

## LADO MORRO<sup>1</sup>

Alex Rosa de ANDRADE<sup>2</sup>  
Katler Dettmann WANDEKOKEN<sup>3</sup>  
Ramon Zagoto MARIANO<sup>4</sup>  
Cleber José CARMINATI<sup>5</sup>

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

### RESUMO

Lado Morro é um programa piloto para televisão dos gêneros informativo e entretenimento, dividido em três quadros, com duração média de 30 minutos. Com proposta de periodicidade semanal, o programa aborda o universo artístico-cultural urbano com recorte na juventude das periferias do Espírito Santo e tem como objetivo estabelecer um canal de comunicação entre as comunidades urbanas da Grande Vitória.

**PALAVRAS-CHAVE:** juventude; periferia; televisão; arte; cultura.

### 1 INTRODUÇÃO

O programa piloto Lado Morro nasceu das nossas inquietações que surgiram e nos acompanharam durante a graduação em Comunicação Social na universidade. Reconhecemos o nosso envolvimento com projetos ligados diretamente à juventude e o contato com movimentos sociais organizados, como responsável por despertar nosso olhar sobre o público jovem, prioritariamente o das periferias urbanas, como objeto de interesse para a elaboração de um produto de comunicação. A isso, somou-se o interesse de trabalhar o audiovisual enquanto ferramenta de intervenção social. Nossa provocação foi a de não somente tecer críticas sobre a mídia e os sistemas de comunicação de massa, mas também passar a nos inserir no processo de produção da forma como achamos que deveria ser. De criticar, a fazer e, assim, propor alternativas concretas para a construção de um conteúdo diferenciado, livre de preconceitos e conclusões apoiadas no senso comum, capaz de estimular positivamente a consciência da audiência.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo modalidade telejornal (avulso).

<sup>2</sup> Graduado em 2011/1 no Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail alexxandrade@gmail.com

<sup>3</sup> Líder do grupo e graduada em 2011/1 no Curso de Comunicação Social - Jornalismo, e-mail katlerdw@gmail.com

<sup>4</sup> Graduado em 2011/1 no Curso de Comunicação Social – Jornalismo, e-mail ramon.zagoto@gmail.com

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social, e-mail: clebercarminati@yahoo.com.br

Na realização desse projeto, percebemos a importância central da rede de contatos estabelecida com o envolvimento do grupo em experiências anteriores, que encurtaram os caminhos da busca por fontes e facilitaram nossa inserção nos temas das pautas do programa. Mesmo assim, deparamo-nos com o desafio de falar para um público do qual não fazemos parte.

Com toda consciência de que não estaríamos mostrando a realidade, mas sim produzindo discurso sobre ela, foi preciso cuidado redobrado para não apresentarmos os temas propostos de forma irresponsável. Nossa proposta não é produzir uma visão externa sobre a periferia, com discurso oficial de especialistas e estudiosos, mas sim buscar emissores inseridos neste meio para que tenham a oportunidade de trazer reflexões sobre sua própria condição.

Para a realização do projeto, dividimo-lo em duas etapas. Na primeira realizamos um levantamento bibliográfico, com leitura e debate de autores que pesquisam a televisão, a periferia e a juventude – os três principais eixos temáticos do programa piloto. Recorremos também a leituras para nos aprofundarmos sobre o assunto de cada pauta escolhida para os quadros. Filmes e programas de TV de gêneros diversos nos serviram de inspiração para a composição da forma do programa e nos ajudaram nas escolhas de linguagem de texto, fotografia, montagem e videografismos.

## **2 OBJETIVO**

- Produzir um programa semanal, com duração média de 30 minutos, conectada ao tema de juventude e cultura na periferia, voltada à valorização do protagonismo juvenil e da relação do jovem com a produção e o consumo dos bens culturais que muitas vezes estão fora do circuito central;
- Pensar a TV como um espaço de conteúdo diferenciado e experimentações estéticas, ampliando a diversidade de vozes no discurso midiático;
- Dar visibilidade às ações artísticas e culturais protagonizadas pela juventude da periferia do estado do Espírito Santo;
- Incentivar os jovens a tornarem-se produtores de bens culturais e de subjetividade;
- Ampliar os debates sobre temas sociais, como preconceito, violência, consumo e cidadania a partir da perspectiva e experiência do jovem;
- Valorizar a iniciativa do protagonismo juvenil;

- Transformar o estereótipo negativo em torno do jovem e da periferia, mostrando que eles são centrais no processo de transformação social;
- Ser um espaço não somente de divulgação das práticas culturais, mas também de voz, identificação e reconhecimento dos jovens públicos-alvo com o conteúdo do programa.

### **3 JUSTIFICATIVA**

A compreensão das características do dispositivo é essencial para o esclarecimento dos desafios enfrentados por aqueles que se enveredam pelo caminho da produção para a TV. Não se pode pensar e fazer televisão sem antes entendermos o que ela é, onde ela está e de que maneira ela intervém no espaço público.

Não raro escutamos a afirmação de que a TV é um meio democrático por possibilitar o acesso indiscriminado, bastando apenas possuir um aparelho receptor. Mas essa definição de ‘democrático’ pode ser facilmente questionada se observarmos a lógica de produção industrial em que a televisão está inserida. No Brasil, apesar de as concessões para veiculação de um canal de TV estarem sob regulamentação do Estado e apesar da existência de canais estatais, predomina o regime de produção privado. A produção é centralizada pelos agrupamentos econômicos que mantêm condições financeiras para estabelecerem centrais de produção e possuem grande poder de barganha por concessões de rádio e TV no Congresso Nacional. Atreladas à iniciativa privada, as emissoras de televisão se constituem, portanto, enquanto empresas comerciais e são pautadas pela lógica do lucro e leis de mercado, o que traz implicações diretas na natureza do produto e na qualidade da programação que, por vezes, não está em consonância com a finalidade pública de uma concessão de televisão.

Contudo, apesar dos imperativos de ordem econômica que influenciam diretamente o conteúdo da programação televisiva, acreditamos na potencialidade de uma intervenção positiva da TV. Como Arlindo Machado (2005, p. 11) elucida, a televisão pode ser vista como “um (...) dispositivo audiovisual através do qual uma civilização pode exprimir a seus contemporâneos os seus próprios anseios e dúvidas, as suas crenças e descrenças, as suas inquietações, as suas descobertas e os voos de sua imaginação”. Aqui a qualidade da intervenção passa a ser fundamental.

Sabemos que a homogeneidade de discursos que tem predominado na televisão e que pouco representam a diversidade cultural brasileira é reflexo das desigualdades presentes na

sociedade. Por outro lado, o potencial polifônico da TV pode torná-la um local capaz de abrigar a diversidade e ser palco para o embate de ideias. Como afirma Vera França (2006, p. 28),

Podemos falar da TV como uma arena de discursos - lugar onde ecoam e ganham visibilidade os diferentes atores da vida social. Esta constatação, no entanto, não deve obliterar o reconhecimento da dominância de certos discursos (os grupos não falam em igualdade de condições, e empiricamente é possível constatar a presença de falas hegemônicas) – o que, no entanto, não advém ou não é uma característica do meio televisão, mas da própria estrutura social da qual a atividade televisiva faz parte.

### 3.1 COM QUEM QUEREMOS CONVERSAR?

A televisão se tornou uma das formas mais eficazes de dialogar com a juventude nos últimos tempos. De acordo com a pesquisa Remoto Controle (2004, p.10), em estudo divulgado pela Unicef em 2002, os adolescentes, entre 12 e 17 anos, passam em média quatro horas por dia em frente à televisão no Brasil, representando 12,3% da população. Ainda de acordo com a pesquisa, a maioria deles reconhece a televisão como sua principal forma de entretenimento.

Por esses e outros motivos, a população jovem de modo geral tem atraído a atenção do mercado publicitário, que estimula um padrão de consumo tão destoante da realidade de boa parte deles e conseqüentemente intensifica a exclusão social. Esses jovens também são atingidos por programas pautados pela ótica comercial que nem sempre contribuem para uma formação baseada em valores sólidos e edificantes.

Diante desse quadro, a qualidade do conteúdo dos programas de TV voltados para esse segmento da população em pleno processo de formação de sua personalidade não pode ser negligenciada pelos profissionais de comunicação que atuam na área.

### 3.2 O OLHAR SOBRE A PERIFERIA

O recorte sobre as juventudes da periferia que fazemos para a concepção do programa Lado Morro é marcado pela compreensão de periferia enquanto lugar de produção simbólica e cultural próprias, e não apenas como questão geográfica, de estar afastada do centro das metrópoles.

Entretanto, esse dualismo entre periferia e metrópole, que reforça o contraste e a desigualdade social, tem referências históricas que estigmatizam a periferia como lugar de

faltas e ausências para o imaginário coletivo até hoje e é onde se origina o conceito de periféricos.

Observamos que a maioria desses produtos de comunicação atualmente tenta passar uma imagem positiva das favelas, utilizando como base histórias de superação, depoimentos de moradores sobre como é bom viver na comunidade, as iniciativas realizadas pelos moradores de resolver problemas como excesso de lixo, construção de escolas e moradias, rádios-comunitárias, soluções de sustentabilidade, além dos grupos culturais de capoeira, *hip hop*, samba, entre muitos outros acontecimentos que outrora a sociedade não enxergava. Esses discursos atuais também não se localizam na via confortável de mostrar o lado positivo como se os problemas não mais existissem. Eles, na verdade, mostram caminhos traçados por algumas pessoas, os que chamamos de atores sociais protagonistas, ao criarem vias em que a violência não é a única possibilidade para os moradores das favelas. Não é questão de omitir os problemas sociais, como violência, pobreza, mas mostrar possibilidades de superá-los através da arte e manifestação da cultura. Inclusive, deve-se mencionar, mesmo as pessoas que se tornam conhecidas dentro e fora das favelas pelo seu trabalho artístico, não sonham em sair da comunidade em que moram. Tomam para si o papel de educadores, multiplicadores e transformadores da realidade, sem negar de onde vêm.

No artigo *Periferia Midiatizada*, Freitas (2008, p.7) contribui com o exemplo do programa de TV Central da Periferia, comandado por Regina Casé:

(...) reside um elemento comum e permanente: a recorrência à periferia como um espaço de saberes, de realizações criativas, de “centralidades”, num movimento diverso daquele que a relaciona a um mundo degradante, como ocorre frequentemente nos noticiários. No entanto não percebo que os problemas sociais sejam omitidos ou *romantizados* nos programas. Ao contrário, a pobreza, o preconceito, a marginalização, a violência são questões constituintes do programa como se fossem as fibras usadas para tecer o tecido textual.

Essa análise também pode ser estendida a outros produtos midiáticos atuais, incluindo o nosso próprio programa piloto Lado Morro.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Desde a gênese do piloto, o desafio de pensar um formato diferente do que tem sido feito, tanto na televisão aberta quanto nas TV's pagas, era quase tido como uma obrigação. Mas

não era evidente o que seria essa inovação de linguagem que tanto buscávamos. Logo de início descartamos a estética da transmissão ao vivo em estúdio, na tentativa de eliminar os clichês proferidos por apresentadores despreparados para lidar com situações em que se exige um tempo de resposta muito veloz, além da impossibilidade de contar com uma equipe técnica para tal.

Optamos por um programa composto por quadros interligados pela figura de um apresentador, cuja escolha respeitou os critérios de identificação com o nosso público alvo. No decorrer do desenvolvimento dos quadros, a ‘obrigação’ de se pensar um formato inovador foi perdendo força e começamos a nos despreocupar em ocultar nossas referências.

A partir daí, o perfil geral de cada quadro foi definido: o primeiro quadro do programa aborda o mercado artístico capixaba e traz depoimentos de pessoas que enxergam a produção cultural como uma opção de vida. Inclui digressões através de *inserts* visuais, sincronia rítmica entre imagem e trilha e um narrador para facilitar a condução da narrativa. O quadro seguinte acompanha o dia a dia de jovens que desempenham papéis de destaque em suas comunidades, percorre os diversos ambientes que o jovem interage, alia entrevistas com bastidores e utiliza a estética da câmera na mão e muito movimento. Como o quadro inteiro gira em torno de apenas um personagem e seus espaços de atuação, a escolha de se trabalhar com duas câmeras dinamizou a edição do material e tornou as entrevistas mais atraentes. Já o terceiro quadro partiu do nosso desejo particular de trabalhar com a *mise-en-scène* característica do cinema e, ao mesmo tempo, incluir a participação do público na produção do programa por meio de oficinas audiovisuais. Vamos buscar parcerias com centros formadores e núcleos atuantes junto à juventude para a realização de oficinas e iniciação dos jovens à prática do fazer audiovisual. O resultado será a produção de vídeos de ficção em conjunto com os jovens.

Visando o diálogo com o público juvenil para além das pautas, optamos por recursos de linguagem que são facilmente assimilados por eles. Em todos os quadros está presente o grafismo televisual que se aproxima da natureza gráfica do videoclipe: recursos lúdicos, dimensão sensorial, colagens, animação, quadrinhos, e principalmente a velocidade com que as informações são lançadas ao espectador.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O Lado Morro é um programa-piloto jornalístico para televisão, produzido no formato misto de telejornalismo e revista eletrônica, com três quadros e trinta minutos de duração. O programa aborda o universo artístico-cultural urbano com recorte na juventude das periferias do Espírito Santo e pretende mostrar as iniciativas e ações nas áreas da comunicação, cultura, arte, educação e cidadania, desenvolvidas para ou por jovens protagonistas do processo de produção da identidade cultural das comunidades urbanas da Grande Vitória. A partir disso, o programa visa estimular reflexões sobre as formas de sociabilidade e expressão provenientes de regiões historicamente preteridas pela sociedade e que sofrem com o estigma da violência e exclusão social.

Com proposta de periodicidade semanal e um formato que mistura entretenimento e informação, o Lado Morro se propõe a estabelecer um canal de comunicação que estimule a troca de bens culturais entre as comunidades e o restante da cidade, a ser veiculado preferencialmente em canais abertos da televisão local.

Sem o didatismo das salas de aula, mas respeitando as potencialidades da função educativa da televisão, o programa carrega consigo os valores do respeito às diferenças e da responsabilidade social que contribuem para a formação moral e política dos jovens, mostrando que um produto de entretenimento também pode desempenhar um papel positivo para a constituição dos gostos e hábitos de seu público.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

O Lado Morro se concretizou como janela do que pensamos ser o papel da TV: lugar da diversidade, palco de manifestações culturais das juventudes, capaz de abrigar olhares diferenciados na tentativa de derrubar estereótipos negativos sobre a periferia que a própria mídia ajuda a disseminar.

A demanda de produção do programa que seguimos para este projeto (muitas entrevistas de pré-produção, dias de gravação e regravação, horas e mais horas de edição) não condiz com o tempo e a lógica de produção habitual dos programas de TV. Ainda assim, consideramos possível o Lado Morro se inserir numa grade de exibição na TV, desde que exista uma equipe com funções bem definidas. Afinal, televisão não se faz sozinho. Trabalhamos oficialmente com uma equipe pequena, com três pessoas, o que demandou mais tempo para o programa ser realizado. Mas devemos destacar aqui o papel importante da rede de

colaboradores que constituímos durante a realização do projeto. Buscamos parcerias que nos possibilitaram tirar do papel todas as criações imaginadas para o formato do programa. Desde narração e apresentação do programa, até trilha sonora e ilustrações feitas por parceiros e apoiadores do nosso projeto.

A nosso ver, o programa Lado Morro pode integrar a grade televisiva tanto de canais abertos, públicos ou pagos. A TV aberta tem a vantagem de alcançar melhor o nosso público-alvo – os jovens, principalmente das periferias. Assim, inserindo-se numa grade televisiva, esperamos que o Lado Morro atinja nosso objetivo de fazer um programa jovem e capaz de suscitar o debate sobre as manifestações culturais da periferia e, possivelmente, estimular políticas públicas voltadas para a juventude.

Os personagens e entrevistados trazem um forte discurso de defesa das atividades que desenvolvem e das próprias raízes, apesar dos olhares preconceituosos que enfrentam de setores da sociedade. O que foi mostrado é como os protagonistas dos morros, favelas e das artes da periferia reelaboram a própria realidade e desenvolvem ações criativas para transformá-la. Ficou evidente a luta dos personagens que aparecem no Lado Morro pela conquista da visibilidade e legitimidade cultural que já existia e que pela TV é potencializada.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FRANÇA, V. (Org.). **Narrativas televisivas: programas populares na TV**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

FREITAS, G. B. Periferia midiaticizada: midiaticização da periferia. **IV ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Faculdade de Comunicação/ Universidade Federal da Bahia. Brasil: 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14175.pdf>>. Acesso em: 30 de maio de 2011.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. 4 ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2005.

VIVARTA, V. (Coord.). **Remoto controle: linguagem, conteúdo e participação nos programas de televisão para adolescentes**. Série mídia e mobilização social, n. 7. São Paulo: Cortez, 2004.