silva, da Redação  
Fotos: Denis Marchello

Saiba sobre o grupo que além de compartilhar ideias semelhantes, também é obrigado a enfrentar a discriminação

Uma das muitas tradições mantidas por adolescentes em épocas passadas e que vem se mantendo até hoje é o que chamamos de grupos urbanos. Esses grupos são formados por jovens que convivem com os mesmos objetivos e que se integram através da maneira de se vestir, além de "compartilharem gostos musicais e pensamentos bem parecidos", conta Davi Andres, de 19 anos, que não se considera uma pessoa de "estilo único".

Hoje em dia, existe um grupo tomando conta de grande parte dos jovens das principais capitais brasileiras, que mescla as batidas fortes do hardcore com letras emotivas e poesias adolescentes. Não é difícil perceber que estamos falando do emocore.

Apesar de parecer algo recente para os nossos olhos e ouvidos, este estilo urbano existe desde meados da década de 80 e surgiu com a necessidade de encontrar um nome para um estilo tão próprio que não se encaixava em nenhum outro já existente. O termo emo surgiu do gênero musical *emotional hardcore* e foi aplicado às bandas que faziam suas letras mais sentimentais sem deixar de lado um instrumental mais pesado.

Caracterizados pelo modo de se vestir (calças justas, cintos e pulseiras com tachas, em alguns casos camisetas estampadas com personagens infantis etc) e por terem franjas compridas sobre o rosto, os emos são vítimas de preconceito e discriminação na sociedade. "Você não pode ter um estilo um pouco diferente que já acham que você é emo e te julgam mal por isso", comenta Andréia Xavier, de 15 anos.

O emocore tem tudo para ser mais um estilo de rock comum, mas a coisa não é bem assim. A principal diferença entre os outros é a maneira como as pessoas lidam com ele. Não é raro ver um emo sendo agredido por outro grupo jovem e, até mesmo na internet em sites de relacionamento como o orkut, podemos encontrar com facilidade muitas comunidades que agem de forma agressiva. Isso acontece também nas escolas, onde, teoricamente, seria um lugar de estudo e confraternização.



Galera em entrevista pra Vira

O termo emo surgiu do gênero musical *emotional hardcore* e foi aplicado às bandas que faziam suas letras mais sentimentais sem deixar de lado um instrumental mais pesado.



# CRITICAR O EMO É BESTEIRA

Geralmente, eles são jovens entre 13 e 18 anos e não gostam de ser rotulados, pois, "pra sociedade, o emo é uma grande piada", afirma Davi. Todo esse comportamento gera uma frequente indagação: por que tanta especulação e ódio em torno deles?

Não podemos, entretanto, generalizar a sociedade como preconceituosa, já que existem pessoas que acreditam que odiar os emos pela forma sentimental de ser e agir é totalmente fora de seus princípios. "Se eles se sentem bem com aquele 'quê' de depressivos, fazer o quê?", completa o jovem Davi.

"Se você chora, já vem todo mundo falar que você é emo", diz Lucas Oliveira de Souza, de 17 anos. Talvez por causa de toda essa dificuldade em aceitar as diferenças, existam emos que têm vergonha de se assumir. "Eu conheço vários, mas eles têm vergonha porque o pessoal fica zoando" conta Giuliana da Silva Gomes de Miranda, 15 anos.

Querendo ou não, o fato é que o assunto vem crescendo, gerando polêmica e críticas negativas. Apesar disso, devemos sempre nos lembrar que saber respeitar as diferenças é fundamental, já que é direito de cada um se expressar da forma como quiser sem invadir o espaço alheio.

Vivemos em uma sociedade onde as diferenças são justamente o que a faz ser um lugar mais agradável. O ideal, mesmo, seria repensar nossos conceitos para manter uma convivência de mais harmonia entre todos que aqui habitam. **V**

\* Integrantes de um dos Conselhos Jovens da Vira presentes em 21 Estados do País  
(sp@revistaviracao.org.br)



Foto: Rafael Biazão

Entrevistamos Gustavo Pelagio, autor do livro *Diário de Palco*, que falou um pouco sobre o movimento emcore e hardcore. Confira agora o bate-papo com a galera da Viração!

**Quais métodos você utilizou para abordar o tema emcore com os emos?**

Na verdade, são 10 perfis de músicos e eles falam dos emos de uma forma meio nostálgica. Mas, se você perguntar para o cara se a banda dele é emcore, ele ainda foge. No máximo, vai assumir que têm influências.

**Para ser emo você tem que seguir aquelas normas (ser sentimental, ficar chorando...) ou o movimento é uma coisa completamente diferente do que as pessoas acham?**

Você pode se sentir bem fazendo isso. Eu, em minha fase emo, ouvia aquelas bandas como se elas dissessem a verdade sobre tudo. Pensava: "essa banda sabe tudo, estes caras dizem o que eu preciso ouvir", entende?

**Por causa do nome, que se tornou pejorativo, você acha que pode encontrar bandas ou pessoas que se assumam emos?**

Acho que há um tempo as pessoas se assumiam mais, elas tentam se esquivar para não ficar com esse negócio (*preconceito*). Imagina um moleque que tá na rua, na escola, que se veste de jeito mais chamativo? O cara deve ouvir um monte todo dia.

# Salada Mista CONTEMPORÂNEA

Carolina Santos, do Virajovem São Paulo (SP)  
e Eric Silva, da Redação

**A**ssunto recente nos noticiários nacionais e internacionais, as populares *shag bands* ou "pulseirinhas do sexo" voltaram às manchetes de jornais brasileiros quando casos de violência sexual surgiram em algumas regiões do País, que passaram a proibir o uso do acessório.

Mas o caso mais marcante foi a de uma adolescente, de 13 anos, violentada sexualmente por quatro jovens na cidade de Londrina (PR). A mãe da menina relatou à polícia que a estudante foi abordada pelos rapazes após a aula, quando um deles arrancou uma das pulseiras usadas por ela e a obrigou a pagar uma prenda por isso.

Após arrebentar a pulseirinha, foi marcado um encontro na casa de um dos garotos, o único com mais de 18 anos, onde a menina teria sido abusada sexualmente.

Outro caso que teria relação com as pulseiras aconteceu em Manaus (AM). A polícia está investigando a morte de uma estudante encontrada num hotel da cidade, na Páscoa.

Com os acontecimentos, a proibição do uso e da venda foi a medida encontrada por pelo menos quatro cidades brasileiras: Rio de Janeiro (RJ), Manaus (AM), Campo Grande (MS) e Londrina (PR). Já nas cidades de Sertãozinho (SP), Maringá (PR) e Navegantes (SC), o uso está proibido nas escolas.

## Entenda o jogo

O jogo, chamado Snap (arrebentar), surgiu na Inglaterra e virou moda entre

Proibidas em algumas cidades, as pulseiras coloridas dividem opinião sobre possível conotação sexual que elas possuem



crianças, adolescentes e jovens que, por meio das pulseirinhas coloridas de silicone, criaram um código com conotações sexuais. Pelas regras, o garoto ou a garota que quebrar a pulseirinha do outro terá direito a um "bônus". Cada cor corresponde a uma ação, que varia de um abraço (amarela) a uma relação sexual (preta).

O uso das pulseiras coloridas no Brasil estourou no fim do ano passado e elas podiam ser encontradas facilmente em lojas e camelôs, sempre a preços acessíveis. A moda ganhou o gosto dos jovens que passaram a usá-las, em dezenas, nas escolas, em casa e nas ruas.

A discussão sobre o acessório surgiu porque se descobriu que ele não era apenas algo que a galera achava legal e bonito de se usar, mas era também uma brincadeira com significados maiores.

O estudante de Goiânia (GO) Santiago Plata Garces, de 16 anos, acha que a proibição das pulseiras não resolve o

problema e aponta alternativas. "Acho que melhor do que proibir é ensinar e educar, conversar de uma forma mais clara e aberta sobre sexualidade", diz.

Ana Beatriz Sava, de 16 anos, tem a opinião parecida com a de Santiago. "Conscientizar os jovens sobre a pulseira é a coisa mais sensata a fazer, porque os jovens ainda têm dúvidas sobre sexo", conta a estudante de Santo André (SP).

Tempos atrás, uma brincadeira parecida, por envolver troca de afetos e carícias, chamava-se "salada mista". Ao longo dos anos, outras brincadeiras também apareceram até chegarmos às atuais pulseiras coloridas. Para alguns jovens ouvidos pela *Vira*, a brincadeira é apenas uma maneira dos adolescentes manifestarem a descoberta da sexualidade. "Abolir as pulseirinhas é uma atitude que não vai adiantar em nada, porque quanto mais se proibir, mais os jovens vão querer usar", completa Ana Beatriz.

Já na enquete promovida pelo Portal da Viração ([www.viracao.org](http://www.viracao.org)), a maioria dos leitores foram favoráveis à proibição do adereço. Até o fechamento desta edição,

## Significado das cores



As populares shag bands ou "pulseirinhas do sexo"

42,10% responderam estar de acordo com as medidas de veto ao uso e venda da pulseira, enquanto 34,20% são contra essa medida, opinando ser de responsabilidade de cada pessoa a conscientização sobre o uso. Já outros 23,70%, acham ser tarefa dos pais discutir com os filhos a questão.

Pedimos para que psicóloga Terine Husek Coelho analisasse os dados da enquete. Segundo ela, por conta da repercussão negativa que o uso das

pulseiras tiveram, a solução mais fácil, encontrada por grande parte da população, é vetar a utilização do acessório. "A proibição dificilmente será a melhor solução, seja qual for o problema. As pessoas já assimilaram este conceito sexual às pulseirinhas e podemos notar o reflexo na enquete realizada. Proibir tira o problema do ar por pouco tempo e depois as pessoas encontram outras maneiras de manifestar a sua sexualidade", afirma Terine.

O estudante Santiago acredita que enquanto a discussão sobre sexo ainda tiver algumas barreiras, problemas como o de Londrina continuarão a acontecer. Para isso, a psicóloga Terine dá a dica: "O mais interessante é ter essas discussões com os adolescentes e levá-las para suas casas, encontrando soluções conjuntas com os seus responsáveis. Só assim conseguiremos resolver o problema", conclui. **V**



\*Um dos Conselhos Jovens da Vira presentes em 22 Estados e no Distrito Federal (sp@revistaviracao.org.br)

Ferzita Durango



UBIRAJARA BARBOSA  
DA FONSECA e ERIC SILVA,  
do Virajovem São Paulo (SP)\*  
SÁLUA OLIVEIRA, da Redação

# Banda de Mina

Mercenárias, Samba de Rainha, Cacto Rosa, Negras Ativas, Sopra Mulheres, Ilu Oba De Min, Dominatrix. Sabe o que esses nomes têm em comum? São de bandas ou grupos musicais formados só por garotas e mulheres. É! Só por mulheres. E porque não?! E os estilos são os mais variados: *rock, samba, rap, hard core clássico, pop, punk.*



Ferzita Durango

## UMA TRADIÇÃO QUE VEIO DO PUNK

**P**or ser um movimento de contestação e rebeldia e não apenas um estilo musical, o punk é um dos movimentos com uma longa história de banda de meninas. Aliado as idéias libertadoras do feminismo, surge na cidade estadunidense de Olympia, no estado de Washington, em meados dos anos 90 o *Riot Grrrl*. *Riot* significa manifestação pública, tumulto, levante e *Grrrl* é um trocadilho de garota em inglês (*girl*), e um grunhido raivoso, GRRRR! Raivosas e indignadas as *Riot Grrrls* queriam fazer música para informar as mulheres sobre seus direitos e incentivá-las a reivindicá-los, além de quebrar um dos grandes dogmas do rock: mulheres não sabem tocar baixo, bateria e guitarra tão bem quanto homens. Ignorância que cai por terra quando se ouve algumas das bandas como a pioneira Bikini Kill, ou outras como L7 ou uma das representantes brasileiras, Dominatrix, que tem a “pegada forte e rápida” característica do punk rock e do Hard Core.

Pela forma de tocar e por suas posições e idéias, elas às vezes são rotuladas como agressivas ou até violentas. Elisa Gargiulo, fundadora da banda Dominatrix, primeira e maior expoente do Riot aqui responde aos que pensam assim, “Se um homem é agressivo naquilo que faz isso é considerado positivo, legal, ele é assertivo, agora se uma mulher faz a mesma coisa isso é mal visto porque para a sociedade capitalista é interessante que a mulher continue sendo submissa e não se posicione”.

Elisa hoje com 15 de anos de banda comenta ainda como vê o crescimento da cena *Riot* no Brasil “Hoje existem vários festivais de mulheres espalhados pelo país, tem em Belo Horizonte, Curitiba, Brasília, Goiânia, tem bandas com clip na MTV. Isso é legal porque se uma menina quer tocar guitarra e tem um irmão idiota que diz pra ela que ela não pode fazer isso e vê a gente tocando ela pensa: Tem alguém mentindo para mim. E vai tocar guitarra.”



Ferzita Durango

Camisetas com o símbolo do Ladyfest 2007 em São Paulo, Festival que também acontece no Estados Unidos

## FESTIVAL SÓ DE MENINAS

Em 2000 na mesma Olympia onde surgiu o *Riot Grrrl* acontece o primeiro *LadyFest*, festival de bandas exclusivamente femininas.

No Brasil ele acontece desde 2004. Antes disso, as brasileiras já participavam com o Dominatrix, desde 2002, e a funkeira Tati Quebra Barraco em 2004. Aquela mesmo. Dos hits Dako é Bom, Boladona e Sou feia, mas tô na moda. Além de muita música, o LadyFest tem oficinas, festas, debates e exposições ligadas à temática feminina.

No ano de 2005, o festival passou a ser organizado pelo Portal Quitéria, “o primeiro portal com proposta pop feminista para meninas interessadas em música, arte e cultura”, como definem suas criadoras Elisa Gargiulo e Geisa França.

## ANTES DE OLYMPIA

Em São Paulo, na primeira metade da década de 1980, um grupo de amigas se reunia num porão em São Paulo para tocar e se encontrar. Assim começa o Mercenárias, “No começo era para poder se expressar, para se sentir a vontade, não era uma coisa feminista”, explica Sandra Coutinho, 49 anos, baixista da banda. A banda subiu aos palcos impulsionada por Edgar Scandurra, do Ira. “O Edgar foi o nosso primeiro baterista, ele foi buscar a gente do porão. Começamos abrindo os shows do Ira”, explica Sandra.



Divulgação



Divulgação

Mesmo sendo as primeiras, Sandra conta que entre os punks não teve problemas, “Fomos acolhidas com respeito, até porque nós éramos mais radicais que os caras na época”. Clemente, de 44, dos Inocentes, e um dos precursores da cena punk aqui no Brasil, completa “na época o legal era tocar todo mundo junto”, mesmo assim, Sandra diz que teve problemas com técnicos de som que não respeitavam suas opiniões por serem mulheres.

Sobre o movimento *Riot Grrrl* Sandra comenta que “respeito. Acho legal quando as coisas são feitas com qualidade, não só no discurso, mas uma qualidade estética também.”, mas, faz observações, “pra mim algumas coisas não precisam ser tratadas com arte. A postura é consequência de uma coisa mais profunda e às vezes as coisas estão só nas aparências. Tem muitas coisas que você culpa o outro e às vezes você tem que ir buscar seu espaço. Você tem que lutar pelo ser humano, não tem que segregar”.

## NEGRAS ATIVAS

Muito antes do Grupo Antonia surgir na TV e no Cinema, o Hip Hop já tinha mulheres para representar seus quatro elementos – MC, Dj, break e grafite – e muitas vezes a participação feminina traz o chamado quinto elemento, a conscientização.

Exemplo disso acontece em Belo Horizonte, desde 2003, quando membras do Movimento Negro Unificado (MNU) reuniram mulheres para discutir questões de gênero. Ao perceber que muitas delas cantavam rap (MC) surgiu a idéia de formar uma banda. Ali inicia a banda Negras Ativas.

Larissa Borges, a Negrona, de 26 anos, comenta que mesmo o Hip Hop mineiro um dos mais adiantados em discussões sobre relações de gênero teve todo um caminho até reconhecerem a banda, “No começo quando a gente dizia que tinha um grupo de rap eles diziam: ‘Legal!



Garotas do samba de rainha que começaram a tocar de brincadeira em festas

Vocês fazem *backing* vocal – cantoras de apoio – Ai a gente respondia: Não. Nós somos a banda. E ficava aquela coisa ‘Como assim elas não fazem *backing* e tem uma banda?’ Hoje a interação é boa participamos do Coletivo Hip Hop Chama, que tem feito bastante para a superar o machismo. Hoje em dia o pessoal está mais ligado. Quando alguém faz uma piada homofóbica por exemplo, alguém chega e fala: Ei! Isso é homofobia.” As Negras Ativas estão preparando o CD Mulheres de Atitude para sair este ano.

Sobre como é trabalhar só com mulheres Negrona responde minericamente “É bom demais! A nossa forma de perceber as coisas é outra. Somos uma família”.

## MÃOS FEMININAS TOCAM TAMBOR PARA O REI XANGÔ

Sábado depois do almoço, Praça do Patriarca, centro de São Paulo. Dia e local onde cerca de 80 mulheres ritmistas se reúnem com seus djembês, agogôs e outros instrumentos de percussão para ensaiar.

Ilu Oba De Min: assim é chamado o bloco que reúne essas mulheres estudantes, arquitetas, secretárias do lar, donas de casas e muitas outras ocupações, com idades entre 15 e 55 anos.

“O Ilu surgiu em 2004 com a idéia de homenagear as mulheres

na cultura brasileira”, é o que explica a Baby Amorim, 45 anos, uma das organizadoras, “É um bloco para mulheres. Tem negra, japonesa, branca, tudo junto”. Beth Beli uma das regentes e idealizadoras do bloco explica um pouco mais “a idéia é aproximar as mulheres e recuperar a cultura afro-brasileira”.

O Ilú sai em cortejo pelas ruas da cidade na sexta-feira de carnaval e atrai mais de três mil pessoas. “Sai do Viaduto Major Quedinho, na Bela Vista e vai até o Paissandu na frente da Igreja da Irmandade dos Homens Preto”, conta Baby. Um dos diferenciais do Ilu Oba Demin é que, ao contrário do que acontece nos outros blocos femininos afro, ele é regido por duas mulheres, Beth Beli e Renata Aragão.

## OUTROS ESPAÇOS

Além do rock e do rap outros estilos são contemplados com a participação das mulheres, do sinfônico ao pop e ao samba espalhadas pelo país.

Em Nova Hamburgo (RS), o Cacto Rosa começou quando Bibiana Arriaga, voz e vocal, colocou um anúncio no jornal: procura-se mulheres para montar uma banda. Carole, bateria e vocal, respondeu e aí começou uma parceria que teve como frutos varias músicas e o CD O Tempo Necessário. Com influên-



*Musicistas do sopro mulheres: a primeira banda sinfônica feminina do Brasil*



Fotos: Kazuo Watanabe

cias que vão de Alanis Morissette a Engenheiros do Hawaii, passando por Nirvana e Roberto Carlos. Sobre o trabalho de fazer música só entre mulheres, as integrantes dizem que existe mais cumplicidade e o diálogo flui melhor.

De Nova Hamburgo para Tatuí, interior de São Paulo, o toque feminino na música continua só que agora não são mais duas e sim trinta e cinco mulheres que formam a banda Sinfônica Sopra Mulheres, fundada em 2007. A sinfônica é formada por alunas do conservatório da cidade, o maior da América Latina e é gratuito, para quebrar uma regra que abrange tanto o popular quanto erudito, a minoria feminina nos grupos, "Como as bandas sinfônicas vem de uma forte tradição de regimentos militares, a grande maioria dos integrantes é homem" explica Cibele Sabioni Sotelo, de 32 anos, maestra da banda, profissão do meio musical onde a participação feminina é pouquíssima. "Em São Paulo existem apenas umas três ou quatro maestrinas em atividade quase todas atuam como convidadas". Sobre o trabalho com tantas mulheres, Cibele compartilha de uma opinião parecida com a das meninas do Cactos Rosa "nossa relação é ótima, temos uma comunicação muito clara".

Destoando um pouco dessa posição, as mulheres do Samba de Rainha apontam uma outra singularidade de trabalhar entre mulheres, "é muito difícil, são 8 TPMs, 8 egos e mais a empresária" brinca Núbia Maciel, de 40 anos, vocalista da banda.

O Samba de Rainha começou como uma brincadeira, nenhuma das integrantes sabia tocar, mas as a galera gostou da idéia e tomou consistência, agregaram mais algumas meninas e começaram a tocar em bares. Essas sambistas ainda têm grande diferenciais em seu repertório. Tocam de *Satisfaction*, clássico dos Rolling Stones, em versão sambada em versão samba, "a gente faz o show de um jeito que parece rock'n'roll, de uma forma jovem. Fazemos um samba mais louco" conta Nubia. Além disso, resgatam as raízes do sambas e compositores antigos, "a galera canta Ari Barroso, Clara Nunes, meninas de 20 anos cantando uma música da época dos pais delas. Tem muito samba de roda e terreiro com a mesma finalidade, mostrar para a galera o que a aquele público não tem acesso." ●

## PAOLLA

tem 16 anos e toca em várias bandas, inclusive com homens. Confira o que ela pensa sobre o cenário musical feminino.

### **Por que você acha que as meninas optam em tocar com outras meninas?**

– Muitas vezes por comodidade e porque ser de uma banda formada por meninas ainda é diferente, ou seja, há um grande diferencial, já que muitas bandas ainda são formadas predominantemente por meninos.

### **O que você acha da mídia que só mostra mulheres em bandas no vocal? Por que isso acontece?**

– Parece o velho preconceito idiota de séculos passados, onde mostra que a mulher é inferior ao sexo masculino, mas as mulheres têm SIM capacidade de fazer tudo aquilo que lhes convém, inclusive tocar em uma banda, não somente sendo vocal. Embora, muitas vezes, as mulheres têm o posto de vocalista nas bandas por terem a voz interessante.

### **Como você acha que a mulher é vista pelos membros da banda? E pelas pessoas de fora, e por que dessas visões?**

– Quando se tem uma garota que seja boa em uma banda, toda a banda em um conjunto acaba sendo bem vista, fazendo com que as pessoas de fora e da própria banda comentem sobre o assunto. Existem essas visões pelo fato de que cada um sempre gosta de colocar seu ponto de vista e eu acho válido quando é um ponto de vista construtivo.

Leia a entrevista completa no portal da **Vira**: <http://revistaviracao.org.br/artigo.php?id=1563>



Arquivo pessoal

# A gente não quer

Para driblar o desemprego, jovens encontram saídas criativas e empreendedoras, provando que é possível encontrar prazer na profissão

CAMILA CARINGE,  
da Redação

É cada vez maior o número de jovens desempregados no Brasil. De acordo com dados divulgados em maio deste ano pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), a taxa de desemprego entre jovens de 15 a 24 anos é 3,5 vezes maior do que a taxa de desemprego entre os adultos.

A inexperiência e a competitividade do mercado de trabalho são algumas das explicações. Mas os jovens não querem mais somente emprego remunerado. Qualidade de vida, satisfação pessoal e realização profissional são coisas importantes a partir da consciência de que só dinheiro não traz felicidade.

Trabalho, além de geração de renda, também é fonte de independência, contatos, experiências e conhecimento. Um emprego viabiliza a possibilidade de continuidade dos estudos e novas amizades. Estar em um ambiente positivo, onde se desenvolva tarefas nas quais se acredita, é tão importante quanto ganhar dinheiro.

É o que acreditam os jovens dos dois projetos a seguir.

**geração**  
**MUDAMUNDO**  
JOVENS TRANSFORMANDO  
SONHOS EM AÇÃO

## SUA CARA É A MINHA CARA

Eles começaram discutindo o consumismo entre os jovens. Foi daí que surgiu a ideia de criar uma alternativa que possibilite um estilo próprio, usando serigrafia e bordados, unindo as necessidades à oportunidade de dar vazão a um novo jeito de fazer moda.

Depois perceberam que poderiam transformar seu projeto em um empreendimento gerador de renda para o grupo e para os demais participantes que recebessem a formação.

A iniciativa foi contemplada pelo Projeto Geração MudaMundo em 2007, promovido pela Ashoka Empreendedores Sociais, e recebeu financiamento para começar. "Tivemos um problema grande por causa da rotatividade dos primeiros componentes, que somavam 14 pessoas", conta Leonardo Carvalho, integrante do Projeto Nossa Cara desde o começo. E eles estão sempre à procura de parceiros.

Atualmente o grupo é formado por Leonardo de Carvalho, Washington Gabriel, Leila Rosa e Leandro Mello, todos em torno dos 20 anos de idade. Eles têm muita demanda e poucas pessoas trabalhando. Outra dificuldade que enfrentam é a falta de um lugar apropriado para trabalhar. "O próximo plano é capacitar 20 jovens para acelerar nosso trabalho e proporcionar geração de renda para o projeto de estamparia em camisetas", diz Leonardo.

O objetivo é sensibilizar os/as jovens a respeito do consumismo, trabalhando com imagens impressas em roupas, adesivos e outros produtos.

O projeto fica na Consolação, bairro do centro da cidade de São Paulo. Leonardo fala sobre a participação social: "Para nós é muito importante perceber que as pessoas se identificam com a nossa proposta."

A moda diferente do  
Projeto Nossa Cara



# só trabalho!



*As Arquitetas da Comunidade mudam a cara da periferia*

## ARQUITETANDO SONHOS

As Arquitetas da Comunidade nasceram da vontade de fazer diferente. Mais precisamente, de mudar a paisagem que os olhos vêem. E elas têm um objetivo em comum: a sensibilização para a questão da falta e precariedade de moradia e o planejamento dos espaços públicos de lazer nas periferias. O que elas fazem é buscar formas de contribuir e trabalhar no enfrentamento dessa questão e, ao mesmo tempo, difundir os serviços de arquitetura a uma população que, historicamente, não tem acesso.

O grupo atua na região metropolitana de Campinas (SP) e é composto por Adriana Katsuki, Daniela Zacardi, Joice Genaro e Kátia Sartorelli, todas entre 26 e 34 anos, e começou a estruturar o projeto a partir da experiência com a Expedição Artemisia – Programa de Jovens Empreendedores. “Sentíamos a necessidade de estruturar o projeto para ganhar em escala, pois iam atendendo sem um planejamento e as ações eram pontuais e esparsas”, conta Kátia.

O processo deu a elas ferramentas fundamentais para pensar e efetivar ações, além das questões gerenciais, o que também ajudou com aspectos pessoais muito importantes para o desenvolvimento de projetos sociais.

Os serviços são direcionados para o indivíduo e as entidades comunitárias representativas da população, como o Programa Minha Casa – projeto e assessoria técnica para construção, reforma e melhoria de residências e regularização do imóvel junto à prefeitura e o Programa Espaço Vivo – assessoria a associações de moradores, em questões técnicas e legais, além de também desempenhar projetos em instituições (escolas, ONGs, centros comunitários, igrejas etc), sempre com ações participativas.

Fora isso elas ainda oferecem um programa de capacitação de mão-de-obra por meio de cursos gratuitos de formação de pedreiros. Kátia diz ainda que “esta é uma ação muito importante, pois os trabalhadores qualificados, além de contribuírem com sua comunidade, podem ampliar as oportunidades de trabalho e obter melhor remuneração, melhorando também a qualidade de vida.”

São muitas as dificuldades e o desconhecimento da função do arquiteto pela grande maioria do público que elas buscam atingir. Por isso, a formação da demanda e a viabilização das condições técnicas e financeiras para que as obras aconteçam são de extrema importância.

Os planos são de expansão para beneficiar cada vez mais pessoas. “Para contribuir na implementação, todos que compartilhem de nossas idéias e queiram ajudar são bem-vindos, sejam profissionais, estudantes e parceiros da área de construção ou pessoas de outros segmentos”, afirma Kátia sobre o trabalho do grupo.