



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
DISCIPLINA: MONOGRAFIA
PROFESSOR ORIENTADOR: DR^a. LARA AMORIM

Danielle de Carvalho Lopes
RA 2041269/5

**Uma análise de conteúdo das notícias do
Correio Braziliense sobre a Ceilândia**

Brasília
2007

Danielle de Carvalho Lopes

**Uma análise de conteúdo das notícias do
Correio Braziliense sobre a Ceilândia**

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, orientado pela Prof^a. Dr^a. Lara Amorim.

Brasília
2007

Danielle de Carvalho Lopes

Uma análise de conteúdo das notícias do *Correio Braziliense* sobre a Ceilândia

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Brasília, 31 de outubro de 2007

Banca Examinadora

Prof^ª. Lara Amorim
Orientadora

Prof^ª. Ana Paula Ferrari
Examinadora

Prof^ª. Cláudia Maria Busato
Examinadora

Resumo

A presente pesquisa é uma reflexão sobre a representação feita pelo jornal *Correio Braziliense* sobre a cidade-satélite de Ceilândia, uma das regiões administrativas que integram a periferia do Distrito Federal. A cidade é a mais populosa do DF, com cerca de 400 mil habitantes e ainda é vista por muitas pessoas como cidade violenta com alta incidência de roubos, assassinatos e tráfico de drogas. No entanto, os aspectos positivos quase não são lembrados pelo jornal quando o assunto é Ceilândia. Foi feita uma análise de conteúdo das notícias publicadas sobre a cidade-satélite nos meses de agosto e setembro de 2007 nos cadernos de cidades e cultura do periódico. O *Correio Braziliense* é o maior jornal impresso da capital e serve como base de informação a centenas de pessoas. Partindo deste pressuposto, esta pesquisa busca mostrar como o veículo representa a Ceilândia e de que modo ele influencia no imaginário de seus leitores. Com o objetivo de investigar como a Ceilândia é vista por moradores do DF, foram aplicados questionários com 30 estudantes do UniCEUB.

Palavras-chave: Ceilândia, *Correio Braziliense*, imagem negativa

Sumário

INTRODUÇÃO.....	6
MÉTODO DE PESQUISA.....	9
1. JORNALISMO E CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA.....	11
1.1.Contexto Histórico.....	11
1.2.Jornalismo e objetividade.....	13
1.3.Jornalismo e poder.....	15
1.4.A empresa <i>Correio Braziliense</i>	17
2. CEILÂNDIA E DIVERSIDADE CULTURA.....	19
2.1.História e cultura.....	19
2.2. CUFA-DF.....	20
3. ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	22
3.1.Caderno de cidades.....	22
3.2.Caderno de cultura.....	30
5. A CEILÂNDIA E O IMAGINÁRIO SOCIAL.....	32
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	37
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40
ANEXO.....	42

Introdução

Quando se fala em Ceilândia, as pessoas logo a associam à violência. A cidade-satélite mais populosa do Distrito Federal é conhecida pelos altos índices de criminalidade, tráfico de drogas, roubos e assaltos. Estes aspectos são muito enfatizados pela mídia, inclusive pelo *Correio Braziliense*, veículo analisado na presente pesquisa. Além de assuntos sobre violência, a mídia se limita a temas relacionados a ações do governo na região, como se outros temas e assuntos não interferissem na vida de seus moradores.

No entanto, a cidade-satélite não é palco apenas de criminalidade e ações do governo. Depois de São Paulo, a Ceilândia é a segunda cidade fora da região Nordeste a abrigar o maior número de nordestinos no País. É dona de uma grande diversidade cultural, que fica escondida em meio ao emaranhado de notícias negativas publicadas nas páginas dos jornais.

Por meio de uma análise de conteúdo, esta pesquisa pretende mostrar como o *Correio Braziliense* representa esta cidade-satélite e as possíveis influências desta representação na formação da opinião de seus leitores acerca da cidade. Na maioria das vezes, as pessoas que não conhecem a Ceilândia acabam por enxergá-la apenas de forma negativa e preconceituosa, com base no estereótipo de cidade violenta.

O fato é que a violência realmente existe e a população precisa ser informada sobre ela. No entanto, também é preciso destacar suas causas e possíveis soluções.

Em meados de 2006, a Central Única de Favelas (Cufa), fundada no Rio de Janeiro pelo rapper MV Bill, chegou à Brasília com o intuito de promover a inclusão social, de modo a diminuir a violência por meio da cultura. Para que isso seja possível, é imprescindível o apoio não só do poder público, mas também da mídia, pois é ela quem pauta, direta ou indiretamente, os assuntos debatidos em uma sociedade.

A cultura popular não é muito valorizada pelos meios de comunicação, principalmente pelos impressos, como é o caso do *Correio Braziliense*. A cultura

produzida no Plano Piloto ganha mais espaço no jornal, pois é voltada para as elites, que são os maiores consumidores deste jornal.

Para fundamentar a análise que se seguirá, foram destacados conceitos importantes do jornalismo. O primeiro capítulo aborda o conceito de notícia e o contexto histórico do seu surgimento até o momento em que esta se tornou mercadoria altamente dependente de anunciantes. Tal abordagem é importante para mostrar que a principal preocupação da mídia hoje é vender jornal.

O *Correio Braziliense*, no caso, é um veículo impresso voltado para classes A e B, portanto o jornal valoriza mais as regiões da cidade onde este público mora. Ainda no primeiro capítulo, os conceitos de objetividade e imparcialidade são discutidos. Acredita-se que este é um princípio utópico, pois o jornalista não abre mão de seus valores e ideologia para escrever uma matéria.

Como já foi dito, esta pesquisa pretende mostrar como a mídia pode influenciar nos conceitos formulados pelos moradores do centro da capital sobre a Ceilândia. Para isso, foi utilizado o conceito de *agenda-setting*, hipótese que defende que os meios de comunicação interferem na agenda do público, ao pautar os assuntos que serão discutidos na sociedade.

Na segunda parte do trabalho, é feita uma breve contextualização sobre a cidade-satélite estudada, suas principais manifestações culturais e a importância do trabalho da Central Única de Favelas do Distrito Federal (Cufa-DF) no processo de inserção da cultura como forma de inclusão social. Na sequência segue um breve histórico do jornal analisado.

A análise de conteúdo traz as matérias publicadas sobre a Ceilândia nos cadernos de cidades e cultura nos meses de agosto e setembro de 2007, num total de 57 notícias entre notas, matérias e reportagens das quais 53 foram publicadas no caderno de cidades e apenas quatro no caderno de cultura. As notícias foram divididas a partir de categorias com o objetivo de se descobrir qual é o enfoque dado pelo *Correio Braziliense* em relação à vida na Ceilândia.

Além disso, foi aplicado um questionário aos estudantes do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, qual atende estudantes de classe média e classe média alta. O objetivo da pesquisa é mostrar que os jovens moradores do

centro da capital (entenda-se por centro os locais do DF com maior poder aquisitivo) que não conhecem a Ceilândia têm uma visão negativa, que parte do estereótipo da violência.

Método de pesquisa

A metodologia de pesquisa usada neste trabalho de conclusão de curso é a análise de conteúdo, teoria que estuda os aspectos materiais da mensagem (Kientz, 1973, p. 6). De acordo com o conceito elaborado pela professora-assistente de psicologia da Universidade de Paris V, Laurence Bardin, a análise de conteúdo é o conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.

Na presente pesquisa, tal metodologia vai auxiliar na análise das matérias publicadas nos cadernos de cidades e cultura do *Correio Braziliense* sobre a cidade-satélite de Ceilândia.

A análise foi organizada nos padrões propostos por Bardin, partindo de uma pré-análise das notícias, ou seja, a escolha do material. Em seguida foi feita a exploração das notícias selecionadas, que foram categorizadas para auxiliar na compreensão dos resultados. Por fim, foi feita interpretação dos resultados a fim de confirmar ou não a hipótese proposta no início da análise. A hipótese inicial é a de que a Ceilândia é representada de forma negativa pelo *Correio Braziliense*, o que pode gerar uma percepção também negativa por parte das pessoas que não conhecem a cidade-satélite.

Um breve relato sobre a história da imprensa foi feito com base na obra do jornalista e professor, Nilson Lage, e do estudioso da história da imprensa no Brasil, Nelson Werneck Sodré. O conceito de Teoria do Agendamento apresentado no trabalho teve como base as obras do jornalista português Nelson Traquina e do pesquisador das teorias da comunica o, Mauro Wolff.

Além disso, com o objetivo de fortalecer o argumento de que a Ceilândia possui uma vida cultural relevante, foi realizada uma entrevista com o coordenador da Central única de Favelas do Distrito Federal (Cufa-DF), Max Maciel.

Foram aplicados também 30 questionários entre estudantes do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB. O CEUB foi escolhido por se tratar de uma faculdade que abriga uma maioria de estudantes de classe média e classe média alta que tem contato com diversos meios de comunica o. O questionário teve o

objetivo de mostrar a visão que os moradores das regiões do Distrito Federal de alto poder aquisitivo têm sobre a Ceilândia.

O *corpus* definido para a análise de conteúdo é composto por 57 matérias publicadas sobre a Ceilândia nos cadernos de cidades e cultura do jornal *Correio Braziliense* publicadas no período de 01 de agosto de 2007 a 30 de setembro do mesmo ano.

1. Jornalismo e a construção da notícia

1.1. Contexto histórico

Esta pesquisa tem como objeto de estudo o conteúdo de matérias publicadas no jornal *Correio Brasileiro*. Para fundamentá-la, é preciso, então, compreender o contexto em que a notícia se desenvolveu e seus principais conceitos.

A história da imprensa está diretamente ligada ao capitalismo, pois ambas se desenvolveram de forma paralela. No início, a informação era restrita a um grupo pequeno de pessoas. A Igreja era a detentora do monopólio da Informação, que dominava o acesso aos documentos e o direito às pesquisas. A população tinha acesso apenas às informações passadas por meio de decretos, proclamações e sermões da igreja, além de boatos e testemunhos, como explica Nilson Lage, jornalista e coordenador do curso de jornalismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro (LAGE, 2002, p. 9).

Além disso, faltavam mecanismos para circulação de informação e as taxas de analfabetismo eram muito elevadas. No entanto, com a expansão da atividade comercial, tal cenário começou a mudar e junto com as mercadorias, os navios transportavam informações. Com o início da colonização da América e da expansão do comércio oceânico com o Oriente o processo de troca de informação sofreu um grande impulso. A evolução do sistema econômico e político e os avanços tecnológicos aceleraram o desenvolvimento da imprensa. O controle da informação passou a ser sinônimo de dominação e poder. Nesse contexto surge a imprensa periódica. No início, as notícias aparecem nos jornais como forma de acumular capital mercantil. No entanto, a burguesia, que surgia com a expansão das cidades, começa a buscar novos interesses. É a época do jornalismo político-literário.

A burguesia tinha que lutar em outras frentes e logo usou os jornais em sua arrancada final sobre os palácios. A Igreja e o Estado tentaram conter os impressos com o index e a censura; mais tarde, os aristocratas lançavam seus próprios periódicos, sempre menos interessantes porque,

não tinham muito que dizer. Foram anos e anos de imensa luta política, em que a informação aparecia como tema da análise dos publicistas, da denúncia dos panfletários, do puxa-saquismo dos escritores cortesãos. (LAGE, 2002, p. 11).

Na segunda metade do século XIX, com a Revolução Industrial, alguns fatores novos derrubaram a censura e o monopólio da informação, que era da Igreja e do Estado. São eles: o surgimento de um efetivo mercado de massa para os jornais, a mecanização dos jornais com máquinas e a organização da produção própria do capitalismo industrial e a publicidade, que passou a assumir grande parte dos custos editoriais, que aumentaram consideravelmente devido à utilização de máquinas que produziam aos milhares.

Esta mudança foi um marco importante na história do jornalismo, que passa a ser um empreendimento empresarial com um número crescente de proprietários com o objetivo de aumentar o lucro por meio da expansão da circulação. A briga por uma tiragem ampliou a área de serviços, como os classificados, e fez com que os jornais incluíssem em suas páginas os quadrinhos e os horóscopos, a fim de conquistarem cada vez mais leitores. A busca pela rapidez proporcionou sucessivos inventos a fim de acompanhar o crescente fluxo de informações. “Logo a grande imprensa capitalista compreendeu também que é possível orientar a opinião através do fluxo de notícias” (SODRÉ, 1999, p. 4). Além da relação entre opinião e informação, outra luta marcou o desenvolvimento da imprensa: publicidade *versus* opinião, como o próprio autor destaca:

É fácil avaliar a terrível força da engrenagem que se compõe de agências de notícias, agências de publicidade e cadeias de jornais e revistas, sua influência política, sua capacidade de modificar a opinião, de criar e manter mitos ou destruir esperanças e combater aspirações. (SODRÉ, 1999, p. 6).

Assim, o século seguinte é marcado pela transformação dos pequenos jornais em grandes empresas jornalísticas, que exigem capacidade financeira para serem mantidas. O jornal, agora com caráter de mercadoria, atende a dois públicos diferentes: de um lado o leitor, que consome a informação, e de outro o anunciante, que compra espaço no jornal para divulgar seu produto ao público.

“Esse público torna-se uma segunda mercadoria que a empresa jornalística vende a um outro cliente, o anunciante” (MARCONDES FILHO, 2000, p.115). A partir daí a empresa jornalística passa a investir mais na sua mercadoria jornal, pois precisa dela para manter o público e, por consequência, o anunciante. A empresa-jornal torna-se altamente dependente daquele que a financia, o que compromete a informação e reduz o jornalismo a uma atividade submetida ao capital na medida em que o jornal passa a publicar assuntos de interesse das empresas que o financiam, “tornando-se produto ‘trabalhado’, voltado ao mercado, dependente dos gostos e do interesse de uma ampla massa de consumidores” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 32).

1.2. Jornalismo e objetividade

Com a transição de pequena para grande empresa, o jornalismo passa a ser visto e debatido como profissão. A partir deste momento surgem diversas discussões sobre a ética no jornalismo. É nesse período que a objetividade torna-se um de seus princípios e passa a ser cobrado pelos editores nas redações. Esta é uma questão muito debatida no âmbito do jornalismo, inclusive nos dias de hoje. Desde a faculdade, estudantes e futuros profissionais aprendem que um bom texto jornalístico deve ser objetivo e imparcial.

Este debate sobre a objetividade e a imparcialidade é bastante complexo tendo em vista que conceito de notícia, hoje, está relacionado com o sensacional, o novo, o excepcional e o raro. Partindo desse princípio, os jornalistas “selecionam fatos novos e os classificam a partir de seus próprios estereótipos” (MARCONDES FILHO, 2000, p.109). Esta última demonstra a complexidade destes dois princípios básicos do jornalismo, que defendem que o jornalista deve se desfazer de seus valores pessoais e preconceitos de modo a não interferir em sua produção. Para compreender esta questão vale a pena citar jornalista Luiz Amaral:

A objetividade, passa a se identificar como uma mistura de estilo direto, imparcialidade, fatalidade, isenção, neutralidade, distanciamento,

alheamento em relação a valores e ideologia. Quer dizer que, em sua tarefa diária, o jornalista precisaria deixar em casa suas normas, princípios, referências políticas e ideológicas, procurar excluí-los do pensamento e se concentrar na narração dos fatos sem tentar explicá-los ou comentá-los. Para os céticos, tais exigências carecem de sentido desde que o relato dos fatos, as interpretações e os comentários batam com os interesses dos donos da empresa. Em outras palavras, quando os valores do repórter e do redator coincidem com os da empresa para qual trabalham, eles não precisam ser excluídos. (AMARAL, 1996, p. 26).

O fato é que se diz que o jornalismo deve ser objetivo e imparcial, mas quando entra o interesse da empresa, por exemplo, o discurso de valores muda. Afinal, qual jornal desafia seus financiadores? Qual jornal, por exemplo, “fala mal” de seu maior anunciante?

A objetividade e imparcialidade defendidas pelo jornalismo seriam, portanto, princípios utópicos. Todos, e inclusive os jornalistas, são dotados de princípios ideológicos e vivências individuais. “O ser humano vê mundo por meio de uma espécie de filtro e com base nessa apreciação constrói a sua realidade” (AMARAL, 1996, p.18).

Pode-se concluir com tudo isso que o jornalismo é algo subjetivo e que os jornalistas acabam por se tornar “atores privilegiados na manutenção de idéias, verdadeiros agentes conservadores da cultura, visto que têm acesso a meios de divulgação em massa de suas idéias” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 109). Ou seja, o jornalista publica sua própria verdade, baseado em sua vivência e sua ideologia. Tais valores passam a fazer parte da interpretação dos leitores que são impedidos de julgar os fatos por conta própria, da forma como ele aparece.

Sendo assim, o fato é contaminado pelo investimento subjetivo daquele que o descreve, o jornalista. Esta subjetividade está presente em todos os processos da construção da notícia: quando o jornalista investiga o fato e quando o relata de acordo com sua visão de mundo, da sua realidade e das suas verdades. A subjetividade está presente até mesmo quando seleciona os fatos que “merecem” ser noticiados. A objetividade e a imparcialidade acabam por se tornar princípios utópicos, pois para alcançá-los não basta ouvir os dois lados do fato, seria necessário se desfazer de uma série de fatores políticos, religiosos, econômicos, culturais e ideológicos.

1.3. Jornalismo e poder

Conforme se explicitou anteriormente, é a empresa-jornal que seleciona os fatos que devem ser noticiados. Desta forma ela pode interferir nos assuntos discutidos pelos seus leitores e no que eles acreditam ser a realidade. Para compreender como a mídia pode pautar os assuntos de uma sociedade e influenciar na construção de uma imagem da realidade social, é preciso entender o conceito de agenda-*setting* ou teoria do agendamento.

A influência que os meios de comunicação exercem sobre a sociedade vem sendo debatida e discutida constantemente. Tais estudos concluíram com o passar do tempo, como mostra o estudioso Mauro Wolff em sua obra *Teorias da Comunicação*, que os *mass media* não influenciam diretamente no comportamento explícito do receptor, mas na forma como ele organiza o ambiente. Ou seja, os meios de comunicação de massa interferem na construção do imaginário social. Eles contribuem para a estruturação de uma realidade, criada muitas vezes com base em estereótipos e ajudam na formação de novas opiniões. É o que se pode chamar de construção da realidade (WOLF, 1995, p. 129).

A construção da notícia é, portanto, bastante complexa e a partir do momento que reconhecemos que ela interfere no modo de pensar, se torna perigosa. Para compreender este conceito é imprescindível o estudo da hipótese do agenda-*setting* ou teoria do agendamento, que defende que:

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW, 1979, p. 96 *apud* WOLF, 1995, p. 130).

Em um breve resumo, a teoria do agendamento defende que a imprensa não diz às pessoas como pensar sobre determinados temas, mas pode dizer aos

seus leitores sobre quais temas eles devem pensar (COHEN, 1963, p. 13 *apud* WOLF, 1995, p. 130).

Caso a agenda dos meios de comunicação seja avaliada em um período longo de tempo, como um efeito cumulativo, ela pode influenciar na forma que o público hierarquiza os acontecimentos ou temas públicos, pois tal hierarquização será semelhante à avaliação feita pelos meios de comunicação acerca do mesmo problema. O que é importante para a mídia acaba por se tornar importante para o público que consome as informações.

Algumas pesquisas realizadas para verificar o efeito da teoria do agenda-setting comprovaram, segundo Wolf, a influência direta exercida pelos meios de comunicação. No entanto, o efeito associa-se ao consumo de jornais locais, como o jornal objeto desse estudo, e não aos noticiários televisivos, que normalmente tendem a reduzir a importância e o significado do que é transmitido (MCLURE – PATTERSON, 1976, 24: 28 *apud* WOLF, 1995, p. 133).

A formulação clássica da teoria do agendamento defende que a influência dos meios de informação é a mesma em relação a todos os tipos de tema, no entanto, em certos meios de comunicação essa influência é maior que em outros.

Pode-se dizer, então, que são os meios de comunicação de massa que pautam os assuntos da sociedade, o que significa nas palavras de Bechelloni, citado por Wolff

Um assunto fortemente valorizado no jornal diário tem quase todas as probabilidades de o ser também na agenda dos leitores, enquanto um assunto pouco valorizado pode, também, em condições e seguindo lógicas que seriam individualizadas, ser situado pelo próprio leitor em zonas de maior centralidade (1995, p. 139).

No entanto, a hipótese do agenda-setting é mais complexa do que se imaginou inicialmente, pois, de acordo com uma pesquisa feita por Benton e Frazier (1976 *apud* WOLF, 1995, p. 140) os *media* exercem diferentes papéis, ou seja, cada meio de comunicação dá uma determinada importância a certos temas. Segundo Wolf, os efeitos do agendamento articulado de forma diferenciada é resultado da ligação entre os critérios de relevância aplicados pelos *mass media* e a limiar de evidência dos temas (1995, p. 146). Os efeitos seriam, então,

fornecidos pela “tematização” que seleciona os grandes temas sobre os quais há que concentrar a atenção do público e mobilizá-lo para tomada de decisões (ROSITI, 1982, p. 139 *apud* WOLF, 1995, p. 147).

Outro ponto importante para retratar a complexidade da hipótese do agendamento é a diferenciação do efeito exercido pelos meios de comunicação conforme o grau de conhecimento e o nível institucional do público, ou seja, os efeitos do agenda-*setting* não são iguais para todos. De acordo com o jornalista português Nelson Traquina em *O Poder do Jornalismo* o efeito do agendamento ocorre com aqueles que precisam de informações sobre determinados assuntos (2000, p. 33). Sendo assim, essas pessoas são mais suscetíveis aos efeitos do agendamento dos *media*. Logo, os jornais podem interferir na vida das pessoas a partir do momento que pautam os assuntos da comunidade.

Partindo deste princípio de que os meios de comunicação interferem na agenda do público, esta pesquisa também vai discutir se o jornal *Correio Braziliense* influencia na maneira como as pessoas vêem a cidade-satélite de Ceilândia.

1.4. A empresa *Correio Braziliense*

As notícias publicadas nos cadernos de cultura e cidades do jornal *Correio Braziliense* no período de 1º de agosto a 30 de setembro de 2007 fazem parte do *corpus* desta pesquisa. Este periódico foi escolhido por esta pesquisadora por se tratar do veículo de maior circulação no Distrito Federal. Para compreender a relação entre a cidade-satélite de Ceilândia e o *Correio Braziliense*, é necessário realizar um breve histórico do veículo. As informações aqui destacadas foram enviadas pelo Centro de Documentação (Cedoc) do *Correio Braziliense* por e-mail em outubro de 2007.

O *Correio Braziliense* é considerado o primeiro jornal brasileiro e foi fundado por Hipólito José da Costa Pereira Furtado, em 1808. O jornal era

produzido em Londres devido à censura que Portugal impunha no Brasil e chegava ao País de forma clandestina por meio de navios.

Naquela época o jornal parecia um livro, com cerca de 140 páginas. Hipólito da Costa defendia, no seu veículo, idéias liberais e retratava diversos assuntos, opiniões, reflexões e comentários. Após a independência, o jornalista encerrou a publicação do jornal. De acordo com o Cedoc, o jornal foi líder de opinião por 14 anos.

Em 1960 o *Correio Braziliense* foi reformulado por Assis Chateaubriand, que decidiu que o periódico seria inaugurado no mesmo dia que a capital do Brasil. Logo, em 21 de abril de 1960, a nova versão do jornal *Correio Braziliense* foi lançada. Com 96 páginas e com uma tiragem de 300 mil exemplares, o jornal passou a ter uma veiculação diária. A primeira edição local era composta por três cadernos com 24 páginas e o suplemento dos Diários Associados, edição comemorativa da transferência da Capital Federal, com um total de 108 páginas.

O *Correio Braziliense* é hoje um dos jornais mais lidos no Distrito Federal com tiragem de 50 mil exemplares, de segunda a sábado, e 100 mil, aos domingos. O jornal também é distribuído nos estados de Goiás, Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Tocantins, Maranhão, Ceará, Piauí, Rio Grande do Norte, Paraíba e Pernambuco.

Atualmente, é dividido em Capa, Índice, Política, Brasil, Economia, Opinião, Mundo, Cidades, Esporte e Cultura. Além de suplementos que circulam uma vez por semana. Com essa divisão, o jornal traz notícias sobre o cotidiano de Brasília, além de notícias do Brasil, do mundo, de cultura e opinião. O *Correio Braziliense* também oferece grande espaço para os anunciantes.

2. Ceilândia e diversidade cultural

2.1. História e cultura

A cidade-satélite de Ceilândia surgiu da tentativa do governo de retirar as invasões do centro de Brasília¹. Com a construção da nova capital, houve um grande fluxo migratório e por se tratar de uma cidade de cunho administrativo, a cidade não oferecia condições sociais e econômicas àqueles que a construíram. Em 1969, apenas nove anos depois de sua inauguração, a Capital Federal já tinha 79.128 pessoas que moravam em favelas. Para resolver a situação, foi criada a Campanha de Erradicação de Invasões (CEI), que inspirou o nome da cidade, localizada a 25 km do Plano Piloto. A Ceilândia foi, então, inaugurada em 27 de março de 1971.

A transferência foi concluída em nove meses. No início, a população passou por muita dificuldade com a falta de estrutura. Não havia água, iluminação pública, transporte coletivo, além de sérios problemas com a poeira excessiva, lama e enxurradas. A cidade se expandiu e é hoje a mais populosa do Distrito Federal com mais de 400 mil habitantes. O rápido crescimento demográfico e a baixa qualidade de vida ainda são fatores que intensificam os problemas. A cidade possui altos índices de violência, problemas de urbanização, saúde, educação, habitação, entres outros. Fatos que são diariamente noticiados pelos jornais locais.

No entanto, a cidade-satélite é dona de uma ampla diversidade cultural. Com cerca de 70% da população com origem nordestina, a Ceilândia é considerada a segunda cidade com maior número de nordestinos fora da região Nordeste, perdendo apenas para São Paulo. Esta característica de cidade nordestina pode ser percebida na alimentação e nos hábitos e manifestações culturais e religiosas do local. A grande quantidade de feiras-livres, por exemplo, é um reflexo da influência da cultura nordestina. As feiras têm grande importância na

¹ As informações sobre a história da Ceilândia estão disponíveis em www.ceilandia.df.gov.br, consultado em 11 de outubro de 2007.

economia da região e fazem parte do hábito de consumo dos seus habitantes. Mas é preciso ressaltar que com o crescimento da cidade, a Ceilândia é hoje palco de manifestações tipicamente urbanas, como o hip hop, que cada vez mais cresce na região. No que se refere à influência nordestina, destaca-se o Festival Nacional de Cantadores e Repentistas, promovido pela Federação Nacional das Associações de Cantores, Repentistas e Poetas Cordelistas. O evento acontece todo ano, no mês de agosto, na Casa do Cantador, localizada em prédio projetado por Oscar Niemeyer. Também acontece lá, toda sexta-feira, o encontro dos repentistas, que além da viola, conta com pratos tradicionais da cozinha nordestina. Na casa do cantador encontra-se, ainda, a Biblioteca Patativa do Assaré, especializada em livros de literatura de cordel. A casa também hospeda os repentistas que visitam a cidade.

Esta diversidade ainda não é devidamente valorizada, como destacou o coordenador da Central Única de Favelas do DF, Max Maciel, em entrevista. Segundo ele, a cultura nordestina é de grande valor e precisa ser mais destacada, pois muitas pessoas têm vergonha de falar que são filhos do Nordeste, que para ele faz com que o repente, as casa de forró e os grupos de quadrilhas juninas desapareçam entre as boates e bares. “Esta cultura merece ser hoje reconhecida pelo Estado como forma de inclusão” (MACIEL, entrevista por e-mail, outubro de 2007).

2.2. Central Única de Favelas do Distrito Federal

Até meados de 1985, havia na Ceilândia muitos grupos musicais e teatrais amadores e atividades culturais ligadas às artes plásticas, mas que com o tempo foram se pulverizando, provavelmente, devido à ausência de incentivos para que pudessem ser mantidos. E para retomar tais atividades e inserir a cidade no pólo cultural do DF, existe, hoje, um movimento de reorganização dos grupos culturais, mas ainda muito recente.

Um destes grupos que representa, hoje, grande importância no desenvolvimento cultural e de inclusão social não só em Ceilândia, mas em toda a

periferia do DF, é a Central Única de Favelas do Distrito Federal (Cufa-DF), que foi fundada no Rio de Janeiro pelo rapper MV Bill e chegou no DF no segundo semestre de 2006 para incentivar a cultura na periferia do local. O intuito da equipe é proporcionar a auto-estima e a garantia de direitos principalmente da população jovem que mora nas comunidades e regiões administrativas de classe baixa do DF.

A Cufa tem trazido ao DF uma série de projetos que colocam a cultura, esporte e lazer como formas de inclusão social. É uma maneira de chamar atenção da mídia e do poder público não apenas sobre os problemas existentes nestes lugares, mas sobre os possíveis meios de solucioná-los.

Um bom exemplo do trabalho da Cufa-DF é a Seletiva de Basquete de Rua, que aconteceu em abril de 2007, na Praça do Cidadão, em Ceilândia. Segundo o coordenador da central, Max Maciel, foi um desafio, pois para ele, é difícil fazer com que a elite veja a Ceilândia de forma positiva, assim como levar pessoas dos locais de maior poder aquisitivo do DF para conferir os eventos da cidade. A seletiva reuniu 48 times, num total de 290 atletas e cerca de 5 mil pessoas compareceram, incluindo competidores que moram no Plano Piloto.

Outra ação é o Festival *Cine Periferia Criativa*, evento dedicado às obras áudio visuais produzidas na periferia de todo o Brasil. O festival, que acontecerá nos dias 03 e 04 de Novembro de 2007 exibirá terá filmes de comunidades de São Paulo, Rio Grande do Norte, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Distrito Federal. De acordo com Max Maciel, o festival surgiu a partir de uma demanda por cinema nas comunidades. O que mostra que as periferias do Brasil têm um grande trabalho que precisa ser divulgado e reconhecido.

Segundo dados da Cufa, o DF tem cerca de 92 salas de cinema. No entanto, a Ceilândia, cidade-satélite mais populosa do DF, não abriga nenhuma. É importante ressaltar, ainda, que também não há salas de cinema em outras cidades-satélites de baixa renda, como Brazlândia, Samambaia, Recanto das Emas e Riacho Fundo II.

3. Análise de dados

3.1. Caderno de cidades

A presente pesquisa analisou as notícias publicadas no caderno de cidades e cultura do jornal *Correio Braziliense*, no período de 01 de agosto a 30 de setembro de 2007. Foram analisadas 53 notícias do caderno de cidades entre matérias, reportagens e notas.

Para a análise das notícias do caderno de cidades, foram definidas oito categorias:

1. Criminalidade, que engloba todos os assuntos relativos a drogas, homicídios e assaltos;
2. Social, que inclui matérias de cunho governamental, em benefício da sociedade. Neste caso, destacam-se as retiradas da Feira do Rolo e dos camelôs do centro da cidade-satélite e a construção do Shopping Popular, além da regularização de dois condomínios de baixa renda;
3. Cultura, que abrange eventos da cidade entre shows e programa de incentivo à leitura;
4. Serviço, com informações sobre mudança no trânsito da cidade;
5. Acidente, que inclui matérias relacionadas a tragédias como atropelamentos e à queda do helicóptero dos bombeiros próximo ao Setor P Sul;
6. Educação, que mostra as notícias sobre as escolas da cidade;
7. Saúde, com o aumento no número de casos de doenças decorrentes da seca nos hospitais do DF, incluindo a cidade analisada;
8. Transporte, que abrange as notícias sobre o problema das vans na avenida Hélio Prates, que liga Ceilândia a Taguatinga, cidade-satélite vizinha.

Tabela 1. Notícias sobre a Ceilândia publicadas no caderno de cidades

Dia	Criminalidade	Social	Cultura	Serviço	Acidente	Educação	Saúde	Transporte
1/ago		1				1		
3/ago		1	1	1				
4/ago	1	1						
5/ago						1		
8/ago		1						
9/ago	1	1						
10/ago					5			1
11/ago		1			5			
12/ago			1		1			
14/ago					1			
16/ago					1			
17/ago	1							
18/ago		1						
19/ago						1		
20/ago	1	1			1			
21/ago	1	1						
23/ago		2			1			
26/ago						1		
28/ago	4							
29/ago		1						
31/ago							1	
5/set					1			
7/set		1						
11/set				1				
15/set	1							
21/set	1							
25/set	1							
29/set	1							
30/set	1							
Total	14	13	2	2	16	4	1	1

Das 53 matérias do caderno de cidades analisadas, foi possível identificar que apenas duas abordaram a cultura local, 14 referem-se à criminalidade, 13 às questões sociais, quatro à educação, uma à saúde e uma ao transporte. Além disso, duas notícias são de serviço e 16 referem-se a acidentes.

A partir desta análise, foi possível perceber que 90% das matérias observadas abordaram o lado negativo da cidade, como questões relacionadas à criminalidade, problemas nas áreas de educação e saúde e acidentes. As matérias consideradas positivas são aquelas que fogem ao esteriótipo de cidade pobre e violenta e retratam aspectos ainda desconhecidos, como a cultura da cidade.

No mês de agosto de 2007, houve na Ceilândia uma série de acontecimentos, decorrentes de ações do Governo no Distrito Federal, que foram importantes para a comunidade local. O primeiro a ser destacado é a retirada da Feira do Rolo, localizada tradicionalmente em Ceilândia Sul. A retirada da feira foi publicada em notas destacadas nos trechos a seguir.

O grupo considerou que o comércio no local não pode ser tolerado por estar em área pública e devido às ocorrências policiais registradas na região, como tráfico de drogas e venda de produtos roubados. (Correio Braziliense, nota, 1 de agosto de 2007).

Segundo o Ministério Público, o comércio ali não é recomendado devido a grande quantidade de denúncias de tráfico de drogas e venda de produtos roubados. (Correio Braziliense, nota, 3 de agosto de 2007).

A Feira do Rolo é conhecida em todo o DF por ser tradicional ponto de venda de drogas e venda de produtos roubados. Por meio dos trechos acima destacados, as notas publicadas no jornal sobre a feira abordam as questões do tráfico de drogas. Não é a primeira vez que o *Correio Braziliense* faz isso, em outra ocasião o jornal referiu-se à feira como ponto para compra de armas. O veículo se limita a informações já estereotipadas sobre a criminalidade e não diz em nenhum momento que isso acontece como reflexo de um processo de exclusão social, como mostra o artigo do coordenador da Central Única de Favela do DF, Max Maciel, enviado por carta ao jornal e publicado em abril de 2006.

Ceilândia e cultura

Numa manhã de segunda, acordei e li mais um caso que me traz reflexões sobre uma situação montada pela elite ou por quem não conhece as comunidades de Brasília, infelizmente aqui repetida pelo *Correio Braziliense*. No jornal com data de 13 de novembro de 2006, no índice: *Opinião, Visão do Correio* “Adolescentes armados”, cita o índice de adolescentes e jovens armados que circulam no DF. Em um dos seus parágrafos me deparei com um argumento falho irresponsável. Este parágrafo cita que tais armas são compradas em um endereço conhecido pela polícia e promotorias de Defesa da Infância e da Juventude: “A Feira do Rolo”. Ora este é um discurso repetitivo e, novamente repito “falho”, ditado por quem não conhece a Ceilândia. A meu ver, a Feira do Rolo, constituída pelos nordestinos construtores de Brasília que, estigmatizados por serem invasores do poder, em 1971 foram transferidos para cerca de 40km de distância do Plano Piloto, não passa de um “bode expiatório” da elite que não se assume como parte desta atual situação. Quem vai a Ceilândia Sul aos domingos e frequenta há anos a Feira do Rolo sabe que

isso é uma farsa. A atual situação dos jovens é reflexo de uma exclusão social, onde em suas comunidades estão desassistidos pela falta de cultura, lazer e escolas com um mínimo de infra-estrutura. Acredito, meus amigos, que citar a Feira do Rolo como meio de se comprar armas é negar que seus fornecedores vestem farda ou vêm de carros importados ou moto do Plano para alimentar o tráfico de drogas. As armas empunhadas por estes adolescentes também são financiadas por aqueles que ganham com a indústria da segurança privada, são financiadas por quem compra a droga ou por quem, pela constituição, está para nos proteger. Quem mais sofre somos nós, pela falta de hospitais, pela falta de políticas públicas, por falta de uma agenda de desenvolvimento sustentável. Convido todos a virem no domingo e ver a cultura popular que circula nesse espaço. Isso sim, vocês irão encontrar e nem precisam pagar para tê-la (cultura). (MACIEL, artigo, Correio Braziliense, 20 de setembro de 2006)

Nas matérias analisadas, a Feira do Rolo em nenhum momento foi abordada de forma positiva, tal como Maciel a descreve.

As notícias de criminalidade referem-se a roubos, assassinatos e tráfico de drogas, como pode ser observado nos trechos de matérias que apareceram no jornal *Correio Braziliense* durante o período analisado.

O corpo apresentava lesões na cabeça. No pescoço foi encontrada uma fita plástica. De acordo com uma perícia preliminar, as marcas pareciam ser de pedradas. A polícia acredita que o crime pode ter ocorrido na madrugada. De acordo com o delegado da 19ª Delegacia de Polícia (P-Norte), Raimundo Alves Melo, uma das linhas de investigação é homicídio. (Correio Braziliense, nota, 25 de setembro)

O ataque ocorreu por volta das 13h, quando os adolescentes eram conduzidos para os alojamentos depois do almoço. Uma das servidoras da instituição sofreu perfurações por um objeto cortante e gritou por socorro. Agentes da segurança detiveram um adolescente de 16 anos pelo crime". (Correio Braziliense, nota, 28 de agosto de 2007)

Uma denúncia anônima levou policiais militares do Batalhão de Operações Policiais Especiais (Bope) a apreenderem 2,8kg de maconha em Ceilândia. A droga estava no quarto de um adolescente de 16 anos no conjunto B da QNN 21. Os policiais revistaram o local após flagrarem o acusado tentando vender uma pequena quantidade na rua". (Correio Braziliense, nota, 28 de agosto de 2007).

Como já foi discutido anteriormente, a teoria do agendamento defende que a mídia pode influenciar nos assuntos que serão discutidos na sociedade. No caso da Ceilândia, as pessoas tendem a falar apenas dos problemas da cidade,

principalmente da questão da violência, como será exposto mais adiante. De acordo com Maciel, a cobertura feita pela mídia sobre a Ceilândia faz com que as pessoas que não a conhecem tenham uma impressão negativa da cidade, além de trazer conseqüências ruins para quem mora no local, como pode ser observado no seguinte trecho da entrevista feita com o coordenador da Cufa-DF.

A Ceilândia na década de 80 e 90 foi tachada de cidade mais violenta do Centro Oeste. Alguns jornalistas chamavam a Ceilândia de Caldeirão do Diabo, devido à violência. Este estigma trouxe para a comunidade vários problemas, como muitos desempregados pelo simples fato de serem moradores. A Cultura da violência gera o medo e enriquece a indústria da segurança privada. Hoje a Estrutural passa por isso. A Humanização das comunidades é importantíssima para isso. (MACIEL, entrevista por e-mail, outubro de 2007)

As matérias que abordaram os temas referentes às categorias transporte, educação e social, publicadas pelo jornal no período analisado, referiam-se a ações governamentais, as quais, em sua maioria, tiveram a presença do governador José Roberto Arruda (2007-2010) no local. Nos dias 17, 18 e 19 de agosto, por exemplo, aconteceu na Ceilândia, o projeto Governo nas Cidades. Nestes três dias o governador esteve na região para apresentar projetos que envolvem a cidade. Durante esse tempo, o governador reinaugurou a avenida M3 Norte (que passa em frente ao Hospital Regional da Ceilândia, o HRC). As obras de duplicação da pista foram concluídas depois de um ano paralisadas. Em janeiro de 2007, uma forte chuva levou parte da terra depositada na pista para dentro da unidade de saúde. Arruda também autorizou a contratação de novos médicos e liberou R\$ 500 mil para a construção de um muro no HRC, como pode ser observado nos trechos das reportagens abaixo.

Arruda assina decretos que legalizam os condomínios Sol Nascente e Pôr-do-Sol, áreas de baixa renda em Ceilândia, e anuncia obras de infraestrutura no valor de R\$ 103 milhões. Tarifas de ônibus foram reduzidas. (Carvalho, Correio Braziliense, 18 de agosto de 2007)

No segundo dia em Ceilândia, Arruda anuncia obras em colégios, praças de esporte e a construção de uma via de acesso a Feira do Produtor. Escrituras são entregues. (Borges, Correio Braziliense, 19 de agosto de 2007)

Das matérias sobre educação, duas tratam de problemas nas quadras de esporte de escolas locais, uma de falta de merenda escolar, não só na Ceilândia, mas em toda a periferia do DF e uma mostra um projeto que traz parceria entre empresas e escolas de Ceilândia para melhorar a educação do local.

Em setembro, sem a presença do governador e suas ações, somente uma notícia da categoria social foi publicada. A matéria “População festeja saída de camelôs”, trata da remoção dos camelôs do centro da cidade, fato que, segundo a matéria, teria aumentado o movimento nas lojas, o número de vagas para estacionar carros, além de liberar áreas de circulação de pedestres. Nenhuma matéria sobre transporte e educação foi publicada naquele mês. No entanto, a criminalidade foi o tema sobre a Ceilândia que ganhou maior destaque.

Munidos de 26 mandados de busca e apreensão, armas em punho, 206 policiais civis partiram às 6h de ontem para a Lumax, operação que desmontou uma das maiores quadrilhas do Distrito Federal. A ação resultou na prisão de 23 traficantes que atuavam no DF e cidades do entorno. Entre os presos estava o líder do bando, o morador do Setor O, Élio Marques Silva, 35 anos, considerado pela polícia como o maior traficante de cocaína de Ceilândia. (Rebello, Correio Braziliense, 15 de setembro de 2007).

As notícias enquadradas na categoria acidente incluem matérias relacionadas a tragédias como atropelamentos e à queda do helicóptero do Corpo de Bombeiros próximo ao Setor P Sul. Foram publicadas no período analisado 16 matérias sobre acidentes, sendo que 12 estavam relacionadas ao acidente com o helicóptero, três a atropelamentos e uma relacionada à queda de uma antena de celular.

O que era para ser um simples resgate de um corpo em decomposição terminou na maior tragédia da história do Corpo de Bombeiros do Distrito Federal. Um dos dois helicópteros da corporação explodiu ao bater numa encosta do vale situado atrás da Usina de Tratamento de Lixo do P Sul, em Ceilândia. (ALVES, Correio Braziliense, 10 de agosto de 2007)

Belisário Luiz Guerreiro, 32 anos, morreu após ser atropelado pelo motorista José Everton Pereira da Silva, 36, no começo da noite de sábado, em Ceilândia. José Everton dirigia o ônibus da empresa São José, de placa JJK 9716-DF. O acidente ocorreu na QNO 15, em frente

ao terminal de ônibus de Ceilândia Norte. (Correio Braziliense, nota, 20 de agosto de 2007).

Das matérias analisadas no caderno de cidades, apenas duas tratavam da cultura local. Uma delas foi a divulgação da festa São João do Cerrado, cujo título era *Forró e muita animação nos vagões do metrô*. A matéria destaca sanfoneiros nordestinos nos vagões do metrô a caminho do evento, que aconteceu no Ceilâmbódromo, espaço criado na Ceilândia para sediar o carnaval. A cidade foi escolhida para a festa devido aos elevados números de nordestinos que vivem lá. Conforme mostrou a matéria, o evento contou com a participação de artistas nacionalmente famosos como Dominginhos, Elba Ramalho e Frank Aguiar.

O Metrô do Forró Gonzagão teve como inspiração o trem do forró que transporta os foliões de Recife a Caruaru, onde ocorre uma das maiores festas de São João do Brasil. A presença dos sanfoneiros, cangaceiros e marias bonitas no vagão avivaram a memória da vendedora Isabel Mendes, 50 anos. “Parece realmente com o que fazem em Caruaru”, aprovou. Com a neta Maria Luisa Sousa Campos, 3 anos, no colo, a vendedora natural da Parnaíba (PI), foi pega de surpresa pela presença dos festejos no metrô. “Eu ia só passear de trem com minha neta e dei sorte de estar no mesmo vagão que os trios de forró. É divertido. Este São João do Cerrado está de parabéns”, comemorou. (RABELLO, Correio Braziliense, 12 de ago. 2007).

Outra notícia considerada, por esta pesquisadora, positiva foi a “Auxiliar do aprendizado”. A nota mostra a visita feita à redação do *Correio Braziliense* por estudantes da 4ª série de uma escola da cidade-satélite, como mostra o trecho abaixo.

A coordenadora do colégio, Daguivane Gomes Ferreira Batista, diz que muitos professores utilizam notícias do jornal em avaliações ou relacionam as matérias com conteúdos da aula. Segundo ela, a visita da turma de 4ª série do colégio ao Correio foi uma ótima maneira de incentivar a leitura. (Correio Braziliense, nota, 3 de agosto de 2007).

O trecho acima mostra uma campanha do Correio Braziliense de incentivo à leitura. Durante o período analisado foi publicada uma série de notas sob o mesmo título, que destacava as visitas feitas por estudantes de escolas públicas

de todo o DF à redação do jornal. Além disso, a nota enfatiza a importância do próprio jornal e a maneira como ele é utilizado para auxiliar no aprendizado de crianças e adolescentes.

3.2. Caderno de Cultura

O caderno e cultura do *Correio Braziliense* também foi analisado nesta pesquisa. Durante os meses de agosto e setembro, foram publicadas quatro matérias e uma nota sobre a Ceilândia. Deste total, duas referiam-se à festa São João do Cerrado, também abordada no caderno de cidades. A matéria foi capa do dia sete de agosto, ocupando toda a primeira página da edição e trazia como título *Forró Além da Idade*. “Festança em Ceilândia reúne a nata dos ritmos nordestinos, a começar por Dominginhos, Banda de Pífanos Dois Irmãos e os Gonzagas, grupo formado pelos familiares do rei do Baião” (Rocha, *Correio Braziliense*, p.1, Caderno C). A outra matéria foi publicada no dia 10 de agosto com o título *Forró de raiz emociona Ceilândia*.

A Feira do Rock Duas, evento que reuniu 48 bandas do estilo na Praça do Encontro, em Ceilândia, entre os dias 3 e 26 de agosto, foi retratada na edição do dia três. Duas matérias sobre o tema foram publicadas na página cinco do caderno de cultura naquele dia. Não custará nem um real para a Ceilândia encher o prato, até o dia 26, com 48 bandas do gênero e diversos grupos e manifestações que passarão pela Praça do Encontro” (Paiva, *Correio Braziliense*, p. 5, Caderno C).

Outra matéria comenta sobre o professor, morador de Ceilândia, que devido à falta de espaço na Feira do Livro de Brasília, evento que acontece anualmente, montou seu próprio estande do lado de fora do evento. “Do lado de fora da Feira do Livro de Brasília, sem dinheiro para participar, escritor de Ceilândia monta o próprio estande com varal entre postes da W3 Sul” (*Correio Braziliense*, p. 3, Caderno C).

Por fim, uma nota, publicada em 24 de agosto, trouxe o Festival de Cinema e Cultura Cine Cufa Periferia, que será realizado nos dias 3 e 4 de novembro na Casa do Cantador, em Ceilândia.

Nos dois dias haverá apresentações culturais, oficinas e palestras de produção de vídeo, áudio, gráfico animação, stream de áudio e vídeo, rádio livre e rádio web. Uma praça de alimentação com comida típica e decoração nordestina será montada no local (*Correio Braziliense*, nota, 24 de agosto de 2007, p. 3, Caderno C).

No mês de setembro não houve notícias sobre a Ceilândia. No entanto, no dia 18 de setembro, o jornal publicou uma matéria sob o título *Falta descentralizar*. A matéria mostra que o Distrito Federal possui o maior número de equipamentos culturais em todo o Brasil, mas estão concentrados no Plano Piloto. O texto cita o secretário de Cultura do DF, José Silvestre Gorgulho, que mostra a Ceilândia como exemplo dessa descentralização: “(...) enquanto no Plano Piloto temos 400 mil habitantes e inúmeras salas de cinema, em Ceilândia, por exemplo, onde moram quase 500 mil pessoas, não existe nenhuma” (Correio Braziliense, 18 de setembro, p. 3, caderno C).

5. A Ceilândia e o imaginário social

A cidade de Ceilândia, na maioria das vezes, é vista pelas pessoas que não a conhecem como uma cidade violenta. É o que o próprio Correio mostra em uma das matérias analisadas ao citar Ari de Barros, organizador da Feira do Rock.

Agora, na sexta edição, o evento quer mudar a imagem de que a Ceilândia só frequenta as páginas policiais. A Feira do Rock é uma oportunidade para as pessoas verem que a Ceilândia tem uma diversidade cultural imensa. Isso precisa ser mostrado. Geralmente só aparece o que é ruim, a violência. (Paiva, Correio Braziliense, p. 5, Caderno C).

Esta construção da realidade começa desde o nascimento do indivíduo, pois todas as pessoas estabelecem uma relação com o mundo desde o primeiro dia de vida. Segundo o professor de filosofia Gilbert Durand, “Todo pensamento humano é uma re-presentação, isto é, passa por articulações simbólicas” (DURAND, 2004, p.41). Assim, o indivíduo adquire novas percepções com o passar do tempo de acordo com suas vivências.

Todo ser humano precisa receber informações e é com base nestas que as representações sociais são formuladas. De acordo com a professora francesa Denise Jodelete, as representações sociais “nos guiam de modo a nomear e definir conjuntamente os diferentes aspectos da realidade diária”, interferindo assim, no modo de interpretar esses aspectos, tomar decisões e posicionar-se frente a eles de forma defensiva (JODELETE, 2001, p. 17).

As representações sociais podem ser caracterizadas como forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada. Para a autora, esta forma de conhecimento contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social, ou seja, o senso comum (JODELETE, 2001, p. 22).

Este imaginário presente na mente de cada pessoa tem a ver com os símbolos que ele recebe diariamente por meio de amigos, da família, da escola, de livros e da mídia em geral. O *Correio Braziliense*, jornal analisado, se enquadra nesta última categoria e transmite diariamente uma série de símbolos sobre o cotidiano do Distrito Federal, do Brasil e do mundo. Suas matérias são

representações sociais que causam efeito em seus leitores influenciando seus valores e comportamentos. Como já foi abordado neste trabalho, os assuntos discutidos em uma sociedade são pautados pelos meios de comunicação, e no caso do *Correio Braziliense* não é diferente. O jornal produz um impacto em seus leitores e influencia nos temas discutidos nas ruas, escolas, faculdades e no trabalho.

Uma grande parcela de leitores do jornal percebe a cidade apenas como sendo violenta, onde não existe nada além da criminalidade e de fatos ligados a ações do governo. Este fato pode ser consequência da falta de informação, neste caso de uma abordagem direcionada aos aspectos negativos da cidade.

Para fortalecer o argumento de que as pessoas têm imagem negativa da Ceilândia, esta pesquisadora aplicou questionário (em anexo) com 30 estudantes do Centro Universitário de Brasília. O UniCEUB foi escolhido por ser considerado um centro universitário importante na capital do País e ser formado, em sua maioria, por estudantes de classe média e média alta. A aplicação do questionário aconteceu em outubro de 2007, no intervalo das aulas.

Por meio do questionário, que continha sete perguntas, esta pesquisadora tentou descobrir como os leitores do *Correio Braziliense* enxergam a cidade-satélite Ceilândia.

A maioria das pessoas que responderam o questionário mora no Plano Piloto. Todas elas têm relação com o *Correio Braziliense* e a maioria lê o jornal pelo menos uma vez na semana, sendo que 40% são assinantes. Uma parcela de 13,3% afirmou ler o periódico pelo menos uma vez na semana, 3,3% o lêem duas vezes por semana, 16,6% responderam que acessam o jornal quatro vezes por semana, 23,3% afirmaram que raramente lêem o jornal e 6,66% disseram ler poucas vezes.

A pesquisa também mostrou que 53% dos estudantes que responderam o questionário nunca foram à Ceilândia. Quando questionados sobre os eventos que acontecem na cidade, 63,3% dos estudantes afirmaram nunca ter ouvido falar dos eventos culturais que acontecem no local.

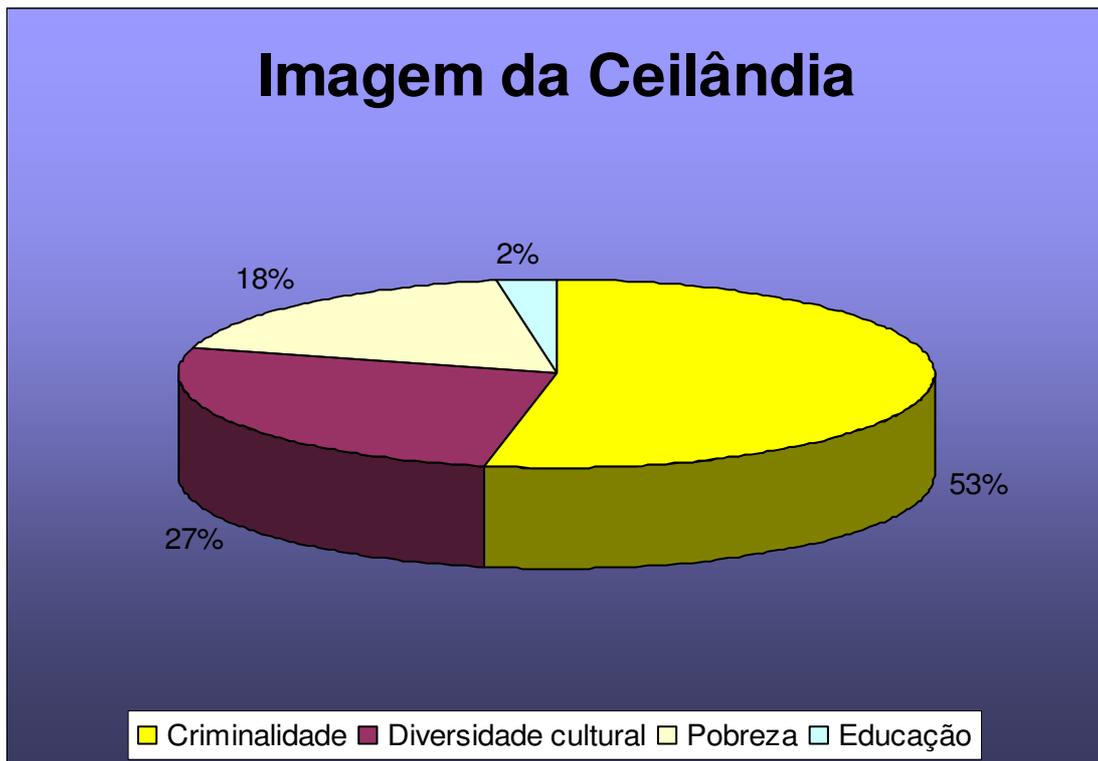
Os 36,3% dos entrevistados que responderam conhecer algum evento sediado em Ceilândia, citaram apresentações de hip hop durante o aniversário da cidade, que é celebrado em 27 de março, e o Ferrock.

Quando perguntados sobre a Central Única de Favelas do DF, que atualmente promove eventos culturais como forma de inclusão social não só em Ceilândia, mas em toda periferia do DF, 50% dos estudantes disseram não conhecer e 40% afirmaram nunca ter ouvido falar da central. Apenas 10% dos entrevistados conhecem o trabalho da Cufa.

Outro dado coletado na pesquisa, refere-se à imagem que as pessoas têm da Ceilândia como mostra o gráfico 1. A pesquisadora procurou saber, por meio do questionário, o que passa pela cabeça das pessoas quando o assunto é a Ceilândia. Foram dadas 12 opções para que o estudante escolhesse apenas três. As opções foram as seguintes: violência, tráfico de drogas, esporte e lazer, cultura, pobreza, criminalidade, confusão, educação, diversidade, cultura nordestina, hip hop e outros.

A coleta dos dados mostrou que 25,3% dos entrevistados pensam na violência da cidade, 19,2% lembram da criminalidade, em seguida aparece a pobreza, com 18% das respostas. Posteriormente aparece a diversidade e o hip hop, empatados com 9,6%, seguidos pelo tráfico de drogas, com 6% das respostas. As opções esporte e lazer, confusão, cultura, educação e cultura nordestina, apareceram logo atrás com 2,4% das respostas. Apenas uma estudante respondeu que pensa em outros fatores, a distância.

Gráfico 1. Como a Ceilândia é percebida pelos estudantes



O gráfico 1 mostra como a cidade-satélite é vista pelos estudantes que responderam o questionário. Para compreender a dimensão do resultado esta pesquisadora dividiu o gráfico da seguinte forma: a categoria criminalidade inclui, também, violência, tráfico e confusão; e a categoria diversidade cultural inclui esporte, cultura e lazer, diversidade, cultura nordestina e hip hop.

Uma última questão mostrou que a maioria dos entrevistados acredita que a imagem negativa que as pessoas têm da Ceilândia se deve a cobertura feita pela mídia. A análise dos dados mostrou que 73,3% dos entrevistados acreditam nesta afirmação.

A pesquisadora pôde perceber com o resultado da pesquisa que realmente a imagem construída pelas pessoas que moram nas cidades de maior poder aquisitivo do DF acerca da Ceilândia é de fato negativa. Cabe ressaltar que a maioria dos entrevistados, como já ficou destacado na pesquisa, não conhece a cidade, portanto cria uma imagem baseado relatos de outras pessoas ou em notícias veiculadas nos meios de comunicação. No caso da Ceilândia, a

pesquisa explicitou que os pontos mais vistos são questões referentes à criminalidade, drogas e violência como um todo.

Outro ponto que merece destaque é o fato de que a maioria das pessoas não conhece o trabalho da Central Única de Favelas do DF. Isso reflete, portanto, que a mídia, inclusive o jornal analisado, não cede espaço para o trabalho da central. A Cufa trabalha em toda a periferia do DF e 90% dos entrevistados não conhece nenhum de seus projetos.

Considerações finais

A cidade de Ceilândia, assim como grande parte da periferia do Distrito Federal carrega o estigma da criminalidade. A cidade-satélite é vista como palco de cenas de violência e ações governamentais, como se isso fosse tudo que existisse na cidade.

Este trabalho de conclusão de curso se propôs a fazer uma análise de conteúdo das notícias publicadas nos cadernos de cidades e cultura do jornal *Correio Braziliense* sobre a Ceilândia com o objetivo de tentar descobrir como a cidade-satélite mais populosa do Distrito Federal é representada pelo periódico. Além disso, esta pesquisa buscou compreender como a cidade é vista pelas pessoas que não a conhecem. Para isso, foram aplicados questionários a estudantes de classe média alta.

Foi possível perceber que o periódico abordou, nos meses analisados, diversas questões sobre a cidade. Foram publicadas nesse período matérias que destacavam aspectos sociais, violência, educação, saúde, transporte, acidentes e cultura. No entanto, a grande maioria das notícias tratava questões de violência e ações governamentais. Isso significa, portanto, que a cidade é representada de forma negativa e estereotipada, pois temas como criminalidade e problemas de infra-estrutura aparecem de forma constante no jornal.

É importante ressaltar que a pesquisadora não despreza a necessidade e relevância de tais matérias, pois a população precisa ter conhecimento dos fatos que acontecem na comunidade. Além disso, esse tipo de publicação é importante até mesmo para que o poder público adote providências a respeito dos problemas mostrados pela mídia.

No entanto, a questão defendida nesta pesquisa é a falta de matérias positivas. A ausência de notícias que tratem o lado bom da cidade dá a entender, do ponto de vista desta pesquisadora, que o jornal compactua com a separação de classes que existe no Distrito Federal, onde as classes mais privilegiadas não se misturam com as classes mais pobres.

No que diz respeito à cultura, o jornal publicou no período analisado matérias sobre eventos de grande porte, como o São João do Cerrado, que reuniu grandes nomes da música nordestina e o Ferrock, que apresentou 48 bandas locais durante o mês de agosto. O que reflete, portanto, o interesse que a mídia tem em multidões, eventos que reúnam um grande público, e em temas que vendam jornal.

O que se percebe nas páginas do caderno de cultura deste veículo são matérias voltadas à elite de Brasília, ou seja, os maiores consumidores do jornal. Peças de teatro, shows, festivais e uma série de eventos inacessíveis aos moradores da periferia que acontecem no Plano Piloto estão presentes diariamente nas páginas do *Correio Braziliense*.

Elementos da cultura da periferia como o hip hop quase não são divulgados. Uma prova da importância deste movimento é que o grupo de hip hop da Ceilândia, DF Zulu, foi representar o Brasil no evento *Battle of the year*, um dos maiores campeonatos do mundo na categoria, que aconteceu no mês de outubro na Alemanha. É a primeira vez que um grupo brasileiro participa do evento. Outro fator importante na cultura ceilandense é a influência nordestina na cidade. No entanto, foi preciso que acontecesse um mega evento para que o *Correio Braziliense* mostrasse à população do DF a influência do nordeste na cultura da Ceilândia.

Acredita-se que manifestações culturais como estas servem como forma de inclusão social, e com a valorização e incentivo da mídia, podem auxiliar a promover o contato e integração entre os moradores da periferia e das cidades de maior poder aquisitivo do DF.

Assim, sendo a Ceilândia representada de forma negativa, a população do Plano Piloto cria uma imagem também negativa da cidade. As pessoas passam a associar a cidade a problemas, o que gera certo preconceito por parte dos moradores do Plano Piloto. Muitas pessoas são discriminadas pelo simples fato de morar na cidade-satélite.

Esta pesquisadora acredita que a mídia, incluindo o *Correio Braziliense*, deveria abordar de forma mais ampla os aspectos culturais, não só de Ceilândia,

mas de toda a Periferia do DF, sem se limitar a releases e assessorias de imprensa. Cabe ao jornalista procurar saber e mostrar o que essas cidades têm a oferecer, contribuindo assim, para uma integração entre os moradores da chamada elite e da periferia.

Referências Bibliográficas

AMARAL, Luiz. A objetividade jornalística. Porto Alegre: Sagra, 1996.

BARDIN, Laurence. Análise de Conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2006.

DURAN, Gilbert. O Imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: Difel, 2004.

JODELET, Denise. As representações sociais. Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

LAGE, Nilson. Estrutura da Notícia. São Paulo: Ática, 1998.

MACHADO, M. S. K.; SOUZA, N. H. B. Ceilândia: Mapa da cidadania. 1. ed. Brasília: UnB/ Faculdade de Direito, 1999.

MARCONDES FILHO, Ciro. A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

REZZINI, Carlos. Hipólito da Costa e o *Correio Braziliense*. São Paulo: Nacional, 1957.

SODRÉ, Nelson Werneck. História da Imprensa no Brasil- 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são. Florianópolis, SC: Insular, 2. ed., 2005.

TRAQUINA, Nelson. O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

Sites consultados:

Administração Regional de Ceilândia

Disponível em <http://www.ceilandia.df.gov.br>, acessado em 4 de outubro de 2007

Ceilândia

Disponível em <http://www.ceilandia.com>, acessado em 4 outubro de 2007.

Anexo - Questionário aplicado aos estudantes do UniCeub

Questionário para estudantes do UniCeub

Nome:

Curso:

Idade:

Onde mora:

1. Com que frequência lê o Correio Braziliense:

- Todos os dias
- Uma vez por semana
- Duas vezes por semana
- Três vezes por semana
- Quatro vezes por semana
- Nenhum dia
- Raramente
- Poucas vezes no mês

2. Assina o jornal Correio Braziliense?

- Sim
- Não

3. Quando você pensa na Ceilândia, o que lhe vem a cabeça? Marque até três opções.

- Violência
- Tráfico de drogas
- Esporte/ Lazer
- Cultura
- Pobreza
- Criminalidade
- Confusão
- Educação
- Diversidade
- Cultura nordestina
- Hip Hop
- Outros _____

4. Já foi alguma vez a Ceilândia?

Sim

Não

Se não, tem vontade de conhecer? Por quê?

5. Já soube de algum evento, show, festa, teatro que aconteceu na Ceilândia?

Sim, soube do _____

Não

6. Você conhece a Central Única de Favelas do DF?

Sim

Não

Nunca ouvi falar

7. Você acha que a imagem ruim que as pessoas têm da Ceilândia pode ser causada pela mídia?

Sim

Não