

Juventude e política: como jovens juiz-foranos avaliam a cobertura das eleições de 2010 pelo Jornal Nacional ¹

Fernanda Nalon SANGLARD²

Paulo Roberto Figueira LEAL³

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

RESUMO

Este artigo tem a proposta de apresentar algumas reflexões sobre a relação entre juventude, telejornalismo e política. O objetivo é demonstrar, a partir de revisão bibliográfica, como a mídia tem papel relevante como espaço de projeção de identidades e apresentar resultados de uma pesquisa realizada com estudantes de ensino médio de Juiz de Fora (MG). A partir de aplicação de questionários e discussão em grupo focal, buscou-se compreender como esse público percebeu a cobertura do processo eleitoral de 2010 realizada pelo Jornal Nacional, da Rede Globo, de que maneira eles avaliam o telejornal e como fazem uso das informações políticas mediadas por esse veículo.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; identidades; política; juventude; telejornalismo.

INTRODUÇÃO

Muito se fala sobre a produção das notícias e a análise de coberturas telejornalísticas. Mas o que determinado público compreende sobre aquilo que é veiculado na televisão e de que forma se relaciona com o conteúdo de viés político por ela transmitido? Esses questionamentos são alguns dos que norteiam este artigo, ao buscar compreender elementos da relação dos jovens com a política, a mídia e a construção de identidades.

Existem muitas juventudes. E essa afirmativa impõe que qualquer trabalho que tenha os jovens como objeto de estudo delimite bem de qual juventude se trata. Sabendo-se da dificuldade de abordar esse grupo social apenas por meio do apontamento das semelhanças entre seus membros, buscou-se também apontar alguns aspectos da alteridade, seguindo os preceitos dos Estudos Culturais. Logo, a delimitação decorreu também da indicação de diferenças dessa parcela da população em relação a outras faixas etárias: os jovens aos quais se faz referência neste artigo são estudantes de 16 a 18 anos incompletos em 2010 (e que, portanto,

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista e mestre em comunicação pelo PPGCOM/UFJF, email: nandanalon@yahoo.com.br.

³ Doutor em ciência política e professor do PPGCOM/UFJF, pabeto.figueira@uol.com.br

puderam escolher se participariam ou não processo eleitoral daquele ano), moradores de Juiz de Fora, Minas Gerais.

Independente dessa delimitação, ao estudar aspectos da juventude, sempre existe a tendência de buscar compreender a necessidade que os indivíduos têm de se sentirem pertencentes a algum grupo e de afirmarem traços em comum com os membros da tribo a que se integram ou à qual desejam pertencer.

É comum ouvirmos que a adolescência é o período de definição das identidades, mas, talvez, seja mais compreensível entendê-la como uma das fases em que se convive mais intensamente com o deslocamento das identidades. E a mídia, como um lugar de projeções identitárias, ganha relevância, já que passou a dividir com outras instituições a responsabilidade de contribuir para a criação de laços de pertencimento e estimular a identificação com alguns valores socialmente construídos.

Para buscar compreender alguns desses vínculos e a maneira como tal público tem acesso à informação política pelos noticiários e faz uso dela, a pesquisa que incorpora este artigo tentou conhecer melhor alguns grupos de jovens e sua relação com a política. Parte do estudo foi dedicada a ouvi-los, a partir da aplicação de questionários e realização de discussões em grupo focal.

A pesquisa foi realizada em Juiz de Fora, cidade de porte médio da Zona da Mata de Minas Gerais. Conforme o Censo Demográfico 2010 (IBGE, 2010), o município tem pouco mais de 516 mil habitantes, sendo quase 88 mil jovens com idades entre 15 e 24 anos, o que corresponde a 17% da população juiz-forana. Entre esses jovens, cerca de 20 mil, segundo dados do Ministério da Educação (MEC), cursam o ensino médio em uma das 59 escolas públicas e privadas cadastradas no ministério (conforme dados coletados pelos pesquisadores em 2011).

Como tal faixa etária concentra majoritariamente estudantes do terceiro ano do ensino médio, a fase inicial da pesquisa foi realizada em escolas, com alunos dessa série. De cinco escolas procuradas para integrarem o trabalho, três – sendo duas públicas e uma particular – aceitaram participar da proposta. O critério de escolha dos colégios foi o número de alunos e, conseqüentemente, a tradição da instituição de ensino na cidade. A pesquisa privilegiou as instituições de ensino que concentram mais estudantes.

Os questionários foram aplicados em uma turma de cada escola, perfazendo um total de 107 estudantes, sendo 29 do Instituto Estadual de Educação e 31 da Escola Estadual Delfim Moreira (ambas escolas públicas), e 47 do Instituto Metodista Granbery integrado ao Curso Cave, que são instituições de ensino particular que ofertam o terceiro ano do ensino médio de

forma conveniada. Também foi realizado um grupo focal com participação de sete desses estudantes. Eles puderam responder a itens que envolvem a mensuração do que pensam sobre a política, o telejornalismo, e a cobertura política do Jornal Nacional (JN), da Rede Globo.

Como se trata de uma pesquisa qualitativa, vale ressaltar que importam mais as respostas obtidas e sua contextualização do que os números, por isso, a coleta de dados não teve o intuito de representar uma amostragem bem definida dessa população. O JN foi o telejornal escolhido por ainda ser o mais duradouro e com maior audiência do país.

A TV COMO LOCAL DE PROJEÇÕES IDENTITÁRIAS

Os jovens atuais vivem a efervescência tecnológica e as primeiras consequências do mundo globalizado, acompanhando de forma cada vez mais midiaticizada as modificações da sociedade. Esses fatores também se relacionam com a ascensão dos veículos de comunicação (numa imensa variedade de novas plataformas tecnológicas) como substitutos na operação de muitas funções antes associadas a outras instituições.

Apesar do reconhecimento da importância das instituições socializadoras tradicionais, as profundas transformações observadas nos últimos 50 anos do século XX produziram impactos significativos nas formas como as relações entre as idades e o próprio ciclo de vida são experimentadas. Por essas razões [...], tem sido recorrente a ideia de que se observa um processo de desinstitucionalização da condição juvenil. Embora os sentidos da expressão desinstitucionalização estejam recobertos de múltiplos significados [...], de modo geral, este termo tem significado, na acepção de Miguel Abad (2003), uma crise das instituições “tradicionalmente consagradas à transmissão de uma cultura adulta hegemônica, cujo prestígio tem se debilitado pelo não-cumprimento de suas promessas e pela perda de sua eficácia simbólica como ordenadoras da sociedade” (p.25). (SPOSITO in: ABRAMO e BRANCO, 2008, p. 90-91).

Neste novo contexto de experimentação e desinstitucionalização, os meios de comunicação, principalmente os de massa, passaram a dividir com as instituições tradicionais – como Estado, família, escola e religião – a responsabilidade de contribuir com as construções identitárias da sociedade. Muitas vezes, é atribuído à mídia papel preponderante nesse processo. Segundo Aldé (2004, p. 19), “o cenário em que encontramos os cidadãos da democracia contemporânea caracteriza-se por uma esfera pública cada vez mais dependente dos meios de comunicação de massa [...]”.

Como o contexto não é fruto de experiências objetivas, entende-se que as identidades ganham sentido a partir da linguagem e da representação simbólica. A identidade também é marcada pela diferença, pois, para existir, depende de uma negação. Ou seja, “a diferença é sustentada pela exclusão” (HALL, 2000, p.9).

E é por meio da linguagem e da representação que os meios de comunicação de massa – no caso desta pesquisa, a televisão – atuam como contribuintes para a construção da realidade. Assim, as produções jornalísticas são espécies de narrativas do mundo vivido, que, a partir dos “óculos” usados pelos jornalistas e editores, políticas editoriais das empresas jornalísticas e percepções pessoais dos profissionais que estiveram diante dos fatos, recontam aquilo que julgam ser de interesse da população.

No processo de decisão sobre o que merece ser noticiado e como será noticiado, como destaca Traquina (2008), existe o espaço das escolhas, dos enquadramentos, que, quando são repetitivos, contribuem para a integração dos jornalistas em uma “comunidade interpretativa transnacional”, como é descrito por Zelizer (1993 apud TRAQUINA, 2008). Ou seja, em algumas circunstâncias, em qualquer lugar do mundo que o indivíduo esteja, é possível ter a sensação de que a informação é repassada da mesma maneira por qualquer veículo jornalístico, porque partilham de quadros de referências comuns.

E esses quadros de referência nada mais são do que reflexos de identidades que foram cristalizadas, de tentativas de unificação de um público que, na verdade, não tem unidade, por ser composto por diferenças e indivíduos desiguais. Na impossibilidade de se conhecer cada pessoa que compõe o universo dos espectadores, a cultura jornalística trabalha com a audiência estimada, na tentativa de oferecer um produto que interesse a maioria.

A partir de estudo que toma por base pesquisa anterior realizada em um jornal local da Rede Globo no Rio de Janeiro, Alfredo Vizeu, Heitor Costa Lima da Rocha e Fabiana Cardoso de Siqueira (2010) relatam uma transformação do entendimento da audiência televisiva, que passa de audiência presumida a co-produtora da notícia.

É a hipótese da audiência presumida que indica que os jornalistas constroem antecipadamente o lugar da “recepção”, da audiência, dentro de um contexto em que fazem parte a cultura profissional, a organização do trabalho, os constrangimentos organizacionais, os processos produtivos, os códigos particulares (regras e manuais de redação), a língua e as regras do campo da linguagem, para produzirem discursos no trabalho da enunciação. (VIZEU, ROCHA, SIQUEIRA, 2010).

No desconhecimento das diferenças e na tendência de usar sempre os mesmos enquadramentos, o jornalismo, por vezes, ignora outras dimensões possíveis das narrativas. E, com a característica que tem de não apenas projetar socialmente alguns tópicos, mas também de enquadrar esses tópicos, pode contribuir para uma visão essencialista e reducionista das coisas do mundo. Conforme Peter Berger e Thomas Luckmann (2007), o anonimato alimenta as tipificações.

Essencializar as categorias identitárias ou as diferenças torna invisíveis as condições de emergência das mesmas e as relações de poder que ocorrem no campo da cultura, segundo Neuza Guareschi (2006). “Ao naturalizá-las [...], universalizamos marcadores identitários e reduzimos os sujeitos aos mesmos.” (GUARESCHI, 2006, p.89).

A partir do entendimento das identidades como produtos sociais, surge a compreensão de que os meios de comunicação contribuem de forma decisiva para a construção social da realidade. A televisão, que ainda possui papel preponderante entre os meios de comunicação de massa disponibilizados na democracia de público brasileira, colabora, sobremaneira, para o entendimento da política pelos brasileiros.

Os produtos jornalísticos televisivos, com o reconhecimento e status de instituição social que conservam, podem ser compreendidos como uma das principais formas de se levar à população a informação política, e se transformam em local de discussão sobre a área. Não é por menos que os debates televisivos às vésperas das eleições e as entrevistas realizadas por jornalistas com candidatos a cargos públicos ainda são acompanhados pelo grande público e ganham repercussão nas demais mídias.

Gomes (2006) defende que, ao participar da construção das notícias, o sujeito começa a se integrar ativamente ao processo de comunicação. Mas será que os jovens conseguem se sentir próximos da política, a partir do que é noticiado nos telejornais? Eles se sentem inseridos nesse campo e participantes da construção da notícia?

Nesse sentido, questiona-se como a juventude percebe essa possibilidade de participação mais efetiva como audiência. A questão é válida, à medida que a juventude da qual faz-se referência é aqui entendida como o período em que se estabelecem as primeiras relações mais independentes com o mundo, inclusive com a inserção no processo eleitoral e a busca por um direcionamento político cada vez mais marcado pelo consumo midiático.

COMO OS JOVENS ENXERGAM A POLÍTICA NO TELEJORNAL

Para buscar compreender melhor os processos de identificação política dos jovens juiz-foranos e a utilização que fazem da televisão, em especial do telejornalismo para obter informação política, além da aplicação de questionários, este estudo também utilizou como método de coleta de dados o grupo focal.

Como aqui se trabalha com o pressuposto de que a juventude pode ser entendida como um grupo social e político marcado por algumas especificidades geracionais, essa alternativa metodológica demonstrou-se mais apropriada do que a realização de entrevistas individuais em

profundidade, que proporcionariam um conhecimento mais amplo sobre os indivíduos, mas deixariam em segundo plano sua interação com os demais. Algumas reportagens veiculadas pelo telejornal durante o período de análise também foram exibidas, para que fosse possível acompanhar as reações e os comentários dos integrantes da pesquisa em relação ao material apresentado.

Em outubro e novembro de 2011 foram aplicados 107 questionários com estudantes das três escolas de ensino médio mencionadas anteriormente. A primeira parte do levantamento corresponde a informações socioeconômicas, baseadas no Critério Brasil (2011), com o intuito de compreender qual era a situação das famílias em que esses jovens se inseriam. A partir do questionário, foi possível perceber que, nas escolas estaduais, a maioria dos respondentes pertencia às classes B2 e C1; na escola particular, concentravam-se nas classes B1 e A2.

Além da parte socioeconômica, o questionário também buscou verificar se a imagem que os jovens possuíam sobre a política era predominantemente negativa (como outras pesquisas apontam para grupos majoritários da sociedade). A partir da possibilidade de resposta espontânea, foi estimulado que os participantes citassem três palavras que viessem à mente quando se fala da expressão “política”.

De 103 termos usados pelos adolescentes, corrupção foi o mais citado, sendo repetido por 87 deles. Palavras positivas, como democracia, eleições, voto, entre outras, também foram lembradas pelos estudantes, porém com menos frequência. Abaixo estão os termos mais recorrentes.

Quadro 1: Cite três palavras que vêm à cabeça quando pensa em política	
Palavras mais citadas	Nº de vezes
Corrupção / corrupto	87
Democracia	14
Eleições	10
Burocracia	9
Desonestidade	8
Roubo	8
Dinheiro	6
Mensalão	6
Voto	6

A prevalência de termos como corrupção, burocracia, desonestidade, roubo, mensalão (e também de outras palavras usadas pelos estudantes, como camaradagem, vergonha, jeitinho e irresponsabilidade) foi contraposta a expressões como direitos, mudança e esperança - vocábulos que, apesar de terem aparecido em menor proporção, demonstram que os

entrevistados não estavam totalmente desiludidos. Uma percepção interessante é que nenhum dos questionários conteve apenas palavras que fazem referências positivas à política. Em todos eles, pelo menos um dos termos usados foi negativo.

Mas que papel cumpre a mídia, mais especificamente a TV, na construção da visão que os jovens têm da política? O primeiro passo para a obtenção de respostas para tal questionamento consistiu na seleção dos participantes para a realização do grupo focal. A partir dos cabeçalhos dos 107 questionários (que foram destacados das respostas, para que os integrantes da pesquisa não pudessem ser identificados), foram selecionados 20 alunos, aleatoriamente, buscando diversidade de idade, gênero, classe social e representatividade das três escolas participantes da pesquisa.

Com os 20 nomes em mãos, as instituições de ensino foram procuradas para a cessão do contato telefônico dos estudantes. A primeira ligação para cada um deles consistiu na explicação da pesquisa e no convite preliminar. A pesquisadora só não conseguiu contato direto com três dos 20 selecionados.

Cinco estudantes disseram não poder ou não ter interesse em participar da atividade. Dos 12 restantes, dois entraram em contato previamente com a pesquisadora para explicar a impossibilidade de comparecer no dia marcado. Três alunos faltaram à atividade, e o grupo focal foi realizado com sete pessoas. De acordo com numerosas referências sobre a metodologia, o ideal é que os grupos de discussão tenham entre seis e 12 integrantes.

Segundo De Antoni et al (2001), cada sessão dura, em média, de uma a duas horas e é recomendado que, além da presença de um mediador (que tem a função de conduzir o grupo e manter o foco da discussão nos temas predeterminados pela pesquisa), conte-se com até dois auxiliares.

Os objetivos da sessão também foram determinados previamente. Além da possibilidade de coleta de dados qualitativos, o método foi escolhido por permitir a observação do comportamento grupal. Por envolver a temática política e suas relações com o campo da comunicação, um dos intuítos traçados foi verificar se o comportamento dos adolescentes durante a discussão condizia com suas falas e de que maneira eles poderiam mudar de opinião com o propósito de concordância com as falas da maioria.

Outro objetivo foi verificar de que forma eles compreendiam o fenômeno político, como percebiam a participação, de que maneira participavam politicamente, e se, em seus discursos, havia recorrências negativas acerca da política. Também se procurou entender se o tema lhes interessava, como enxergavam a cobertura dos assuntos políticos pelo telejornal e quais eram as recordações sobre o período eleitoral de 2010. Buscou-se identificar também se as principais

lembranças coincidiam com os temas que receberam mais destaque no JN. Para obter informações que respondessem a essas questões, o grupo focal foi realizado.

Em fevereiro de 2012, esses jovens foram reunidos para discutir temas relativos à sociedade, à política e aos meios de comunicação. O convite a eles foi feito com essa proposta e com a explicação de que a conversa integraria uma pesquisa realizada na citada instituição.

Como recomenda a literatura (DE ANTONI et al, 2001), a sessão durou aproximadamente uma hora e 30 minutos e se desenrolou a partir de perguntas formuladas pela pesquisadora, que se portou como a mediadora do grupo. Foi comunicado aos adolescentes que a conversa seria gravada, mas que seus nomes não seriam identificados na pesquisa. Na transcrição, os nomes foram substituídos por letras do alfabeto. Em relação à aceitação pelos estudantes, como afirma Carey (1994 apud DE ANTONI et al, 2001), o próprio comparecimento atesta o consentimento em participar da atividade.

Dois jornalistas colaboraram com a pesquisa, na função de auxiliares, realizando anotações (um deles também controlou a gravação). A sessão foi dividida em três momentos: discussão mais genérica sobre a política, abordagem da relação com a mídia e com o JN e percepções que os jovens tinham sobre o sentido social do jornalismo e a respeito de as pessoas, em geral, abordarem a política de forma negativa. Neste artigo, será delimitada a apresentação dos resultados referentes ao segundo e terceiro momentos da atividade.

Além de tentar perceber recorrências nas falas dos participantes, foram observados silenciamentos, contradições e pontos de concordância. A intenção era de que os adolescentes relatassem suas visões e opiniões em relação a algum tema (no caso, a participação política do jovem e a cobertura política do Jornal Nacional) e estimular que eles descrevessem detalhadamente as repostas às perguntas formuladas.

O grupo focal teve a proposta de incentivar a discussão acerca do consumo midiático, em especial do JN. No entanto, antes de se dirigir diretamente ao telejornal, a mediadora buscou estimular que os próprios adolescentes citassem o JN para só assim abordá-lo na discussão. O assunto surgiu já na resposta à primeira pergunta feita, como pode ser observado abaixo:

Mediadora: [...] Vocês devem ter acompanhado as eleições em 2010. Não é isso? Vocês acompanharam pelos veículos de comunicação, pela TV especialmente, por meio dos noticiários, se os candidatos ofereceram propostas para esses problemas que ressaltaram?

C: Demonstraram, mas os noticiários são bem tendenciosos, como o Jornal Nacional. Quando é candidato da direita, eles recebem com toda a felicidade, e quando era o da esquerda praticamente chutaram...

Mediadora: Vocês assistem ao Jornal Nacional normalmente?

Como é possível perceber, foi C quem abordou o JN, e só depois do gancho deixado por ele a mediadora perguntou se o grupo assistia ao telejornal. Dos sete integrantes, cinco reagiram de forma positiva e responderam que sim. Já G e E disseram que assistiam com pouca frequência e que preferiam outros telejornais, sendo que G, militante de esquerda, apresentou resistência em assumir que acompanha, ainda que esporadicamente, o JN.

Embora a maioria tenha dito que assistia ao telejornal, depois das restrições colocadas por G e E, o restante do grupo nitidamente modificou o discurso, fazendo uso de justificativas para o ato de acompanhar o JN. A fala a seguir demonstra a preocupação em sustentar a opinião.

F: Eu assisto. Realmente eles tentam te usar, te manipular. Te manipulam muito a pensar como eles. Não só o Jornal Nacional, como todos os programas que passam. Pelo tempo que tenho, gosto de ver também as notícias na internet. Porque acho que são um pouco tendenciosos a querer mudar a sua opinião.

Tornou-se nítido a partir de uma leitura detalhada de toda a transcrição do grupo focal, que era incômodo para os adolescentes assumir que viam e gostavam do JN. Pelo fato de o telejornal ter grande audiência e ser considerado mais “popular” do que outros telejornais da grade da Rede Globo e de outras emissoras, alguns integrantes deixaram transparecer que assistir ao JN poderia fazer com que parecessem menos intelectualizados que os demais, provocando uma visão ruim sobre eles. Dentre os participantes, C foi o que se demonstrou mais envolvido com o jornalismo e admitiu acompanhar mais de um telejornal por dia: “Lá em casa, a gente assiste a uns quatro jornais. Começa 18h, 19h, 20h...”.

Para entender a visão que os participantes tinham dos meios de comunicação, buscou-se enquadrá-los em duas outras categorias, a partir das falas mais recorrentes. Uma delas é destinada aos que possuem visão mais “apocalíptica” e defendem que a mídia tem sempre sucesso em processos de manipulação, rejeitando a possibilidade de discernimento da população. Eles também poderiam ser definidos como hipermediáticos, como define Wilson Gomes (2004, p.30), por verem “comunicação demais nas coisas”. A outra enquadrava aqueles que tinham um olhar mais próximo da ideia de “negociação simbólica” em relação ao processo comunicacional, percebendo sua importância, sua capacidade de formar consensos, mas também entendendo que nem sempre o público é convencido.

Dos sete integrantes, cinco aparentaram ter visão “apocalíptica”. Eles atribuíram à mídia grande poder de persuasão e manipulação e acabaram culpabilizando-a pela falta de motivação da sociedade e pela baixa participação política, como se aquilo que veicula fosse capaz de, isoladamente, influenciar as pessoas, que, por sua vez, comportar-se-iam como fantoches, sem apresentar resistência.

Apesar da inocência desse tipo de pensamento, durante o momento de recepção do telejornal proporcionado no grupo focal, todos os adolescentes se comportaram de maneira crítica, revelando que, apesar do medo de serem influenciados, eles mesmos não agiriam como espectadores passivos.

Ainda que alguns se demonstrassem menos próximos da temática política, como A e F, todos souberam identificar alguns enquadramentos predominantes utilizados no telejornal e momentos em que a cobertura parecia ser tendenciosa. Contudo, como sabiam que eram observados para uma pesquisa, após assistirem a algumas matérias veiculadas no JN, posicionaram-se algumas vezes com juízo crítico exacerbado e tentaram encontrar problemas e sentidos ocultos até onde não havia justificativas para isso. Isso pode ser observado na transcrição abaixo, quando C comentou uma notícia que divulgava o resultado de uma pesquisa de intenção de voto.

C: A Amostragem foi pequena. Foram três mil eleitores ouvidos pelo Ibope. E o Brasil tem milhões de eleitores. Só em Minas são oitocentos e poucos municípios.

Mediadora: Mas é uma amostragem, há uma margem de erro divulgada... Não vamos entrar nesse mérito dos institutos de pesquisa agora, porque queremos focar na cobertura eleitoral.

C: Acho que não teve uma tendência muito forte.

Inicialmente, três reportagens veiculadas no JN no período eleitoral de 2010 foram exibidas aos participantes. Elas foram escolhidas porque abordaram alguns dos principais temas debatidos durante a campanha presidencial. Não foram exibidas mais matérias no primeiro momento, para verificar se os adolescentes se recordariam de outras temáticas que também marcaram o pleito.

A primeira reportagem exposta foi sobre o 8º Congresso Brasileiro de Jornais, que contou com a participação de Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB). A matéria também focou a liberdade de expressão. A segunda abordou a proibição da divulgação dos resultados das pesquisas de intenção de voto pela imprensa do Paraná, a partir de pedido da coligação do então candidato a governador Beto Richa (PSDB) à Justiça Eleitoral. Já a terceira foi uma das reportagens sobre as denúncias de tráfico de influência, envolvendo a então ministra-chefe da Casa Civil, Erenice Guerra.

Os participantes do grupo focal, principalmente E e G, manifestaram compreender e ter acompanhado as discussões sobre liberdade de imprensa durante a campanha presidencial de 2010. Eles também perceberam nas notícias exibidas – e lembraram de outros exemplos – a posição contrária do telejornal às propostas de regulamentação da mídia.

G: Acho que, tipo assim, a mídia tem usado esse negócio de liberdade de imprensa para impossibilitar a discussão. Acho que a gente podia opinar. Que liberdade de imprensa é essa, se os canais abertos são todos autoritários? Não tem liberdade de imprensa. Tem liberdade só para eles, porque, para os telespectadores, não. Por exemplo, quem não pode pagar canal fechado não pode assistir televisão [...].

E: Sobre aquilo que ela falou, o Governo tem proposta para a regulamentação da mídia. A própria mídia faz uma divulgação totalmente negativa sobre isso. É até uma contradição lutar por liberdade. A própria mídia aberta no Brasil é comandada por algumas famílias e eles mesmos censuram alguns assuntos. Tem coisa na internet que você não vê na TV. É um absurdo isso.

Além das temáticas demonstradas nas primeiras matérias, os adolescentes também se recordaram de outros assuntos que marcaram a cobertura midiática, como as polêmicas sobre o aborto e a questão religiosa, a tentativa de impedir os programas humorísticos de “brincarem” com os candidatos durante o período eleitoral, as denúncias de corrupção, e lembraram até do episódio em que Serra, durante ação de campanha, foi atingido por uma bolinha de fita crepe.

Eles também reconheceram que a cobertura das eleições em 2010 foi marcada por temas midiáticos e escândalos, em detrimento da discussão de propostas. Consequentemente, foram esses temas relacionados à espetacularização da política os mais lembrados por eles. Apenas G teve mais recordação de propostas.

G: Lembro mais das propostas, porque a minha visão é a de quem estava na campanha. Participei da campanha da Dilma. Acho também que a imprensa sempre arruma algum motivo de fundo político para manter o foco. Mídia não fica nas propostas. Sempre arruma algum escândalo para mostrar. Eu lembro que nas outras eleições, teve o dossiê... Que até hoje não foi muito esclarecido e ninguém sabe ao certo o que foi aquilo. Sempre arrumam alguma coisa para desestabilizar um candidato.

Portanto, é notório que os assuntos mais recorrentes nos noticiários – em um universo no qual o Jornal Nacional ainda assume posição de destaque por concentrar a maioria da audiência – tornaram-se aqueles mais patentes para o público e também corroboraram, como foi demonstrado pelos adolescentes, para a fixação de uma visão negativa e pessimista sobre o fenômeno político e a participação da população.

Assim como estudos mais amplos (ABRAMO e BRANCO, 2008) já apontavam, foi demonstrado pela aplicação do questionário e também pelo grupo focal que assistir à televisão ainda é uma atividade realizada por quase todos os jovens. Dos 107 que responderam às questões formuladas no questionário, 54 apontaram a TV como a principal fonte de informação sobre a política. Outros 19 disseram ser a internet, dez fizeram menção a jornais e revistas impressos, seis à família, três à escola ou aos livros e apenas um apontou o rádio como fonte

prioritária. Onze estudantes não responderam ou preencheram incorretamente este item no questionário.

De acordo com os sete participantes do grupo focal, essa polarização da TV se deve a vários fatores, entre eles ao maior acesso dessa mídia, ao desinteresse dos jovens pela leitura e ao fato de muitos ligarem o aparelho em busca de outras informações e acabarem sendo surpreendidos pela informação política. A maioria dos integrantes deixou transparecer ser raro buscarem por iniciativa própria notícias do campo político. Por outro lado, quando se interessavam por algum tema noticiado nos telejornais, disseram recorrer a outras mídias em busca de mais aprofundamento. A transcrição a seguir demonstra categoricamente esses perfis:

E: Por causa do alcance universal. O alcance da internet não é tão grande quanto o da televisão. Em qualquer residência do Brasil, tem televisão.

A: E porque o jovem não tem tanta vontade de ler jornal impresso e revista.

F: É, porque o telejornal você para e fica assistindo. É uma coisa que você acaba sendo quase forçado a ver. Agora, eu vou comprar jornal para ler política? A última coisa que eu vou pegar para ler é isso num jornal. Vou ler as notícias. Já no (tele)jornal, se está passando, você vai ver. E, na internet, tem tanta coisa para você olhar que você não vai entrar na página para olhar política.

C: Comigo acontece mais assistir uma notícia no jornal, na televisão, para você ficar sabendo a notícia, e, depois, você entra na internet para ficar sabendo mais detalhes.

[...]

C: A TV é só para receber a notícia.

B: De modo geral, a população fica muito mais tempo na televisão, do que na internet ou lendo jornal. Aí representa um universo muito maior de informação para a pessoa ficar sabendo da política.

Após assistir às duas entrevistas de Dilma Rousseff feitas no estúdio do JN – antes e depois de ser eleita –, os adolescentes também notaram a diferença de postura dos apresentadores do telejornal (na época, William Bonner e Fátima Bernardes). “Do jeito que o Bonner falou, parecia que ele estava apoiando a Dilma. Estava feliz”, disse D, fazendo referência à cobertura do dia seguinte ao segundo turno das eleições. Eles perceberam que as perguntas foram mais incisivas e ríspidas quando Dilma ainda era candidata e também o aspecto de celebração e os questionamentos mais amenos depois de eleita. Como resumiu C, “na segunda entrevista, você vê o elogio, na outra, a crítica”.

Apenas F acreditava que o JN teria sido parcial, mas a favor da candidata do PT, desde o início da campanha. No entanto, após assistir aos trechos das duas entrevistas e ouvir os argumentos dos demais colegas, F acabou concordando com a maioria.

Além dessas impressões sobre a cobertura do telejornal, as falas também desvelaram a preocupação com a corrupção e com o tipo de abordagem ofertada. “Sempre tem corrupção, o ano inteiro. Mas mostram mais no período de campanha”, ressaltou F. O discurso tornava evidente a decepção com o atual cenário político, ao admitir que a corrupção é algo frequente. Contudo, o participante observou que esse tipo de denúncia ganha mais espaço no momento da disputa eleitoral.

O grupo também questionou o maior espaço dedicado pela mídia a assuntos negativos sobre o fenômeno político. “Não mostra o poder transformador da política, o movimento social, as políticas públicas...”, observou G. O participante E reforçou dizendo: “Acontece um monte de coisas, mas os jornais caem em cima da corrupção, desmotivando ainda mais as pessoas.” O integrante A também percebeu que, durante o período do pleito, a política recebe mais destaque no telejornal do que o de costume. Os comentários acerca da cobertura atestam que alguns apontamentos obtidos por meio da análise são perceptíveis a qualquer cidadão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Propositalmente, a aplicação dos questionários e o grupo focal foram realizados aproximadamente um ano após as eleições de 2010, com o intuito de verificar as lembranças dos jovens sobre esse momento eleitoral e se essas recordações teriam relação com os assuntos mais destacados pela mídia.

As discussões em grupo demonstraram que os temas mais recorrentes para os sete participantes sobre o pleito de 2010 foram realmente aqueles que receberam destaque no JN - essa verificação foi possível a partir de análise de conteúdo da cobertura eleitoral do telejornal (SANGLARD; LEAL, 2012).

Os jovens participantes da atividade também destacaram em suas falas a tendência de a mídia garantir mais espaço à política durante o período eleitoral e de as denúncias de corrupção aflorarem nesse período. Mas criticaram o fato de, normalmente, o lado negativo da política ser priorizado. Os discursos dos adolescentes no encontro demonstraram a decepção com o atual cenário político. Alguns deles revelaram acreditar que a corrupção é algo intrínseco.

O que os jovens não perceberam é o quanto os discursos adotados por eles próprios estavam carregados de sentidos que também fazem transparecer mais o lado negativo do fenômeno político. Apesar de todos terem consciência de que a política é algo mais amplo do que a disputa eleitoral e a corrupção, a recorrência com que retomavam esses aspectos em suas falas expressa como a visão deles está contaminada pelos conceitos reducionistas.

Apesar de também terem assistido, durante o grupo focal, a notícias que tratam da política de maneira neutra e até positiva, sobressaíram ao olhar desses adolescentes os aspectos negativos. E nenhuma observação positiva sobre a cobertura do JN foi realizada, ainda que o telejornal tenha conseguido momentos de sucesso.

Segundo o grupo, o JN não fala para o jovem, e os meios de comunicação de massa, em geral, tratam essa parcela da população de maneira negativa, apontando-a como sendo composta por baderneiros e delinquentes. Ainda assim, eles disseram assistir ao telejornal, por ser uma questão cultural, porque ligam o televisor para ver outros programas e acabam acompanhando o JN e porque “todo mundo assiste Globo”, como afirmou D.

Para alterar o cenário contemporâneo marcado pela desmotivação e falta de incentivo à participação e cobrar do jornalismo e da mídia mais engajamento nesse processo de mudança, os adolescentes propuseram o estímulo ao envolvimento nos grêmios estudantis, nas associações de moradores e nos partidos políticos. Também defenderam que os fóruns de discussão e elaboração de propostas sejam ampliados, para permitir mais acesso da população.

O grupo também vocalizou a tese de que cada um pode ser mais atuante, cobrando o que é de direito, e que as pessoas deveriam opinar mais e buscar mais informações, tanto em relação à política quanto à produção midiática. “Seria preciso que [os veículos de comunicação] escutassem mais, promovessem debate para a sua programação. Mudar até a relação mídia e sociedade”, defendeu G.

Além disso, durante toda a discussão, os jovens cobraram um papel mais efetivo da escola na formação política. De acordo com eles, ao não estimular a criação de grêmios e de maior organização política dentro do ambiente escolar, as instituições de ensino acabam por desencorajar os adolescentes. O grupo disse acreditar que a gestão nesse ambiente deveria ser mais participativa e que professores e alunos poderiam montar grupos de discussão para propor e cobrar melhorias. A ideia de que os professores passem a abordar a política de maneira mais ampla dentro da sala de aula também foi aventada pelos estudantes.

A fala de F é sintomática: “Nas escolas, os professores metem o pau nos políticos. São poucas as escolas que têm aula para ensinar, pensar e ter uma visão crítica. Acho que isso influencia essa visão negativa. Só mostram tudo de ruim.”

As revelações, comentários e cobranças feitos pelos sete integrantes do grupo focal reforçam o vínculo desta pesquisa também com o campo da educação e o importante papel dos meios de comunicação e da escola no processo de formação de uma sociedade mais consciente, crítica e atuante.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Helena Wendel; BRANCO, Pedro Paulo Martoni (Org.). **Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2008.

ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção Social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Trad. Floriano de Souza Fernandes. 27 ed., Petrópolis: Vozes, 2007.

CRITÉRIO BRASIL. Disponível em:
<<http://www.abep.org/novo/Utils/FileGenerate.ashx?id=197>>. Acesso em: 25 ago. 2011.

DE ANTONI et al. **Grupo Focal: método qualitativo de pesquisa com adolescentes em situação de risco**. Arquivos Brasileiros de Psicologia, 2001. (p.38-53).

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GUARESCHI, Neuza Maria de F. **A mídia e a produção de modos de ser da adolescência**. In: Revista Famecos, Porto Alegre, n.30, p. 81-89, ago. 2006.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 7.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

SANGLARD, Fernanda Nalon; LEAL, Paulo Roberto Figueira. **As eleições presidenciais no JN: análise de conteúdo da cobertura política do telejornal em 2010**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/regional/resumos/R33-1036-1.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2012.

GOMES, Taiga Corrêa. **A localidade no telejornalismo: um espaço de interação e pertencimento**. In: Intercom Sudeste 2006. Ribeirão Preto, maio 2006.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Editora Insular, 2.ed, 2008.

VIZEU, Alfredo Eurico; ROCHA, Heitor Costa Lima da; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. **Telejornalismo: da audiência presumida aos co-produtores da notícia**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3124-1.pdf>> Acesso em: 1 dez. 2010.