



Juventude Suburbana e Mídia: da periferia de Juiz de Fora para o centro das páginas policiais¹

Aline Silva Correa Maia²

Universidade Federal de Juiz de Fora

Uma abordagem à retratação de jovens da periferia no noticiário policial de Juiz de Fora. A partir de conceitos teóricos sobre juventude e jornalismo, este trabalho faz uma reflexão de como jovens suburbanos são reportados por dois impressos locais. Se, geograficamente, tal grupo ocupa a periferia de uma cidade com pouco mais de 500 mil habitantes, jornalisticamente ele ganha o centro das páginas policiais. A partir de um breve traçado de questões da sociologia da juventude, chegamos à meditação sobre a cobertura jornalística da violência muitas vezes presente no meio juvenil suburbano sul e sudeste da cidade.

Jornalismo; Juventude; Identidade.

Introdução

O que é juventude: faixa etária? Uma representação sócio-cultural? Massa manipulada ou manipulável? Uma construção midiática? Potencial força de transformação da sociedade (GROPPO, 2000: 24)? Como conceituar este grupo, para muitos, marcado pela instabilidade e, por isso, também definido como um problema social? Qual a melhor abordagem a ser dada para juventude? Seria apenas a etapa da vida humana em que se efetua a transição da criança para o adulto? O significado, certamente, é elástico e se faz necessário antes de uma explanação sobre a relação desta categoria com a mídia.

Da moçada à condição sócio-cultural – definições para juventude

“Mocidade, adolescência; moçada”. Esta é a definição encontrada no “Minidicionário da Língua Portuguesa” (BUENO, 1996: 382) para ‘juventude’. Antes a delimitação do significado fosse simples como propõe a semântica, neste caso. No entanto, estudiosos da sociologia ainda divergem sobre a demarcação de tal termo, uma vez que as diferentes juventudes, aos olhos das ciências, abrangem diversos campos

¹ Trabalho apresentado ao GT Jornalismo, do XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste.

² Jornalista graduada pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, aluna do Mestrado em Comunicação e Sociedade da UFJF e produtora da TV Panorama, afiliada da TV Globo. nininha_m@ig.com.br



significativos, neste contexto, associados às inúmeras formas de olhar esses grupos, surgindo, assim, várias teorias que abarcam o tema (PAIS, 1993: 37). Por exemplo,

podemos definir a juventude como uma categoria social. (...) Ao ser definida como categoria social, a juventude torna-se, ao mesmo tempo, uma representação sócio-cultural e uma situação social (...). Ou seja, a juventude é uma concepção, representação ou criação simbólica, fabricada pelos grupos sociais ou pelos próprios indivíduos tidos como jovens, para significar uma série de comportamentos e atitudes a ela atribuídos. Ao mesmo tempo, é uma situação vivida em comum por certos indivíduos. (GROPPO, 2000: 7 e 8)

Ou, ainda, “a juventude é um estado de espírito, é um jeito de corpo, é um sinal de saúde e disposição, é um perfil do consumidor, uma fatia do mercado onde todos querem se incluir” (KEHL, 2005: 89 e 90).

A fim de aprofundarmos na conceituação, buscamos em alguns autores a resposta para nossa pergunta. José Machado Pais, ao fazer uma revisão bibliográfica sobre as diversas percepções de juventude, em “A transição dos jovens para a vida adulta” (1993), parte das representações mais vulgares da adolescência - as construídas pela sociedade, Estado, mídia, etc - para aquelas sustentadas pela sociologia. Desta forma, o autor levanta a questão da juventude como um problema social, um grupo marcado pela instabilidade: desemprego, falta de moradia e até marginalidade.

Ante tal construção não tão reflexiva, porém mais imediatista, faz-se necessário estudar, conceituar a juventude como uma categoria mais complexa. Há jovens em uma mesma faixa etária, mas que vivem situações sociais diferentes, o que aponta para a não existência de uma única forma de transição para a vida adulta, já que há várias formas de ser jovem, construídas de acordo com a origem social, o sexo, o habitat, etc, do indivíduo.

Com tantas possibilidades de teorias, Pais propõe o agrupamento de duas principais correntes: a geracional e a classista. A primeira, relacionada à fase da vida, sendo a juventude tomada como faixa etária; enquanto a segunda resumida a partir do aspecto sócio cultural.

A corrente geracional é caracterizada pelo contraste de gerações: se existe o jovem, também existe o coroa. Para esta teoria, a dinâmica da sociedade está no conflito entre a geração jovem e a subsequente. Uma crítica a este modelo surge a partir da percepção de que toda a juventude é tomada como categoria etária, analisada homogeneamente, sendo por completa ignorada a característica sócio-econômica.



A corrente classista é caracterizada por uma reprodução social. Para esta abordagem, a transição dos jovens para a vida adulta encontra-se sempre pautada por desigualdades sociais: seja na divisão sexual do trabalho seja, principalmente, na condição social dos jovens. A crítica a este modelo se faz pelo fato da teoria talhar uma mesma cultura juvenil a jovens de uma mesma classe. Pais explica, por exemplo, que os estilos mais exóticos de comportamento de alguns jovens seriam sinais de cultura juvenil utilizados para desafiar os consensos dominantes, ou seja, para afrontar a ideologia dominante das classes dominantes. Tais comportamentos de protesto à sociedade existiriam entre jovens de uma mesma classe social e, assim, as manifestações culturais juvenis estariam presentes de classe para classe, mas nunca várias numa mesma classe – o que pode ser questionável.

Mídia e juventude brasileira

Massa manipulada ou manipulável. Para José Machado Pais, é assim que a mídia trata a juventude. Seguindo este pensamento, não é difícil entender como comportamentos e culturas juvenis são difundidos através dos meios de comunicação: que roupa usar, a gíria agregada ao vocabulário, o assunto em pauta no meio adolescente; seria tudo definido pela mídia? Como os meios de comunicação, interferindo na realidade ao propagar padrões de comportamento, criam grupos e definidores culturais dos mesmos?

Em 2004, Gustavo Venturi e Vilma Bokany escreveram o texto “Maiorias adaptadas, minorias progressistas” a fim de retificar matérias veiculadas na mídia sobre os resultados da pesquisa “Perfil da Juventude Brasileira”. Segundo os autores, os meios de comunicação teriam feito uma interpretação errada dos dados divulgados, levando a um entendimento incorreto sobre a juventude brasileira, que foi taxada como tradicionalista e passiva politicamente.

Por exemplo, no que se refere ao suposto conservadorismo comportamental e político, uma análise errônea de estatísticas parciais teria levado à conclusão de que a geração atual é alienada, senso que foi partilhado pelos principais veículos impressos brasileiros. No entanto, Venturi e Bokany explicaram que “os problemas de leitura dos dados atuais se relacionam, em boa medida, à (...) falsa premissa de que toda uma geração anterior de jovens tivesse rompido, nas esferas política e comportamental, com os padrões da época” (VENTURI, BOKANY, 2004: 354).



Em números, para outra exemplificação do equívoco cometido pela mídia, conforme os estudiosos, temos o destaque dado à suposta preferência da maioria dos adolescentes por permanecer na casa dos pais. Na edição de cinco de maio de 2004, a revista *Isto É* exibiu como manchete os 82% dos jovens que continuariam residindo com os pais, mesmo se pudessem “decidir, agora, sem se preocupar com qualquer coisa” a sair da casa paterna. Segundo os autores, a pergunta sobre este item só foi feita a 70% dos entrevistados que ainda moravam com os pais. Assim, 82% de 70% equivalem a 57% da totalidade dos abordados na pesquisa. Mesmo assim, neste valor ainda estavam somados os 27% que “esperariam mais um tempo para mudar”. Com estas considerações, é possível chegar à real taxa de 30% dos jovens que disseram não estar dispostos a encarar a plena autonomia e, por isso, pretendiam continuar morando com os pais.

Outro resultado cuja interpretação parcial favorece conclusões equivocadas é com relação à segurança pública e ao combate à violência. As estatísticas apontam para jovens que são a maioria dos agressores e, ao mesmo tempo, a categoria mais atingida pela violência. Por exemplo, um em cada cinco já foi assaltado pelo menos uma vez e 46% afirmam ter perdido algum amigo ou parente de forma violenta. A partir dos resultados da pesquisa, Venturi e Bokany deduzem que as escolhas juvenis refletem, na verdade, as opções da maioria da sociedade onde estão integrados, sendo “mais correto dizer que a juventude atual, como a de ontem, está atendida, e não alienada do meio em que está inserida” (Ibidem: 359).

Cultura juvenil x Consumo

De acordo com José Machado Pais, *cultura* “pode ser entendida como um conjunto de significados compartilhados, a reunião de símbolos específicos que apontam para a pertença em um determinado grupo, uma linguagem específica, rituais através dos quais a vida adquire um sentido” (PAIS, 1993: 55 e 56). Daí, surgem os questionamentos: os jovens compartilham os mesmos significados? Se compartilham, fazem isso da mesma forma? E qual a razão para usufruir dos mesmos símbolos?

Groppo já aponta uma resposta ao escrever que “parece ser um traço marcante das vivências juvenis a formação de grupos concretos que constroem identidades juvenis diferenciadas de acordo com os símbolos e estilos adotados em cada grupo em particular, inclusive nos casos em que há coincidência étnica, de classe, gênero e



localidade” (GROPPO, 2000: 17). Entendemos que determinados agrupamentos de jovens partilham os mesmos significados sim, mas cada grupo segundo sua realidade, sua localização.

Mas, o que dizer sobre a cultura consumista que se alastra entre os jovens? Como explicar tamanho apelo publicitário voltado para uma categoria até então vista meramente como problema para a sociedade?

Maria Rita Kehl, em “A juventude como sintoma da cultura” (2005), busca na psicanálise uma resposta para o investimento crescente no jovem consumidor. Uma vez que os adolescentes se apegam aos “objetos fetiche” para sustentar o crescimento do corpo, a juventude torna-se uma boa fatia do mercado. Ora, a necessidade de consumir surge a partir da demanda imaginária tão coercitiva quanto qualquer necessidade biológica, já que na dinâmica da sociedade atual o sujeito é aceito pelo que tem, sendo os objetos dotados de “poder” de realização pessoal, como propõe Jurandir Freire Costa em “Perspectivas da juventude na sociedade de mercado” (2005).

O consumismo entre os jovens é estimulado através de publicidade, novelas e filmes que transmitem a mensagem do “ter” determinada mercadoria para “ser” o sujeito reconhecido, afirmado na sociedade. A partir de então, “ser jovem virou slogan, virou clichê publicitário, virou imperativo categórico – condição para se pertencer a uma certa elite atualizada e vitoriosa. Ao mesmo tempo, a juventude se revela um poderosíssimo exército de consumidores” (KEHL, 2005: 92).

A adolescência, na nossa cultura, é a idade na qual se representam as formas imaginárias do mais gozar. Toda a publicidade apela para o ‘sem limites’ da vida adolescente, representado pela velocidade da moto, pela potência do aparelho de som, pela resistência do carro, pelo barato da cerveja e do cigarro, pelo corpo aeróbico e perfeito malhado nas academias e transformado em ícone sexual, objeto incontestável do desejo de jovens, velhos e crianças. (...) O estilo da vida bandida que os adolescentes tentam imitar é a linguagem elaborada e estetizada pelo cinema, pelo rap, pela televisão (KEHL, 2005: 100, 102-103).

Para Kehl, as conseqüências da transformação do adolescente em fatia do mercado são alarmantes. De um lado, a associação entre juventude e consumo favorece o florescimento de uma cultura jovem extremamente hedonista. Temos o adolescente pós-moderno desfrutando de todas as liberdades da vida adulta, mas poupado de quase todas as responsabilidades. Assim, independente de sexo ou classe social, todos os adolescentes se identificam com o “ideal publicitário do jovem hedonista, belo, livre, sensual” (Ibidem: 93). Diretamente proporcional a esta identificação, temos um



considerável aumento da violência entre aqueles que são “convocados” a fazer parte da sociedade jovem de consumo, mas são excluídos pelas possibilidades.

Há, ainda, outro fator preocupante: com a difusão da sociedade *teen* e o espelhamento dos próprios adultos nestes ideais, os adolescentes ficam sem parâmetros para pensar o futuro. Afinal, como ingressar no mundo de gente grande onde nenhum adulto quer viver? O que espera a juventude, então, no universo adulto? Uma das conseqüências não poderia ser outra que não o surgimento da juventude delinqüente, resultado da própria sociedade “jovem”, onde não há adultos para fazer valer a lei.

Jurandir Freire Costa apresenta a moral do prazer para justificar a cultura consumista divulgada entre os jovens: se antes a realização pessoal estava no “ser”, hoje está em sentir prazer, prazer este insuficiente sexualmente e, por isso, conseguido através do consumo de objetos, estando por isso o sujeito disposto a comprar. Fato do qual se aproveita o mercado, já que o consumo pode ser visto como substituto até do prazer físico (FREIRE COSTA, 2005: 83). Os objetos seriam os meios encontrados para alcançar os fins desejados.

Consumismo, portanto, é o modo que o imaginário econômico encontrou de se legitimar culturalmente, apresentando as mercadorias como objetos de necessidade, supostamente universais e pré culturais, e ocultando, por esse meio, as desigualdades econômico-sociais entre os potenciais compradores. (Ibidem: 77)

O autor ainda defende que nem tudo que compramos nos foi apresentado pela moda, por exemplo. Assim como não somos compradores sonâmbulos, mas sabemos o que estamos fazendo quando saímos de casa para comprar. Já há uma pré-disposição do sujeito a adquirir produtos. A publicidade só dá um “empurrão”.

A juventude nas páginas policiais

Os mais espetaculares e marginais aspectos da cultura juvenil são os pontos de vista que, prioritariamente, interessam aos *media*, colaborando, por sua repetição, para fazer da cultura juvenil uma construção social que existe mais como representação do que como realidade (PAIS, 1993: 28). Sendo o material jornalístico composto de uma versão possível de um acontecimento e cujo efeito sobre o público será imprevisível, além de diverso, fica, pois, configurada uma delicada relação entre a mídia e a juventude suburbana.

“Briga de gangues – jovens são baleados ao sair de baile funk” e “Polícia investiga possíveis formações de facções” são as manchetes de capa dos jornais



Panorama e Tribuna de Minas, respectivamente, datados em 29 de março de 2005. No dia seguinte, o assunto volta a ocupar a primeira página dos referidos veículos: “Gangues - Estudante é atingido por dois disparos de bala depois de ser perseguido por cerca de 20 integrantes de uma gangue” (Panorama) e “Polícia cria força-tarefa contra gangues” (Tribuna de Minas). Junto às chamadas, estão estampadas imagens de rapazes com os rostos cobertos, apontando para marcas de bala no corpo, ou de jovens com pedras nas mãos, prontos para um confronto. Por que tais situações ganharam tamanho destaque?

Sabemos que a proposta dos meios de comunicação é fornecer relatos de acontecimentos julgados significativos e interessantes; um objetivo claro, inicialmente desprovido de complexidade, mas em grande escala comprometedor (TRAQUINA, 1993: 75), principalmente se encararmos as reportagens correspondentes aos títulos acima expostos como uma tentativa de resumir a realidade da juventude suburbana juizforana. Conforme constatou o sociólogo José Machado Pais, os órgãos de informação, muitas vezes, retratam as culturas juvenis como ameaçadoras para a sociedade. No entanto, a maioria dos jovens não se identifica parte integrante desta construção evidenciada pela mídia, o que foi comprovado por Pais após pesquisa empírica realizada para servir de suporte a seus estudos (PAIS, 1993: 28).

Diante do papel dos meios de comunicação na configuração das estruturas sociais, assim como frente aos efeitos provocados na sociedade pela recepção das matérias jornalísticas sobre a juventude suburbana de Juiz de Fora, emerge o questionamento acerca da atuação dos *media* na transformação da realidade: onde está a fronteira entre a retratação fiel das culturas juvenis das periferias e a construção e / ou desconstrução - reconstrução de sentidos para estes jovens que atraem, na maioria das vezes, a atenção dos jornais não em razão de seu cotidiano mas, sim, por causa do “quadro sinistro de vida, que supostamente levariam sob a forma de uma organização própria: as gangues” (ALVIM, PAIM, 2000: 15)? E, não menos altercador: como os sujeitos destas abordagens jornalísticas se vêm representados?

Ora, como expôs Nélon Traquina em “As Notícias” (1993), é certo que os jornalistas não são simples observadores indiferentes dos fatos, mas, antes de tudo, colaboradores ativos de um delicado processo de construção da realidade, de forma que “as notícias não podem ser vistas como emergindo naturalmente dos acontecimentos do mundo real; (...). Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia também cria o acontecimento” (TRAQUINA, 1993: 167). Assim, do outro lado do papel – e também



do rádio, da TV e do computador -, os receptores são alvos das representações pelas quais a mídia produz determinados tipos de identidade (SILVA, 2005: 30) e, especificamente na abordagem em questão, são alvos da representação de uma juventude delinqüente, ociosa, violenta e irresponsável. Neste contexto, percebe-se que a marcação da diferença – jovem rico ou pobre, da periferia ou do Centro - é crucial no processo de estruturação de identidades, de forma que podemos apontar para identidade e diferença como produção de nós mesmos, criações sociais e culturais (Ibidem: 76).

Uma vez que os meios de comunicação não podem registrar tudo, sendo necessário selecionar, a questão é saber o quê chamará a atenção do público, sendo os temas priorizados determinados culturalmente (TRAQUINA, 1993: 63). Ora, quais aspectos da juventude suburbana têm recebido atenção dos jornais de Juiz de Fora? Não obstante as implicações estruturais, o comunicador tem um importante papel na conjuntura sócio-cultural, sendo ele o responsável pela transmissão da informação, esta, dificilmente livre de impressões, pois, “transformar um fato em notícia é também alterá-lo, dirigi-lo, mutilá-lo” (MARCONDES FILHO, 1986: 29).

“O problema do jornalismo popular é quando tentam fazer ficção em vez de jornalismo”. A crítica de Marco Aurélio Vitale, durante palestra na Fiam, São Paulo, em maio de 1999, vem de encontro à proposição de Néelson Traquina, quando este diz que são creditados às notícias um indício da realidade e a esperança de que os profissionais do campo jornalístico não irão ultrapassar a barreira que separa o real da ficção. Apesar de representar um índice do real, as notícias são produzidas a partir de narrativas que ficam à escolha única do jornalista, além de serem submetidas à tão conhecida - pelos repórteres - pirâmide invertida, com direito a seleção, exclusão, acentuação ou até mesmo a omissão de informações, de forma que a notícia acaba construindo a realidade a partir do acontecimento criado (TRAQUINA, 1993: 168). Mesmo pensamento partilhado por Ciro Marcondes Filho em “O Capital da Notícia” (1986), onde o autor defende que o jornal é veículo de reprodução parcial da realidade já que a notícia está sujeita a escolhas, inclusive na redação do texto, já que a linguagem a ser usada também é selecionada pelo repórter.

Como os meios de comunicação são orientados pela perspectiva do mercado, sendo o capitalismo a lógica dos *mass media*, resta à informação o título de mercadoria, cujo fim é a comercialização. A este fator soma-se ainda o fardo da globalização, que converge as múltiplas sociedades, com suas diferentes culturas, para uma mesma lógica, um mesmo ideal, reduzindo a diversidade à aldeia global. Neste contexto, “notícia é a

informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo” (MARCONDES FILHO, 1986: 13). Marcondes Filho é enfático ao afirmar que “o que caracteriza o jornalismo não é somente vender fatos e acontecimentos (que seria puramente o valor de uso da informação), mas, ao transformá-los em mercadoria, explorar e vender a sua aparência, o seu impacto, o caráter explosivo associado ao fato” (Ibidem: 30). Tal visão conduz ao entendimento de que o

jornalismo significa, portanto, informação (como notícia) com tênue vinculação com seu produtor ou emissor: objeto de compra e venda em um mercado em que não se sabe como, por que, de onde ou para onde vai. Mercadoria pura e simples, matéria solta e universal, como as demais mercadorias, fato social sem história e com reduzida ação no presente, reduzida inter relação entre criador e receptor, reduzidas propostas e colaboração para uma transformação individual ou coletiva: alimento simbólico para a mente. Na produção da notícia, no tratamento dos acontecimentos, o que se vende é a aparência do valor de uso. A manchete, o destaque, a atratividade são o chamariz da mercadoria jornal. (Ibid.: 31)

Com a propagação das mazelas juvenis suburbanas pelos meios, a juventude – cujo conceito elástico nos força, a partir de então, considerá-la como uma fase da vida - periférica vê apenas aspectos negativos de sua realidade retratados. Esses jovens das classes populares, atingidos pelos efeitos da degradação social, reiteradamente são focados sob as óticas da violência, da miséria ou do bizarro.

No texto “Os jovens suburbanos e a mídia: conceitos e preconceitos” (2000), Rosilene Alvim e Eugênia Paim utilizam-se de uma sociologia da comunicação para analisar o modo de construção de um grupo - as ‘gangues’- e a participação da mídia neste processo. Para as autoras, a descrição da realidade juvenil das favelas e periferias é feita a partir das percepções particulares dos jornalistas, sendo questionável a representação dada pelos jornais. As estudiosas reconhecem que a mídia não age sozinha, mas é parte significativa na representação que o público poderá fazer da verdade (ALVIM, PAIM, 2000: 16).

As autoras se concentraram na análise da juventude da periferia carioca, examinando o fenômeno do ‘arrastão’ ocorrido no Rio de Janeiro, em 1992, e que evidenciou os grupos de jovens de subúrbio. Segundo as estudiosas, um confronto entre freqüentadores de bailes funk integrantes de galeras rivais, entre as praias de Copacabana e Ipanema, deixou em pânico comércio e população local. O episódio teria



durado cerca de 20 minutos, envolvendo uma média de 20 jovens em cada grupo, segundo depoimento de banhistas. Ainda de acordo com a versão das estudiosas, não houve registro de mortos nem de feridos e apenas uma queixa foi registrada na delegacia. Para Alvim e Paim, o que houve depois do acontecido foi a construção do ‘arrastão’ pela mídia, o que se deu com a explosão de manchetes nacionais que chamavam para matérias cujos conteúdos responsabilizavam os confrontos de galeras pela eclosão da violência. O que se viu, leu e ouviu foi uma sucessão de reportagens enfatizando o pavor que jovens suburbanos teriam levado ao domingo carioca: “Arrastão: galeras do funk levam pânico nas praias” - Jornal do Brasil de 20 de outubro de 1992; “Medo esvazia as praias no feriado”; “Quadrilhas no comando”; “Turismo perde US\$ 600 mil por dia” (Ibidem: 25)

De acordo com as autoras,

a mídia amplificou ao máximo o ocorrido, e não se pode aquilatar o quanto pode ter exagerado na construção da imagem dos jovens suburbanos como arruaceiros e vândalos, e o quanto essas imagens exerceram o que Champagne (1993) chama de ‘efeito de evidência da cobertura da mídia’. O jornal torna-se, então, o termômetro do arrastão. As matérias não obedecem ao padrão de ouvir posições diferenciadas, não deixando de acusar dos jovens das gangues, ouvidos apenas quando o que tinham a dizer comprovava, por um efeito de dublagem, as teses que o jornal desejava impor (Ibid.: 25).

As estudiosas criticam as representações destes jovens puramente como delinquentes, já que não se sabe realmente quem eles são, o que fazem, como vivem. “Sabe-se tão somente que são uma multidão de pobres e pretos” (Ibid.: 26). E “à medida que a manifestação do arrastão era retrabalhada, era repostada pela mídia a imagem dos grupos jovens do subúrbio capazes de provocar incidentes terríveis, excepcionalmente violentos na decantada zona sul” (Ibid.: 26).

Paim e Alvim também atribuem aos meios de comunicação o poder de rotulação, segregação e discriminação, uma vez que grupos de classe média que moram na orla marítima eram considerados integrantes de “turmas de lutadores” pelos veículos de comunicação, mesmo quando envolvidos em tumultos e estando na mira da polícia. Ou seja, há uma percepção diferente para os jovens afortunados, que acabam sendo legitimados como hierarquicamente diferentes e superiores (Ibid.: 29).

As autoras sugerem que a juventude suburbana é um problema social midiaticamente construído, uma vez que a versão oficial dos fatos é sempre confeccionada por um jornalista que se empenha em dar a palavra a todos os envolvidos



num determinado acontecimento que esteja sendo reportado, como em uma investigação judiciária. Cabe, pois, uma reflexão sobre a interação entre meios e sociedade, já que

ao divulgarem a imagem estereotipada de jovens suburbanos como jovens ameaçadores, envolvidos com crimes, saques e sublevações, os meios de comunicação conduzem a representação do público sobre um tipo de protesto dos jovens das classes populares. Mesmo conscientes de que não se pode atribuir exclusivamente à imprensa a responsabilidade pelo modo como são encaminhadas essas notícias, já que o público mantém em relação a elas um tipo de voracidade que concorre para sua crescente exibição, é no campo próprio à mídia que elas se tornam espetaculares (Ibid.: 30).

O mal habita na periferia de JF. Será?

Juiz de Fora é uma cidade da Zona da Mata Mineira, com quase 510 mil habitantes, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Três jornais impressos são editados na cidade: Tribuna de Minas, Jornal Panorama e Diário Regional. Para esta reflexão, optamos por avaliar matérias publicadas nos dois primeiros veículos. A Tribuna de Minas, em formato tablóide, circula desde 1981, atualmente com tiragem de 18 mil exemplares de terça-feira a sábado, e de 20 mil aos domingos. Não há circulação nas segundas-feiras. O Jornal Panorama, criado em 2003, com tiragem de cinco mil exemplares, em formato *berliner*, é publicado de segunda a sexta-feira e distribuído gratuitamente desde 2006. Ambas as publicações são independentes, e é a partir de matérias nelas impressas no fim de março de 2005 que traçamos nossa reflexão sobre a abordagem jornalística a jovens da periferia sul e sudeste de Juiz de Fora.

“Guerra urbana”: manchete estampada na capa do Jornal Panorama de 28 de março de 2005. Na página seis, que trazia a matéria correspondente à chamada, outro título de impacto: “Gangues aterrorizam Zona Sul”. No texto, o relato de uma operação policial na tarde do dia anterior para “conter a briga entre as galeras rivais dos bairros Santa Luzia e Furtado de Menezes”. Dois moradores foram ouvidos. Um deles que, segundo a reportagem, preferiu não se identificar, afirmava que os confrontos aconteciam todos os dias. Durante a operação, 11 adolescentes, com idades de 14 a 20 anos, sendo sete meninas, foram apreendidos e levados para a delegacia, prestaram depoimento e foram liberados. A conclusão da matéria é dada com a visão pessimista da Polícia Militar, para quem o ‘problema’ parecia não ter solução.

Vinte e nove de março de 2005. Capa do Jornal Panorama: “Jovens são baleados ao sair de baile funk”. A notícia: dois jovens foram atingidos por bala na saída de um



baile; um deles chegou a ficar em coma. Os disparos teriam partido de uma “galera” que foi “acertar contas” com outro grupo rival. A família das vítimas, assim como um funcionário que trabalhava na festa, afirmavam que os jovens feridos nada tinham a ver com a briga. O desfecho da reportagem é dado com a informação de que a polícia esteve na casa do suposto autor dos disparos, que não foi localizado.

Na mesma data, o jornal Tribuna de Minas também posicionou seus holofotes para a questão da juventude violenta: “Polícia investiga possíveis formações de facções”. Na reportagem, ilustrada por fotos de muros pichados com siglas de organizações criminosas cariocas e de um adolescente com o rosto envolto em uma camisa, depoimentos de supostos membros das gangues de Santa Luzia e Furtado de Menezes, justificando atos de vandalismo e violência como ferramentas para “marcação de território”.

Terceiro dia consecutivo e a “violência juvenil” volta a ganhar destaque nas páginas policiais do Jornal Panorama; “Gangues: Estudante é atingido por dois disparos de bala depois de ser perseguido por cerca de 20 integrantes de uma gangue”. Na página cinco, sob o título “Lideranças de gangues serão punidas”, reportagem sobre medida anunciada pela PM para “reprimir as ações de violência cometidas por esses jovens”. A história do estudante perseguido e baleado, destacada na capa da edição, vinha em um *box* de uma coluna, com menos destaque e texto se comprada às explicações sobre a Operação Alvorada - estratégia divulgada pela PM para conter a criminalidade juvenil - que ficou com quase metade da página. O mesmo assunto, a operação policial, também ganhou capa, com o título “Polícia cria força-tarefa contra gangues”, e metade da página três da Tribuna de Minas: “Conflitos na Zona Sul. PM cria força-tarefa para coibir violência das gangues”.

Acompanhando os fatos, a edição do Panorama do dia seguinte, 31 de março, trouxe mais uma suíte do assunto: “Baile funk pode acabar”. Na matéria, a declaração é atribuída ao prefeito de Juiz de Fora, Alberto Bejani, que, em entrevista a uma rádio no dia anterior, teria salientado que não é contra os funkeiros, mas não poderia “deixar a população sofrer com os efeitos das ações desses jovens”. Desta vez, a reportagem ouviu um “membro” da gangue de Santa Luzia que “confessou que a rixa entre o bairro e o Furtado de Menezes existe há mais de oito anos, mas atualmente tem se acentuado devido aos bondes dos bailes funk e à falta de praça no Furtado”.

No Jornal Panorama, nenhum dos quatro textos foi assinado. Na Tribuna de Minas, as duas matérias são atribuídas à repórter Daniela Arbex. Numa breve reflexão



sobre as reportagens, emergem questionamentos tais como: serão todos os jovens dos bairros Santa Luzia e Furtado de Menezes perigosos? As ruas de tais regiões transformaram-se em praças de guerra? Os funkeiros são violentos? Afinal, após sucessivas abordagens jornalísticas mostrando o “perigo que ronda os moradores da zona sul e sudeste” por causa dos enfrentamentos de “gangues”, não estaria a mídia agravando um problema social – pois, existe um fato. Mas falta saber a real extensão da violência presente entre os jovens – incentivando o preconceito para com toda a população de periferia?

Nas reportagens, não houve aprofundamento da situação buscando, por exemplo, explicar quem são os jovens envolvidos nos episódios de conflito, por que fazem isso, se estudam, se trabalham, se têm família. Tão pouco foram averiguadas posições concretas de órgãos oficiais, como prefeitura, juizado da infância e da juventude e outras instituições que lidam com a adolescência. Apenas a polícia militar foi ouvida, várias vezes, para que se pudesse manifestar que punição seria dada aos “marginais” que atrapalham a harmonia da sociedade. Em apenas uma reportagem, do Panorama, foi dada uma posição do prefeito. Mesmo assim, apenas com a reprodução de uma declaração dada em entrevista a outro órgão de comunicação, sem os detalhes que a questão exige. Em outro texto, da Tribuna de Minas, a repórter utilizou uma fala do então coordenador do Núcleo de Estudos Estratégicos da UFJF, André Gaio, para completar um raciocínio sobre existência ou não de facções criminosas na cidade. E, como verificou Marcondes Filho, “ao lado das manchetes, que advertem sobre o pânico (...), convivem pacificamente manchetes sobre vedetes, novos casamentos de artistas de TV, sobre como ganhar na loteria, ou sobre a vitória arrebatadora do time de futebol” (MARCONDES FILHO, 1986: 18).

Retomando Alvim e Paim, observamos que também a imprensa juizforana, nos casos apresentados acima, não discutiu as bases das formas violentas de expressão, mas apenas contribuiu para despertar emoções coletivas, dramatizando as ocorrências que envolvem a juventude de arrabalde.

Considerações finais

Tomando a lente da violência como a única forma de vislumbrar os grupos juvenis de arrabalde, muitas vezes equivocadamente rotulados de ‘gangues’, percebe-se verdadeiro desprezo para com as reais identidades destas coletividades, bem como a



construção de outras, pelo menos para o expectador leitor, que não tem outra opção de conhecimento sobre os fatos, a não ser o jornal em mãos. Temos armada uma vinculação delicada, mesmo perigosa, uma vez que novas identidades são criadas; sem contar o sentimento de negação e repulsa que pode emergir entre outros jovens, também moradores das periferias, mas não participantes dos agrupamentos que ganham as capas policiais, jovens que não se envolvem em conflitos, que não partilham dos interesses das supostas ‘gangues’. Neste limiar, mais do que nunca, é preciso pensar a responsabilidade do comunicador e o papel desempenhado pela imprensa no processo de surgimento de novos grupos identitários.

Seguindo a idéia de um sentido ampliado de performatividade proposto pela teórica Judith Butler, podemos notar o risco que se corre quando a mídia enfatiza a “violência juvenil suburbana” - porque raramente se vê manchetes sobre conflitos de jovens de classe média ou alta -, já que sentenças descritivas repetidas uma série de vezes podem acabar produzindo o fato, tornando-o uma verdade, obtendo a produção da identidade como uma questão de performatividade (SILVA, 2005: 93). Reforçando este pensamento, temos José Machado Pais, que afirma que a exposição da juventude, pela mídia, acaba construindo esta categoria “juventude” (PAIS, 1993: 28).

As reportagens publicadas nos jornais Panorama e Tribuna de Minas e apresentadas neste trabalho corroboram para o entendimento de que a violência juvenil suburbana é não só uma questão social como está intimamente conectada aos holofotes apontados pela mídia.

Referências bibliográficas

ALVIM, Rosilene e PAIM, Eugênia. “Os jovens suburbanos e a mídia: conceitos e preconceitos”. In: Rosilene Alvim e Patrícia Gouveia (orgs.). **Juventude anos 90: conceitos, imagens, contextos**. RJ: Contra Capa, 2000, pp.13-33.

BARBOSA, Gustavo, RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: campus, 2001.

BUENO, Francisco da Silveira. **Minidicionário da língua portuguesa**. São Paulo: FTD: LISA, 1996.

FREIRE COSTA, Jurandir. “Perspectivas da juventude na sociedade de mercado”. In: Regina Novaes e Paulo Vannuchi (orgs.). **Juventude e Sociedade: trabalho, educação, cultura e participação**. SP: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005, pp.75-88.



GROPPO, Luís Antônio. “A juventude como categoria social”. **Juventude: ensaios sobre Sociologia e História das Juventudes Modernas**. SP: Difel, 2000, pp.07-27

KEHL, Maria Rita. “A juventude como sintoma da cultura”. In: Regina Novaes e Paulo Vannuchi (orgs.). **Juventude e Sociedade: trabalho, educação, cultura e participação**. SP: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005, pp.89-114.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. “Os circuitos dos jovens urbanos”. **Tempo Social: revista de sociologia da USP**. Vol 17, n 2, 2005, pp.173-205.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da Notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Editora Ática, 1986.

PAIS, José Machado. “A Transição dos jovens para a vida adulta”; “Correntes teóricas da Sociologia da Juventude”. **Culturas Juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional da Casa da Moeda, 1993, pp.21-63.

SILVA, Tomás Tadeu (org.) **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2005.

TRAQUINA, Néelson (org.), **Jornalismo: questões teóricas e “estórias”**. Lisboa: Veja, 1993. Coleção Comunicação & Linguagens.

VENTURI, Gustavo e BOKANY, Vilma. “Maiorias adaptadas e minorias progressistas”. In: Helena Wendel Abramo e Pedro Martoni Branco (orgs.). **Retratos da Juventude Brasileira: análises de uma pesquisa nacional**. SP: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004, pp. 351-368.

PERIÓDICOS

PANORAMA, 28 de março de 2005, p. 1 e 6

PANORAMA, 29 de março de 2005, p. 1 e 6

PANORAMA, 30 de março de 2005, p. 1 e 5

PANORAMA, 31 de março de 2005, p. 1 e 5

TRIBUNA DE MINAS, 29 de março de 2005, p. 1 e 3

TRIBUNA DE MINAS, 30 de março de 2005, p. 1 e 3