

Telejornalismo e novas narrativas audiovisuais: Outros olhares sobre a representação midiática de estudantes de uma escola pública¹

Caroline Marino PEREIRA²

Gustavo Teixeira de Faria PEREIRA³

Rodrigo Lobão GOTTI⁴

Vitor ALMEIDA⁵

Iluska COUTINHO⁶

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

Esse artigo pretende esclarecer como jovens de uma escola pública local se sentem representados pela televisão aberta e propõe uma nova narrativa que busca se aproximar dos ideais de comunicação pública, sendo uma alternativa mais participativa e plural. Para muitos brasileiros, os telejornais ainda são a principal forma de acesso à informação. Porém, neste cenário, onde há a predominância de empresas de comunicação privadas, encontram-se discursos hegemônicos e pouco plurais, por este motivo, muitos jovens não se sentem representados nas narrativas veiculadas pela grande mídia. Com a disponibilidade de equipamentos, o advento da internet e a popularização das redes sociais, emergiu a possibilidade de divulgação de conteúdos jornalísticos audiovisuais produzidos de maneira independente, que visem contribuir para uma comunicação mais inclusiva e participativa.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Pública; Comunicação Alternativa; Narrativas Audiovisuais; Representação; Pluralidade.

1 - Introdução

É dever dos meios de comunicação prezar pela pluralidade e direito à comunicação. De acordo com Coutinho, o direito à comunicação pode ser entendido como um direito social, “como aquele por representação em diferentes instâncias decisórias. Entre essas instâncias poderíamos em última análise incluir o (tele) Jornalismo, cuja legitimidade também é atribuída socialmente” (COUTINHO, 2013, p.7). Além disso, pressupõe que os

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 17 a 19 de junho de 2016.

² Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da FACOM-UFJF, email: carolinemarinop@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da FACOM-UFJF, email: gustavo_tfp@yahoo.com.br

⁴ Mestrando em Comunicação pela FACOM-UFJF, email: rodrigo.lobao.gotti@gmail.com

⁵ Graduado em Comunicação Social pela FACOM-UFJF, email: vitoralmeida_cefet@hotmail.com

⁶ Orientadora do trabalho: Doutora em Comunicação e professora do Curso de Jornalismo da Facom-UFJF, email: iluskac@globocom

cidadãos também tenham voz expressa na mídia, que tenham acesso aos meios de produção e veiculação de informação e que estabeleçam uma relação autônoma e independente frente aos meios de comunicação.

Parte do projeto iluminista do Jornalismo a autonomia do cidadão, também poderia ser assim associada à sua capacidade em converter-se de espectador, apenas, em também produtor de discursos e relatos audiovisuais, ainda que potencialmente. Novos sons e imagens assim tensionariam a produção jornalística, mas também estariam em diálogo com ela, com procedimentos consolidados de produção de notícias e redução de incertezas quanto ao conteúdo veiculado. (COUTINHO, 2013, p. 7).

Ao tratar dos fundamentos do jornalismo Bill Kovach e Tom Rosenstiel defendem a prioridade que os jornalistas devem ter para com a sociedade. “O profissional de imprensa não é como os empregados de outras empresas. Ele tem uma obrigação social que na verdade pode ir além dos interesses imediatos de seus patrões”. (KOVACH e ROSENSTIEL, 2003, p. 83).

Num país marcado pela oralidade, como o Brasil, a televisão continua sendo o meio de comunicação de massa que atinge o maior número de pessoas. Neste sentido, os telejornais ainda são a principal forma de acesso à informação de muitos brasileiros. Sendo assim, deveriam firmar primeiramente um compromisso com os cidadãos, e não, com empresas de comunicação.

Entretanto, na prática, outros interesses são colocados em prioridade nos meios de comunicação tradicionais. Sobretudo no Brasil, onde a maioria das empresas de comunicação são privadas e concentradas em oligopólios. As emissoras de exploração comercial privilegiam os interesses econômicos, uma vez que se guiam pela lógica do lucro e da audiência. Em contrapartida, as emissoras públicas de TV são consideradas uma alternativa mais plural, cujo princípio deve ser o interesse público, com oferta de informação de qualidade, isenta e que represente o cidadão.

O ideal é projetar uma televisão humanista, que promova uma melhor compreensão entre todos e permita aos excluídos terem um controle sobre suas imagens públicas; que propicie novas formas de controle e de rede social, ao permitir às pessoas a possibilidade de criar e de contar suas próprias histórias; uma tela que possibilite imaginar novas audiências e novas consciências, sobretudo a partir dos atores sociais que se sentem abandonados pela tela comercial. (RINCÓN, 2002, p. 337)

Porém, muitas vezes, as emissoras públicas não são o principal meio de informação, sobretudo de jovens. Neste cenário encontram-se os meios de comunicação alternativos, que pretendem “ser uma opção enquanto canal de expressão e de conteúdos infocomunicativos frente à grande mídia comercial” (PERUZZO, 2008, p. 2). Peruzzo salienta a importância da comunicação alternativa como forma de contribuir para a democratização da comunicação.

No conjunto, a comunicação alternativa representa uma contracomunicação, ou uma outra comunicação, elaborada no âmbito dos movimentos populares e “comunidades”, e que visa exercitar a liberdade de expressão, oferecer conteúdos diferenciados, servir de instrumento de conscientização e, assim democratizar a informação e o acesso da população aos meios de comunicação, de modo a contribuir para a transformação social. (PERUZZO, 2008, p. 2).

Com o advento da internet e o acesso a equipamentos antes disponíveis só em veículos de comunicação, a possibilidade de compartilhar conteúdos através de redes sociais, sem necessariamente precisar de uma emissora de radiodifusão, propiciou a produção de conteúdos independentes que busquem ser uma alternativa contra-hegemônica e que represente o cidadão em todas as suas instâncias.

A proposta do artigo é investigar como os jovens de uma escola pública da cidade se sentem representados pela mídia tradicional. Através de um trabalho prático que nasceu da necessidade percebida pelo ‘Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais⁷’, orientado pela professora Iluska Coutinho, de produzir conteúdos que aplicassem as discussões teóricas que tínhamos dentro de nossas pesquisas e que nos levavam a almejar um tipo de comunicação, informação e formatos diferentes do veiculado na grande mídia. O trabalho prático girou em torno da proposta de uma nova narrativa audiovisual, produzida em conjunto com jovens de uma escola pública local, pretendendo, assim ser uma possibilidade para a democratização da comunicação incluindo os cidadãos e pautas muitas vezes excluídos do processo comunicacional dos grandes veículos de exploração comercial.

⁷ O Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais envolve atividades de pesquisa, extensão e experimentação em Jornalismo realizadas no âmbito da graduação e do mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

2 - Direito à comunicação e o papel do telejornalismo público

Segundo o Intervoze – Coletivo Brasil de Comunicação Social, “o direito à comunicação é um dos pilares centrais de uma sociedade democrática” (INTERVOZES). Como um direito humano, deve ser universal e não separado dos outros direitos fundamentais, permitindo que todos tenham voz e possam se expressar. Assim, o direito à comunicação vai além da liberdade de expressão e do direito à informação, segundo o Intervoze. Inclui o direito de “ter acesso aos meios de produção e veiculação de informação, de possuir condições técnicas e materiais para ouvir e ser ouvida, de ter o conhecimento necessário para estabelecer uma relação autônoma e independente frente aos meios de comunicação.” (INTERVOZES).

A televisão e, conseqüentemente, os telejornais se instauraram como “forma preferencial de acesso à informação em um país marcado pela oralidade e, durante muitos anos, pela crença nas imagens e sons veiculados em edições de noticiários” (COUTINHO, 2013, p. 01). Coutinho acrescenta que os telejornais apresentam a promessa de cumprimento do direito à informação e de acesso aos conteúdos audiovisuais de interesse público. Porém, o espaço público de comunicação muitas vezes “deixa de ser público, para tornar-se, em sua maior parte, objeto de oligopólio da classe empresarial, a serviço de seu exclusivo interesse de classe” (COMPARATO, 2001, p. 10).

No cenário brasileiro, “a operação das emissoras de televisão [...] sempre esteve associada à exploração comercial, ainda que muitas vezes com o patrocínio do Estado, um dos principais anunciantes ao longo da história da TV brasileira” (COUTINHO, 2013, p.3). Meirelles (2013) salienta que essa configuração do sistema de comunicação, onde o modelo comercial se tornou hegemônico e onde há problemas de concentração de mídia, prejudicam a efetiva democratização da comunicação e o direito à comunicação.

Neste contexto, onde a televisão ainda é a principal forma de acesso à informação de muitos brasileiros, uma emissora de televisão pública tem o dever de se diferenciar das demais emissoras, oferecendo à população conteúdos plurais, éticos, independentes e de interesse público que não são encontrados em outros canais (MEIRELLES, 2013, p.18). Eugênio Bucci defende a emissora pública como ideal de imprensa e um direito das pessoas de terem acesso à informação jornalística isenta de interesses, ao conhecimento e às manifestações culturais, sejam como autoras ou espectadoras.

As emissoras públicas, em suma, existem para ajudar a sociedade a realizar o ideal da imprensa — que é instituição social, independente do Estado, em que vige a liberdade de expressão, incumbida de fiscalizar o poder. Elas só têm sentido social e histórico se estiverem a serviço da sociedade e dos direitos dos cidadãos. (BUCCI, 2010, p.5).

A finalidade não lucrativa nos remete à principal diferença entre o jornalismo público e o comercial. O jornalismo público visa ser uma alternativa que dê espaço a todos, diferentemente do jornalismo comercial que visa o lucro e as notícias que mais vendem. Para tanto, o jornalismo público deve ser independente, sustentável e ter uma gestão plural.

O Telejornalismo Público, como modelo, deveria ter como um de seus princípios orientadores, em especial, avançar para além da distinção forma-conteúdo que impediria a oferta de informação de qualidade nas emissoras comerciais e estatais, na medida em que estaria liberto da perspectiva mercadológica, da busca pelo lucro, comercial sobretudo. [...] Os telejornais e programas jornalísticos nesse sentido deveriam ter como premissa e/ou promessa promover uma melhor compreensão da realidade, tornando mais próximo e efetivo, seu entendimento e apropriação pelos telespectadores. Estes deveriam ser compreendidos e representados nas reportagens como cidadãos e também como grupo social. Além disso, mais do que informações descontextualizadas, os telejornais públicos deveriam contribuir com a oferta de conhecimento cotidiano e formação dos espectadores e, assim, estimular sua autonomização. (COUTINHO, 2013, p.29)

Entretanto, a emissora de televisão pública do país, a TV Brasil, não é conhecida por muitos brasileiros, sobretudo os jovens. Então quando esses direitos não são assegurados pela mídia tradicional e as emissoras públicas não são o principal meio de informação de grande parte da sociedade, meios alternativos de mídia são criados com o intuito de “representar uma opção enquanto fonte de informação, pela cobertura de temas ausentes da grande mídia e abordagem crítica dos conteúdos que oferece” (PERUZZO, 2008, p. 7).

3 – Ampliação de possibilidades comunicativas na internet

A internet veio como uma forma alternativa de se divulgar conteúdos. Atualmente, qualquer pessoa pode postar notícias, fatos, fotos e vídeos sem que para isso dependa de uma grande empresa de comunicação. Com redes sociais que permitem o compartilhamento de conteúdos audiovisuais, é possível produzir e divulgar narrativas em vídeo com cunho jornalístico sem depender de uma emissora de televisão para transmiti-la. Se antes as emissoras de televisão e de mídia tradicionais concentravam o monopólio da informação e do audiovisual, com poucas possibilidades de contraponto, com a internet a produção de

notícias passou a ser compartilhada com produtores independentes (FERNANDES, 2014, p. 3).

A internet, ao inverter a lógica de produção centrada num emissor e dirigida a todos (um-todos) para aquela em que todos podem se tornar emissores e serem vistos/ouvidos por todos (todos-todos), amplia as possibilidades comunicativas e de participação social. A facilidade com que cada cidadão pode se tornar “jornalista” é incomparável a de períodos anteriores. A construção de blogs e sites cada vez acessível é uma evidência. Nesse cenário, agências alternativas de notícias são criadas. (PERUZZO, 2009, p. 10).

Essa independência de produção jornalística na internet pode preencher a lacuna não preenchida na mídia tradicional e cumprir o papel de uma comunicação plural, democrática e, sobretudo, pública. Uma vez que potencializa o compartilhamento de ideias e valores que antes só poderiam ser vivenciados isoladamente ou por pequenos grupos. Com as redes sociais, esses ideais passam a “ser compartilhados em larga escala a partir de uma comunicação livre, horizontal, em que todos os seus interlocutores se sintam igualmente envolvidos” (FERNANDES, 2014, p. 03).

Nesse sentido, a divulgação de conteúdos por parte de quem não possui vínculo com grandes grupos ligados à comunicação, vem se tornando cada mais maior e abrangendo mais gente, tendo em vista que, pressupõe-se que na Internet há espaço para todos. Na web, diferentemente da televisão, não existe um padrão de produção como é evidenciado por uma das maiores empresas de comunicação do Brasil, a Rede Globo, o “padrão Globo de qualidade”.

No mercado televisivo brasileiro, diferentes padrões tecno-estéticos podem ser observados. O padrão tecno-estético da Globo, conhecido como “padrão Globo de qualidade”, destaca-se dentre as outras emissoras como SBT e Record, pela sua capacidade de investimento, organização e técnica, definindo um padrão específico capaz de fidelizar o público e ditar as regras de concorrência do mercado (GIÚDICE, 2014, p.5)

Podemos pensar na Internet como um meio de comunicação que permite maior liberdade seja de formato, como de conteúdo, e até mesmo financeira. Além de permitir uma maior flexibilidade quanto à visualização, pois é possível acessar o conteúdo desejado a qualquer hora e com possibilidade de pausar, voltar e avançar a mídia, sem seguir um padrão de grade de programação. Nesse sentido, a Internet se encaixa no chamado padrão-estético alternativo.

Nesta direção, o padrão tecno-estético alternativo pode ser entendido como aquele “capaz de desestabilizar a comunicação tal como posta na atualidade, ainda que, pelo menos num primeiro momento, com aplicação e resultados restritos a uma ou poucas comunidades, já que o modelo dominante é aquele desenvolvido pelas indústrias culturais”. Pressupõe, portanto, maior liberdade nos formatos, conteúdos, modos de produção, financiamento e distribuição de conteúdos audiovisuais (GIÚDICE, 2014, p.6)

Este meio pode contribuir para a construção de uma plataforma de comunicação alternativa sólida, uma vez que qualquer pessoa com um computador conectado é capaz de enviar e receber conteúdos na web. De acordo com Peruzzo, essa possibilidade evidenciou que o universo da comunicação é maior do que o da grande mídia.

Há outra comunicação em curso que vem fazendo a diferença há anos, mas que agora ganha novas formas de expressão e capacidade de democratizar conteúdos por meio do empoderamento das tecnologias que facilitam as conexões e a formação de novas redes, as virtuais, porém sem desconsiderar das demais, as básicas e as político-sociais e presenciais. (PERUZZO, 2013, p. 91).

A internet então emerge como um local onde há a possibilidade de veicular tanto o que já ocupa um certo grau de hegemonia, mas também, e principalmente, oferecendo a oportunidade de se enxergar o outro lado, de visualizar não apenas aqueles discursos que passam nos grandes veículos, mas também outras perspectivas que estão acontecendo ao mesmo tempo.

Na Internet, jornalismo tradicional e circuitos alternativos de informação (jornalística ou não) compartilham o mesmo suporte (Blood, 2002), estando separados por apenas um clique do usuário, que pode livremente comutar entre o tradicional e o alternativo. Os veículos de massa tradicionais, ao migrarem para as redes, perderam o monopólio da emissão que gozavam em suportes anteriores (Wolton, 1999). Gradativamente vão construindo uma nova linguagem, entrando em processos simbióticos com as novas ferramentas que se fazem disponíveis e confrontando-se com os conteúdos livremente produzidos na Web, numa relação não exclusivamente de oposição, mas certamente marcada por consideráveis tensões (PALACIO e MUNHOZ. 2007. p.1)

Visto que os meios alternativos se apresentam como um contraponto a um discurso consolidado dos meios de comunicação tradicionais e de exploração comercial, é relevante compreender, sobretudo se produções jornalísticas audiovisuais produzidas da maneira independente e difundidas pelas redes sociais, são uma possibilidade para a democratização da comunicação, incluindo os cidadãos e pautas muitas vezes excluídos do processo

comunicacional dos grandes veículos. Além de buscar entender as tendências e inovações na produção de notícias nessa nova construção de sentidos.

4 – Representação do jovem na mídia: É possível uma outra narrativa?

Inicialmente o trabalho prático que culminou na produção deste artigo nasceu da necessidade percebida pelo Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais, orientado pela professora Iluska Maria Coutinho, de produzir conteúdos que aplicassem as discussões teóricas que tínhamos dentro de nossas pesquisas. Também pretendeu-se dar materialidade audiovisual a um tipo de comunicação, informação e formatos diferentes do veiculado na grande mídia.

Para isso, primeiro levantamos pautas que seriam marginalizadas pelos grandes veículos. A reunião de pauta aconteceu em um dos encontros do Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais, e contou com a colaboração de todos os membros do grupo, incluindo a bolsista Probic-Jr., Laura Mendes da Silva. Na ocasião, a proximidade à realização da prova do Exame Nacional do Ensino Médio 2015, o ENEM, nos fez voltar os olhos para os jovens de uma escola pública da periferia de Juiz de Fora.

Com a pauta em mãos e a ideia de produzir uma matéria fora do padrão comercial, o grupo de pesquisa, por intermédio da bolsista Probic-Jr., foi à Escola Estadual Hermenegildo Vilaça em busca de fontes. A proposta era tratar a participação da escola pública no ENEM e o suporte que esta oferece aos alunos.

Para a produção da matéria, ouvimos a diretora da escola, um professor e alguns alunos. A preocupação maior era construir uma narrativa de fato plural e participativa. A decisão por não usar um repórter para passagem e off surgiu da ideia de produzir um formato diferente, onde as próprias fontes e personagens conduziram a narrativa. A matéria foi gravada no horário de intervalo entre as aulas. Depois de concluída a primeira etapa, contando com o processo de edição e de avaliação da reportagem produzida por todos os membros do grupo, a produção foi divulgada na web através da rede social *YouTube*⁸.

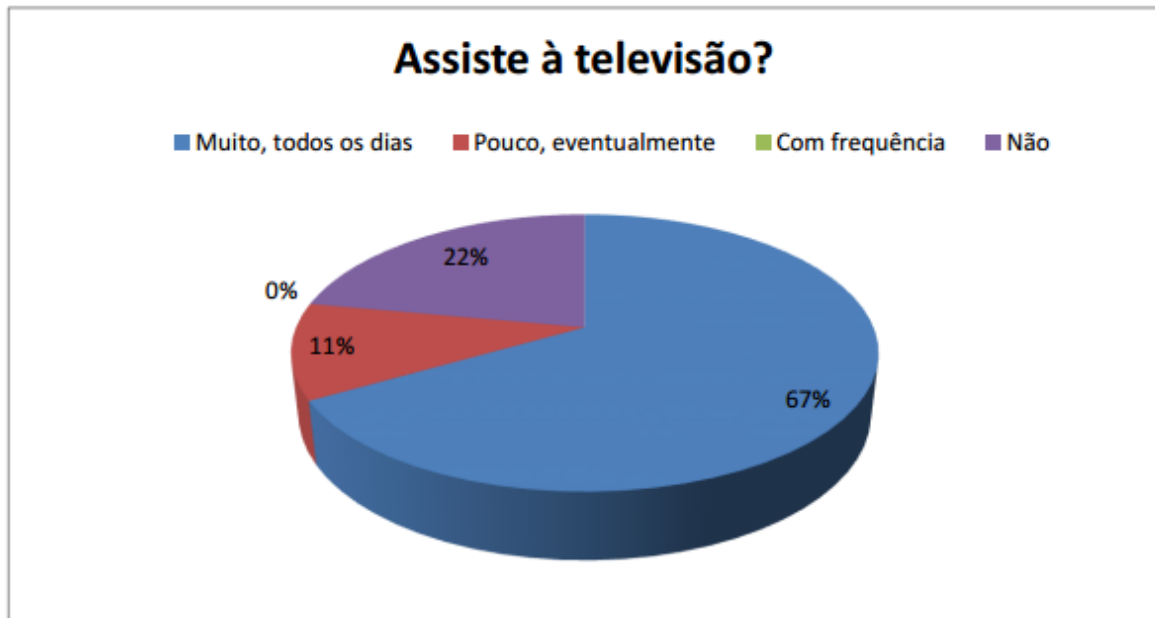
Logo após, voltamos à escola levando o material produzido e também uma matéria veiculada pela grande mídia (Rede Globo) sobre a mesma temática, além de um questionário a fim de saber se nosso objetivo havia sido cumprido e para também levantar o

⁸ Link da nossa produção audiovisual: <https://www.youtube.com/watch?v=WnqxVg6YaeI>

debate de o que os estudantes pensavam sobre a hegemonia da TV privada, bem como de que forma ocorre a representação dos jovens nestes canais.

Nesse trabalho, acompanhamos um grupo de 15 alunos de 15 a 18 anos, moradores dos bairros Grama, Vila Montanhosa e Figueiras, da zona Leste de Juiz de Fora – MG.

No questionário, apenas nove alunos foram entrevistados, entre eles, cinco revelaram assistir telejornais e três disseram se informar apenas através da TV Globo. Apesar de assistirem televisão, os jovens da Escola Estadual Hermenegildo Vilaça não se sentem representados por ela. Quando questionados sobre quais matérias a respeito de sua escola foram para os telejornais, V.H, 17 anos, afirmou “*O que virou matéria aqui até hoje, que eu sei, foi sobre a menina que colocou chumbinho na água dos professores. A única*



Dados retirados do questionário realizado no mês de Novembro de 2015, na Escola Estadual Hermenegildo Vilaça, com um grupo de nove alunos entre 15 e 18 anos.

coisa que deu IBOPE”.

Entretanto esses jovens ainda tem a internet como a mídia mais acessível e também a que possibilita o maior número de atividades, como lazer, estudo e informação em uma mesma plataforma. Como aponta Castells (2003) “não é a internet que muda os comportamentos, mas os comportamentos que mudam a internet” (Castells, 2003, p. 273). O indivíduo, principalmente aquele pertencente à geração Y, passou a transferir todas as suas necessidades para dentro do computador e assim a mídia se torna cada vez mais presente em seu dia-a-dia

Quando questionados sobre a mídia impressa, apenas um estudante relatou ler o jornal Tribuna de Minas, e sem frequência exata. Nas perguntas relacionadas à representação, para eles, os bairros são tratados apenas quando se fala em violência e tragédia e a imagem dos jovens também está, na maior parte das vezes, relacionada a algo ruim. *"A mídia só mostra os jovens que são usuários de drogas, fazem tráfico ou mortes, essas coisas. Mas também em alguns jornais, eles mostram escolas, ou jovens fazendo algum tipo de atividade cultural. Aí fico meio dividido."* (L.S., 16 anos)⁷. Alguns ainda apontam a questão da formação de caráter, da construção do futuro: *"indivíduos que buscam seus sonhos e um lugar que se encaixem, que estão desenvolvendo sua personalidade e decidindo como vão ser os próximos anos. Mas a mídia também mostra aqueles que foram para o crime e se perderam."* (L.S., 15 anos). Os jovens tomam consciência de que algo está errado em sua representação ao perceber que *"sempre retratam os jovens como pessoas preguiçosas e rebeldes, que desrespeitam tudo e todos, etc."* (G.D., 18 anos).

Já na discussão do grupo focal, outros pontos importantes foram levantados como a representação de um estilo de vida que não é a realidade da maioria. Para os estudantes, *"a mídia pode fazer tudo, ela mexe com a cabeça das pessoas e se ela mostrasse"* (G.D., 18 anos). Eles acreditam que se a realidade fosse mostrada, as pessoas tomariam consciência de problemas sociais como a falta de estrutura de muitas escolas e a partir disso assumiriam uma posição mais colaborativa.

Os estudantes ressaltam que o que a mídia transmite é o que dá lucro: *"Igual apareceu na nossa escola o menino falando que não tem interesse. Ele só tinha o interesse em acabar os estudos. Isso não traz IBOPE nenhum, isso é normal, em toda escola tem. Aqui, na nossa escola é o que mais tem. Tanto é, olha só o tanto de alunos que vieram por causa do ENEM!"* (o aluno se refere ao grupo de apenas nove estudantes que aceitaram participar da discussão), (I.T., 15 anos). Outro estudante complementa: *"aí mostra aqueles alunos mexendo em computadores, se dedicando, o problema é que população vê e fala: 'nossa, nosso futuro está aí, todos dedicados, é o futuro do Brasil'. Mas o futuro do Brasil está aqui também, aqueles que não se interessam e não querem nada"* (G.D., 18 anos).

Quanto ao formato proposto pelo grupo em contrapartida ao padrão veiculado na grande mídia, os estudantes perceberam a diferença na interferência do repórter como condutor das entrevistas, apresentado pela Rede Globo, e o do personagem como narrador

da sua própria história, na produção apresentada pelo grupo que optou por não usar off e passagem do repórter.

A recepção dos alunos ao nosso conteúdo finalizado foi bastante positiva. G.D., 18 anos, ressalta o que mais chamou a sua atenção na nossa produção foi a ausência do repórter conduzindo a matéria. *“Eu acho que o repórter falando, meio que conduz a pessoa a dar a resposta que ele quer. Mas se você dá a liberdade para gente falar, a gente vai falar o que a gente quiser, não o que o repórter espera o que a gente fale”*.

Nenhum estudante relatou conhecer a TV Pública.

As discussões geradas no âmbito do grupo focal também foram gravadas e deram origem a outro produto audiovisual⁹ divulgado na web. A proposta era dar, de fato, voz a esses jovens e compartilhar, para além daquele momento, suas visões e opiniões a respeito da mídia.

5 – Considerações finais

As emissoras públicas de TV são consideradas uma alternativa na mídia tradicional, cujo princípio é de fato o interesse público, com oferta de informação de qualidade, isenta e que represente o cidadão. Porém, como percebemos no grupo focal, os jovens desconhecem a sua existência. Mais da metade (67%) dos alunos entrevistados confessam assistir televisão todos os dias e por desconhecer a TV pública, optam por assistir os telejornais de emissoras privadas. Emissoras estas, que, muitas vezes, colocam os interesses econômicos à frente do interesse público, uma vez que se guiam pela lógica do lucro e da audiência.

Quando as emissoras públicas não são o principal meio de informação, meios de comunicação alternativos são criados para preencher essa lacuna e ser uma opção enquanto canal de expressão frente à grande mídia comercial. A internet potencializou a divulgação de conteúdos produzidos por estes meios. Com redes sociais, que permitem o compartilhamento de vídeos, e o barateamento de equipamentos de mídia, é possível produzir narrativas audiovisuais com cunho jornalístico sem depender de uma emissora de televisão para isso.

Além disso, os jovens entrevistados tem a internet como a mídia mais acessível e também a que possibilita o maior número de atividades, como lazer, estudo e informação

⁹ Vídeo sobre o grupo focal realizado após apresentarmos aos alunos nossa produção em contraponto à uma produção da grande mídia: https://www.youtube.com/watch?v=WzKhM_ZkuIc

em uma mesma plataforma. Pensando nisso, o trabalho prático realizado pelo grupo, visou produzir um conteúdo e divulgá-lo na internet para que esses jovens tenham acesso e compartilhem com quem desejar.

A produção consistiu em três etapas. Na primeira, lançamos um olhar crítico sobre a comunicação e o fazer jornalístico comparado ao que é produzido e veiculado pelas grandes emissoras de televisão. Foi então que optamos por colocar em prática aquilo que entendemos como dever do jornalista. Já que com a internet é possível veicular e compartilhar conteúdos audiovisuais, nosso objetivo foi levantar uma pauta e produzi-la de modo a ser uma opção frente ao que é oferecido nos grandes telejornais. Optamos por falar sobre o ENEM, devido a proximidade da data da prova. O desafio era produzir uma narrativa diferente e que primasse pela pluralidade, diversidade e exercício à cidadania.

Foi então que partimos para a segunda etapa. Fomos a uma escola pública da periferia de Juiz de Fora e buscamos depoimentos dos alunos, o que eles esperavam do Enem e procuramos mostrar os mais variados tipos opiniões e personagens. Gravamos a matéria, editamos e na terceira etapa, retornamos à escola com o material, em que os próprios alunos do colégio estavam inseridos, produzido. Apresentamos essa narrativa para os estudantes e logo após uma matéria sobre o mesmo tema produzida pelo Jornal Nacional. Após isso, em um grupo focal, os jovens puderam discutir sobre as duas formas de narrativa e refletir em qual delas eles se sentiram mais representados.

Com os depoimentos dos alunos no grupo focal, tornou-se claro a necessidade de levar para além dos muros da Universidade e colocar em prática o que o Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais estuda e discute. A ideia do trabalho prático foi produzir uma narrativa audiovisual que se aproximasse dos ideais de comunicação pública, livre de interesses econômicos e prezando pela pluralidade de vozes e participação social.

Referências

CASTELLS, Manuel. **Internet e sociedade em rede** In: Por uma outra comunicação, mídia, mundialização cultural e poder /Denis de Moraes(org). Rio de Janeiro: Record, 2003.

COUTINHO, Iluska. **Do telejornalismo público como um direito:** A oferta de informação na TV Brasil como potencialidade para comunicar as diferenças. In: INTERCOM SUDESTE, 2013, Bauru. Anais eletrônicos... Bauru: Unesp, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1838-1.pdf>> Acesso em: 05 maio. 2016.

_____, Iluska (org). **A informação na TV pública**. Florianópolis: Insular, 2013.

FERNANDES, Kamila. **Estratégias Discursivas do Jornalismo Audiovisual**: diferenças e semelhanças entre mídia tradicional e alternativo. In: CONFERÊNCIA ICA AMÉRICA LATINA, 4, 2014. Brasília. Anais... Brasília: UnB, 2014.

GIÚDICE, Naia. **Do Folhetim Online Ao Audiovisual Interativo**: As Webnovelas Na Fase Da Multiplicidade Da Oferta. 2014

KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003

INTERVOZES. **Direito Humano à Comunicação**. Disponível em: <
<http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=27499>>. Acesso em: 05 maio de 2016.

MEIRELLES, Allana. Telejornalismo público: uma avaliação dos compromissos da TV Brasil e da TV Cultura. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2013. Disponível em: <
<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/11/Telejornalismo-P%C3%BAblico-uma-avalia%C3%A7%C3%A3o-dos-compromissos-da-TV-Brasil-e-da-TV-Cultura.pdf>> Acesso em: 02 de maio. de 2016.

MONTEIRO, Luis. **A internet como meio de comunicação**: possibilidades e limitações. 2001

PALACIO, Marcos e MUNHOZ, Paulo. **Fotografia, Blogs e Jornalismo na Internet**: Oposições, Apropriações e Simbioses. O jornalismo digital de terceira geração, LABCOM BOOKS, Universidade da Beira Interior, Covilhã 2007

PERUZZO, Cíclia Maria Krohling. **Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. INTERCOM, 2008, Natal. Anais eletrônicos... Disponível em: <
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0716-1.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2015.

SILVA, Luiz. **Jornalismo Público - O social como valor-notícia**. Brasília, DF. Casa das Musas, 2002.