

Televisão, Telejornalismo e Juventude: o que jovens da periferia pensam sobre o Jornal Nacional?¹

Aline Silva Correa Maia

Resumo

Este artigo apresenta uma reflexão acerca do que alunos do ensino médio de uma escola pública da periferia de Juiz de Fora, MG, pensam sobre o Jornal Nacional. Em uma sociedade com escasso hábito de leitura, o noticiário televisivo ganha *status de local de orientação*, ao qual homens e mulheres recorrem a fim de obter informações para compreender seu cotidiano. Uma vez que o JN propõe-se a contribuir para o dia-a-dia do cidadão brasileiro, decidimos averiguar sua recepção entre a juventude da periferia. A partir da análise de 283 questionários e de depoimentos colhidos em um grupo de discussão, concluímos que os jovens veem no principal telejornal da Rede Globo um meio eficaz de informação sobre o Brasil e o mundo, mas frágil no que diz respeito ao que realmente compõe o cotidiano juvenil da periferia.

Palavras-chave:

Televisão, Telejornalismo, Juventude, Representação, Cidadania

Television, telejournalism and youth: what does young outskirts people think about Jornal Nacional?

Abstract

This article presents a reflection about what high school students in a public school on the outskirts of Juiz de Fora, MG, think about the Jornal Nacional. In a society with little habit of reading the news from local TV gets status of guidance, to which men and women use to obtain information to understand their daily lives. Since JN proposes to contribute to the day-to-day of the Brazilian citizen, decided to investigate its reception among the youth of the suburbs. From the analysis of 283 questionnaires and collected evidence in a discussion group, we find that young people watch on main Rede Globo TV newscast of an effective means of information about Brazil and the world, but fragile with respect to what actually comprises the daily youth from the periphery.

Key words:

Television, Telejournalism, Youth, Representation, Citizenship

Sobre o autor

Mestre em Comunicação pelo PPGCom da Universidade Federal de Juiz de Fora. Jornalista graduada na Faculdade de Comunicação da UFJF. Editora-chefe do MGTV 2ª edição da TV Panorama – afiliada da Rede Globo em Juiz de Fora (MG).
ninemaia@hotmail.com

São numerosos os pesquisadores que se dedicam a relacionar a importância da TV na vida das pessoas, a investigar as mediações no processo de recepção televisiva, bem como a analisar o protagonismo do receptor e a leitura crítica dos meios. Também são vários os estudos que já se empenharam em ouvir adolescentes, de diferentes perfis, sobre como eles recebem as informações midiáticas. Afinal, a juventude² encerra um segmento da sociedade que consome informação e entretenimento em abundância e, por esse aspecto, é fato que os membros deste grupo muito têm a dizer sobre o que é veiculado nos meios de comunicação de massa. E é a fim de colaborar com este campo de pesquisa que propomos, neste artigo, refletir sobre como jovens moradores de bairros da periferia³ de Juiz de Fora, cidade do interior de Minas Gerais, com pouco mais de 520 mil habitantes, recebem e fazem uso – ou não – do que é exibido no principal telejornal da Rede Globo, o Jornal Nacional (JN).

O presente texto é um recorte de uma pesquisa mais ampla – nossa dissertação de mestrado defendida em março de 2009 – na qual, através de um estudo de recepção, analisamos como as mensagens veiculadas no JN agem na construção identitária da juventude suburbana, na percepção do que este grupo entende por realidade e na valorização da cidadania. No recorte que fazemos para este artigo, vamos focar nossas reflexões sobre jornalismo e juventude a partir do seguinte questionamento: O que jovens moradores de bairros da periferia pensam sobre o principal noticiário da Rede Globo?

Partimos do pressuposto de que o receptor das mensagens midiáticas não tem um comportamento passivo diante dos meios. Ao contrário, estabelece suas próprias significações e utiliza muito das informações recebidas para a construção de sua cultura. De um lado, referências advindas da narrativa televisiva colaboram para a configuração dos indivíduos e, por extensão, das estruturas sociais. Por outro, as formas de retratação da realidade, principalmente das minorias e dos assuntos que lhes dizem respeito, estão diretamente relacionadas à promoção, ou não, da sua cidadania. Em uma civilização em transformação acelerada como a nossa, onde os meios de comunicação firmam-se como uma das instituições mais relevantes no processo de socialização dos indivíduos, a televisão tornou-se parte vital do cotidiano popular.

Uma vez encontrado o *lugar* da TV na vida das pessoas, pensamos também na representação do telejornal para os brasileiros. Dentre uma população com precário hábito de leitura, o noticiário televisivo ganha *status* de *local de orientação*, ao qual homens e mulheres recorrem nas sociedades complexas a fim de obter informações para compreender seu cotidiano, seu mundo. Neste contexto, escolhemos trabalhar com o Jornal Nacional, às

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho na Divisão Temática de Jornalismo, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2009.

² Neste artigo, trabalhamos com o conceito de “juventude” como fase de transição da vida, em que as transformações biológicas dos seres humanos são acentuadas e dão origem às mudanças psicológicas e sociais que marcam o processo de saída da infância para o ingresso no mundo adulto. Assim, tomamos “juventude” com base em um critério etário que, em resumo, corresponde às idades de 14 a 24 anos (PAIS, 1993). Em alguns trechos deste texto, poderemos usar o termo “adolescente” como substituto de “jovem”.

³ Para o presente estudo, partimos do conceito de “periferia” proposto por Rosa Moura e Clóvis Ultramari (1996): são áreas distantes do centro tradicional das cidades, e de forma que os afastamentos não são apenas quantificáveis pelas distâncias físicas existentes, mas, também, “revelados pelas condições sociais de vida que evidenciam a nítida desigualdade entre os moradores dessas regiões”. (MOURA & ULTRAMARI, 1996, p.10). Nas periferias das cidades prevalece a utilização do solo para residência de classes de baixa renda, há predomínio de loteamentos sem infraestrutura e precários no que diz respeito à presença de equipamentos urbanos (praças, por exemplo) e serviços públicos (postos de saúde e creches, por exemplo).

vésperas de completar 40 anos de exibição ininterrupta. E se o JN propõe-se a mostrar o que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo, e também a contribuir para o dia-a-dia do cidadão brasileiro, decidimos averiguar, então, sua recepção entre jovens da periferia.

Televisão, Telejornal e Sociedade

Já é passado o tempo em que família, escola e igreja dividiam sozinhas a responsabilidade na formação dos indivíduos. Esta tarefa também tem sido desenvolvida na atualidade pelos meios de comunicação. Desde cedo – ainda crianças –, temos na mídia – sobretudo na televisão – um mecanismo para suprir nossas carências afetivas, espaciais e de relacionamento. A TV, especificamente, tem ocupado lugar cada vez mais destacado nos lares, o que vem colaborando para a transformação dos modos de circulação da informação no seio familiar. Conforme Martín-Barbero e Rey, a televisão “expõe as crianças, desde que abrem os olhos, ao mundo antes velado dos adultos” (2004, p.55). E como afirma Martín-Barbero (1987), a televisão é muito mais uma formadora de imaginários coletivos a partir dos quais os indivíduos se reconhecem do que simples instrumento de ócio e diversão.

Em setembro de 1950, entrava no ar, no Brasil, a PRF-3 TV Difusora ou Tupi, em São Paulo, sob o comando de Assis Chateaubriand. Menos de um ano depois, em abril de 1951, era inaugurada a TV Tupi no Rio de Janeiro. Conforme Ivete Cardoso Roldão (1999), o modelo de TV adotado no Brasil desde o surgimento é definido como de livre mercado, de forma que não existe uma tradição ou cultura de televisão não comercial no país. O que se implantou foi um negócio dos mais lucrativos. Em meados da década de 1960, o país já possuía 34 estações de TV e quase dois milhões de aparelhos receptores (BUCCI, 2004, p. 224). Desde então, a *caixinha mágica* vem conquistando os brasileiros, tornando-se cada vez mais presente nos lares e firmando-se como uma mídia de amplo espectro social e largo alcance cultural⁴.

Em um país onde 45% da população (ou seja, cerca de 77 dentre 172,7 milhões de brasileiros) não têm o hábito de ler, conforme dados da Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil⁵, divulgada em 2008, a televisão assume papel central entre as formas de informação e entretenimento dos indivíduos. Neste contexto, é compreensível a proposição de Eugênio Bucci (2004) de que a própria imagem que o Brasil teria de si mesmo estaria imbricada na televisão, uma vez que a TV consegue dar unidade, ainda que no plano imaginário, a um país com realidades distintas e até contraditórias em suas regiões. Segundo Bucci, muito mais que mostrar lugares ou mesmo trazê-los de longe para muito perto, a televisão tornou-se um lugar em si, encerrando um outro tempo.

⁴ Diversos fatores contribuíram para a centralidade da televisão entre os meios de comunicação no Brasil, como a concentração da propriedade das emissoras, a má distribuição de renda da população, o regime totalitário das décadas de 1960 e 1970, entre outros aspectos. É preciso ainda lembrar que até 1988 a legislação que regulamentava as concessões de rádio e televisão no país atribuía poder absoluto ao Presidente da República, conforme Ivete Cardoso Roldão (1999).

⁵ O estudo, feito pelo Instituto Pró-Livro e Ibope Inteligência, considerou como universo a população na faixa etária a partir dos cinco anos. A pesquisa foi feita por amostragem, com base em 5,2 mil entrevistas em 311 municípios brasileiros dos 27 estados, no período de 29 de novembro a 14 de dezembro de 2007. O relatório aponta que os classificados como não leitores estão na base da pirâmide social: 28% deles não são alfabetizados e 35% estudaram só até a 4ª série do ensino fundamental. Metade do grupo pertence à classe D e a maioria tem renda familiar de um a dois salários mínimos. A pesquisa indica ainda que os livros religiosos são os que mais atraem esse público: 4,5 milhões disseram ler a Bíblia. Informações disponíveis no site da Agência Brasil www.radiobras.gov.br. Consulta feita em 25/08/2008.

A TV como lugar nada mais é que o novo espaço público, ou uma esfera pública expandida. (...) se tirássemos a TV de dentro do Brasil, o Brasil desapareceria. A televisão se tornou, a partir da década de 1960, o suporte do discurso, ou dos discursos que identificam o Brasil para o Brasil. (BUCCI, 2004, p.31-32)

Inspirando e difundindo padrões de comportamento e opinião, a televisão revela-se, ainda, um liquidificador cultural, envolvendo-nos em uma densa camada que compõe o que Regis Debray (1993) chamou de videosfera: o critério da verdade é a imagem. E as imagens de TV, cada vez mais em alta resolução, propõem-se a levar a própria realidade para dentro das casas.

Pela expressividade da Rede Globo no cenário televisivo brasileiro, entre outros motivos, é que escolhemos o principal telejornal da emissora para avaliarmos sua recepção entre jovens moradores de bairros da periferia sul de Juiz de Fora. Atualmente, o Jornal Nacional tem, em média, de 30 a 45 minutos de exibição, de segunda-feira a sábado, a partir das 20h15⁶. Tem como apresentadores, desde 1998, o casal Willian Bonner e Fátima Bernardes. Detém o intervalo publicitário mais caro da televisão brasileira e é o telejornal líder em audiência no país, segundo pesquisa Ibope⁷. Por assim dizer, o Jornal Nacional é “o principal concentrado de notícias servido hoje ao público brasileiro” (BUCCI in TRAVANCAS, 2007, p.10).

Exibido desde 1º de setembro de 1969, o Jornal Nacional nasceu para atender a propósitos de integração nacional e sua entrada no ar coincide com o endurecimento do Regime Militar. Veiculado entre duas telenovelas, inaugurou a *era do telejornal em rede nacional* e hoje se apresenta como importante fonte de informação e referência para o telejornalismo brasileiro, fator que também justifica sua escolha para o presente estudo.

Em entrevista à pesquisadora Isabel Travancas (2007), William Bonner, também editor-chefe do JN, definiu o noticiário:

Um jornal factual, que tenta abrir espaço para discussões da atualidade, que te permitam compreender melhor o mundo e o país em que vive e, quando sobra tempo, a gente insere material jornalístico que te permita respirar um pouco. Dá um ‘saborzinho’. Uma arejada no noticiário, para que o programa de televisão seja também interessante (BONNER in TRAVANCAS, 2007, p. 131).

Na mesma entrevista, Bonner explicita que a preocupação do JN é mostrar o que de mais importante se deu no Brasil e no mundo naquele dia e, paralelamente, “atender às nossas necessidades de cumprir um papel de responsabilidade social” (BONNER in TRAVANCAS, 2007, p.130). Para o editor-chefe, todos os conteúdos de caráter social têm espaço garantido no telejornal, “tudo aquilo que

⁶ O tempo de duração e o horário de início do JN podem sofrer alterações em períodos como o de Eleição, em que há exibição obrigatória da Propaganda Eleitoral Gratuita.

⁷ A título de exemplificação da liderança do JN em audiência: as pesquisas “Top 5: Rio de Janeiro” e “Top 5: São Paulo”, feitas pelo Ibope no período de 1 a 7 de setembro de 2008 e de 8 a 14 de setembro de 2008 verificaram os programas de maior audiência nas regiões Grande Rio de Janeiro e Grande São Paulo, todos os dias, das 6h às 5h59. De cada emissora aberta apuraram-se os cinco programas mais assistidos. Na Rede Globo, o JN aparece em todos os resultados nas duas regiões. E se comparado a outros telejornais citados nas outras emissoras, verificaremos que seus índices de audiência são sempre maiores em relação aos demais noticiários televisivos.

pode ajudar o cidadão, não apenas a compreender o mundo, porque isso faz parte das notícias, mas aquilo que faz um cidadão estar atento para ações sociais, para voluntariado, às vezes para a própria saúde, com campanhas de erradicação dessa ou daquela doença” (BONNER in TRAVANCAS, 2007, p.130).

Para Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (2008) o telejornalismo representa para os brasileiros um lugar de referência, próximo ao da família, dos amigos; lugar de orientação ao qual os cidadãos recorrem, a fim de obter informações para compreender seu dia-a-dia. A percepção de Vizeu e Correia acerca do desempenho dos telejornais é bem exemplificada pelo JN, que funcionaria “como uma janela para a realidade, mostrando que o mundo circundante existe, está lá e tudo não se transformou num caos, e a vida segue a sua normalidade” (2008, p. 21). Ou seja, a sensação diante do telejornal é de segurança, uma vez que a estrutura do noticiário, a organização das notícias e até mesmo o final com uma matéria *leve* deixariam as pessoas mais *confiantes* e *informadas* sobre o mundo. “O jornalismo, em particular o televisivo, funcionaria como uma espécie de fábrica que tem como uma das suas preocupações tornar comum e real algo que é incomum (não familiar), ou que nos dá um sentimento de não familiaridade” (VIZEU & CORREIA, 2008, p.22).

Frente ao alcance de um telejornal na sociedade brasileira, incorporamos nossa reflexão centrada na recepção de jovens da periferia ao principal noticiário da Rede Globo, sendo nossa preocupação entender o que jovens da periferia pensam sobre o JN. Afinal, conforme Victor Gentili (1995), é inquestionável que a informação é uma necessidade social, e em uma sociedade onde o acesso à realidade ocorre prioritariamente via meios de comunicação,

o jornalismo, como um processo de reconstrução da realidade concreta, é fundamental e indispensável para a vida do homem moderno: para que ele se localize no mundo, em seu país, em sua cidade, situe-se diante do conjunto de circunstâncias que o cerca, organize sua vida a partir do conhecimento do volume de oportunidades que lhe são oferecidas, tome suas decisões e faça suas escolhas a respeito dos assuntos que lhe interesse (GENTILI, 1995, p. 199).

Por isso, é nossa motivação compreender como o Jornal Nacional, que fala de tudo para todos, alcança as coletividades juvenis e interfere no imaginário e na visão de mundo destes sujeitos.

Os jovens da periferia e o JN

Buscamos em turmas do ensino médio de um colégio público do bairro Teixeiras, periferia sul de Juiz de Fora, os sujeitos desta pesquisa. Diferentes procedimentos metodológicos poderiam ser utilizados em busca das respostas às perguntas levantadas.

É nossa motivação compreender como o Jornal Nacional, que fala de tudo para todos, alcança as coletividades juvenis e interfere no imaginário e na visão de mundo destes sujeitos

Diante da gama de opções, optamos por combinar duas estratégias: a entrevista fechada e o grupo de discussão. Assim, quase 300 estudantes, entre 14 e 25 anos de idade, da Escola Estadual Marechal Mascarenhas de Moraes participaram da primeira etapa desta investigação respondendo um questionário.

Foram formuladas perguntas iguais para todos a fim de obtermos um breve perfil dos alunos - idade, sexo, com quem moram e o que gostam de fazer no tempo livre - bem como verificarmos suas preferências quando o assunto é televisão - se gostam de assistir - e informação - como ficam sabendo dos acontecimentos. A última questão tratou especificamente sobre o JN, com o objetivo não apenas de averiguar se os adolescentes acompanham o telejornal, mas, também, a partir desta resposta, selecionar a turma onde realizamos, em um segundo momento, o grupo de discussão - ferramenta empregada por entendermos que este tipo de consulta qualitativa confere especial importância às visões do entrevistado. Como possuímos espaço delimitado para este artigo, destacaremos apenas alguns dos itens apurados com os questionários, lembrando que este texto é um recorte de uma pesquisa mais ampla.

De 356 alunos que constavam nas listas de chamada das 1^{as}, 2^{as} e 3^{as} séries do turno da manhã⁸, 283 estavam em sala nos dias de nossa pesquisa, em março de 2008, e responderam o questionário, o que representa 79,5% dos estudantes. A maioria dos entrevistados tinha entre 15 e 17 anos de idade, de forma que atingimos a faixa etária desejada - 22,6% tinham 15 anos; 26,1%, 17; e 28,9%, 16 anos.

Chamou-nos a atenção que, à medida que avançávamos uma série, o número de alunos matriculados diminuía. Da mesma forma que era maior a presença feminina em relação à masculina em sala: 54,5% dos estudantes do primeiro ano eram mulheres. Ao chegar à terceira série, a porcentagem aumentou para 68,2% comparativamente ao total de rapazes. Quadro que nos aponta para uma dura realidade entre jovens, principalmente os homens, de classes populares: o abandono da escola - ou, retardo da educação - para, muitas vezes, trabalhar e ajudar no orçamento doméstico. Os dados também ratificam estatísticas nacionais que revelam que as mulheres estão estudando mais.

Conversar com amigos (37,1%), namorar (21,5%) e praticar esportes (18%) são as atividades preferidas destes jovens nas horas vagas. O questionário possibilitava a inserção de resposta não listada. Entre estas *outras* opções (18%), surgiram assistir à TV, ouvir rádio, dormir, cantar, dançar, malhar e jogar vídeo game.

É interessante notar como a ocupação do tempo livre - ou seja, quando não se está na escola, no trabalho, nem auxiliando nas tarefas domésticas - é realizada com atividades gratuitas, para as quais não há dispêndio de dinheiro. Por outro lado, pouquíssimos jovens

⁸ De manhã, eram quatro turmas de 1^a série, três de 2^a série e três de 3^a série, num total de dez turmas.

disseram *ler* (5,3%) nas horas vagas. O que se contrapõe à grande adesão ao gosto deste segmento por televisão. Os jovens entrevistados revelaram-se telespectadores assíduos: quase 80% assistem *muito, todos os dias* (45,2%) ou *com frequência* (33,2%) à televisão. A TV demonstrou ser não só opção para as horas vagas como também uma atividade cotidiana, tanto para *distração* quanto para *informação*. É o que revelaram as justificativas dos jovens ao explicar o porquê de gostarem ou não de assistir à TV.

“Porque não tem nada para fazer”;

“Porque é uma boa distração”;

“É bem legal, e o que tem pra fazer nas horas vagas”;

“Por que eu quero saber notícias do meu time”;

“Por que eu gosto de me informar e me divertir”;

“Para me manter informado e também pela diversão que a TV me proporciona”;

“Por que depois que chego da escola geralmente é o que tenho para fazer”;

“Gosto muito de algumas novelas, jornais, gosto de saber as notícias da nossa cidade”.

A pergunta final do questionário, inclusive, foi específica sobre o JN. Do total de entrevistados, a maioria (68,2%) disse assistir ao telejornal da Rede Globo.

	Sim	Não	Total
1ª	89 (67,4%)	43	132
2ª	55 (64,7%)	30	85
3ª	49 (74,2%)	17	66
Total	193	90	283

Fonte: Questionários com sujeitos de pesquisa

E escreveram diversas justificativas:

“Por que acho interessante as entrevistas e reportagens”.

“Às vezes gosto de ficar sabendo o que está acontecendo no mundo. Mas não assisto frequentemente”.

“Por que fico por dentro do assunto do momento e para saber o que anda acontecendo neste país tão violento”.

“Para ficar atendida em tudo que acontece em nosso país e no mundo. E também gosto dos apresentadores”.

Finalizada a análise dos questionários, partimos para a escolha da turma com a qual teríamos mais um encontro para conversar e debater especificamente o Jornal Nacional. A turma selecionada foi a 3A. Três motivos principais determinaram tal escolha: era a sala que percentualmente mais reunia telespectadores do JN (90,9%), os alunos mostraram-se interessados na pesquisa e

A TV demonstrou ser não só opção para as horas vagas como também uma atividade cotidiana, tanto para distração quanto para informação

tiveram bom comportamento durante a resposta ao questionário na primeira etapa. Nesta sala, a maioria dos alunos tinha entre 16 e 17 anos.

Sentados em círculo, os alunos receberam fichas numeradas para que pudessem escrever seus nomes⁹ e idade. O moderador – esta pesquisadora – apresentou-se, agradeceu a participação de todos e motivou a apresentação de cada um. Em seguida, expôs os objetivos do grupo, explicou como seria tratado na pesquisa o que ali fosse falado e esclareceu o papel do documentador – responsável por anotar as respostas dos jovens. A discussão foi gravada em fita microcasete com o devido conhecimento e consentimento dos jovens.

O roteiro de perguntas foi elaborado a fim de favorecer a percepção de aspectos valorativos e normativos sobre o JN que servem de referência para os sujeitos juvenis. Assim, para identificar inicialmente como os adolescentes veem o telejornal da TV Globo, traçamos questões mais amplas, para o início da conversa, e outras focais e convergentes já para o meio e o fim da discussão. Também priorizamos indagações que fossem complementares às já abordadas no questionário aplicado na primeira fase. A conversa foi realizada em agosto, durante duas aulas de 50 minutos cada, com intervalo entre elas.

Analisados os depoimentos obtidos com o grupo de discussão, podemos apontar para indícios sobre como estes jovens de periferia se portam diante da TV. Especificamente, sobre o que acham do JN e, ainda, como este telejornal influi em seus cotidianos – seja na formação de cada um, na afirmação da cidadania e na construção de suas visões da realidade. É certo que não pretendemos traçar considerações a serem definidas como únicas e conclusivas sobre o tema; mas são observações tendenciais, que esboçam um diagnóstico de como uma significativa parcela do segmento juvenil comporta-se ante um influente conteúdo jornalístico da televisão brasileira. Aliás, pareceu ser claro aos próprios jovens – mesmo para aqueles que disseram não assistir ou não gostar do Jornal - o lugar ocupado pelo JN na sociedade brasileira: o de referência, como conceituam Vizeu e Correia (2008). As falas dos adolescentes não deixam dúvidas quanto a isso:

“Porque hoje em dia o Jornal Nacional é o telejornal mais abrangente do país”;

“Ele é um jornal que passa notícias não só do Brasil, mas de todo o mundo”;

“Porque é nacional, então não fala apenas da região onde eu moro, fala também dos outros estados”.

O campo jornalístico delimitado pelo JN apresenta-se como um lugar central na elaboração da realidade. E “se a notícia televisiva contribui para a construção da realidade social, é possível afirmar que a informação noticiosa é uma forma de conhecimen-

⁹ Para facilitar a documentação do grupo, os jovens foram identificados pelo número que receberam.

to” (VIZEU & CORREIA, 2008, p. 15) para os estudantes da periferia, o que também ficou comprovado em seus depoimentos:

“É uma maneira de ficar sabendo o que está acontecendo em outro lugar. Gosto de ter notícias, é bom para meu conhecimento”;

“Eu acho importante pra se manter informado e ter um pouco mais de conhecimento, a gente não vai se tornar uma pessoa... mas a gente vai saber.”

“Acho importante porque enriquece o conhecimento pessoal.”

“Mostra os acontecimentos do mundo e ensina muita coisa”

Assim, percebemos que as representações sociais – contidas nas notícias veiculadas - se materializam para os jovens e ganham sentido a partir da experiência de cada um. A emissora de Roberto Marinho – e, por conseguinte, seu telejornal que é um dos carros-chefes da programação - transformou-se em um lugar em si, que fala de tudo para todos, forjando um espaço de identificação nacional que foi incorporado pela população. Esta assimilou o JN como principal instituição jornalística no Brasil, o que reforça o enraizamento deste noticiário na sociedade.

Uma vez que atribuímos ao jornalismo funções sociais como multiplicar o conhecimento estimulando o pensamento, ser guardião da sociedade fiscalizando e manifestando questionamentos a respeito de ações de autoridades governamentais, não podemos deixar de reforçar que é através desta atividade que obtemos um complexo processo de constituição do real a partir de dois aspectos: de um lado, a percepção e a interpretação de um fato pelo jornalista; do outro a recepção desta mensagem por indivíduo que irá traduzi-la consoante suas experiências e contexto cultural.

Não nos é permitido esquecer que o produto jornalístico é uma contínua troca entre os distintos interlocutores envolvidos na sua produção e recepção. O texto que contém a notícia a ser veiculada permite a combinação de diferentes pontos de vista, refletindo um mecanismo de recorte e colagem de interpretações do jornalista, da empresa de comunicação e do telespectador – no nosso estudo, este último é o jovem da periferia. Este sujeito, em nossa pesquisa, apontou para uma constante importante: a juventude tem contato diário com a TV. E, em geral, expõe-se à programação na perspectiva de encontrar entretenimento e informação, atualização – neste último caso, mesmo que ao ligar o aparelho televisor não esteja procurando, essencialmente, um telejornal.

A postura dos jovens é, de certa forma, crítica em relação aos noticiários de TV. Especificamente, o JN é recebido como importante meio de informação, mas com possíveis distorções de alguns fatos apresentados.

“Acho interessante saber o que acontece ao nosso redor e o Jornal Nacional é um canal de informações às vezes verdadeira, falsa e às vezes duvidosa”.

A postura dos jovens é, de certa forma, crítica em relação aos noticiários de TV. Especificamente, o JN é recebido como importante meio de informação, mas com possíveis distorções de alguns fatos apresentados

“Tenta manipular a cabeça das pessoas para notícias internacionais”.

“Se espremermos só sai sangue de tanta tragédia”.

Apesar da dúvida em relação a determinados conteúdos veiculados, é no telejornal que os alunos revelaram buscar subsídios para saber, inclusive, que postura tomar no dia-a-dia:

“Por que, para mim, saber o que está acontecendo em todo o país é tão importante quanto saber o que está acontecendo na minha rua, bairro, etc., pois todos os acontecimentos que ocorrem em qualquer lugar podem também influenciar no meu modo de vida”.

E é devido a este tipo de comportamento que consideramos o papel essencial exercido pelo telejornalismo – e o JN - na sociedade brasileira. Especificamente, a função de informar, na qual os indivíduos depositam sua expectativa e confiança já a partir do momento que se colocam em frente à TV no horário das 20h15:

“Tem coisas que a gente precisa saber então temos que vê o jornal”;

“Passa muitas notícias importantes que nós precisamos saber”;

“É sempre bom estar conectado nas notícias do Brasil e do Mundo”;

“É chato, mas tem que assistir pra ficar bem informado”;

Mas, se é através do telejornal da Globo que os adolescentes vão se informar, é nele que estas mesmas pessoas, em geral, pouco se veem representadas. Isso porque, ao retratar o jovem, de uma maneira geral, este seria sempre associado à violência – seja sofrida ou cometida por ele; é o que revelaram os jovens durante o grupo de discussão. E ainda, por não se admitirem moradores de periferia – conforme os depoimentos -, nossos entrevistados mostram um distanciamento ainda maior do JN neste aspecto. Para nós, a repulsa à periferia está diretamente relacionada à forma como ela é apresentada nos noticiários – exclusivamente em nosso estudo, no Jornal Nacional. Como assumir-se integrante de algo que só aparece negativamente na mídia? E, desta forma, o noticiário da Globo estaria pouco contribuindo para a afirmação da cidadania destes moradores da periferia.

“Eles marginalizam aquele jovem que mora na periferia. E o JN passa essa mensagem”.

“Visam a periferia como um lugar pior da cidade. Os jovens que veem aquilo se sentem excluídos, os jovens não estão lá por que querem”.

“Na maioria dos casos, só mostra o lado ruim. Jovem com drogas, violência. Quase nunca mostra coisas que o jovem está fazendo bem”.

“Difícilmente tem uma matéria que ajude o jovem a crescer”.

Ao retratar o jovem, de uma maneira geral, este seria sempre associado à violência – seja sofrida ou cometida por ele; é o que revelaram os jovens durante o grupo de discussão

A percepção dos jovens sinaliza para uma incoerência no JN. Segundo o editor-chefe do noticiário, William Bonner, além de mostrar os fatos importantes do dia, o telejornal também visa cumprir papel de responsabilidade social, garantindo espaço a temas que podem ajudar o cidadão – como destacamos na fala do jornalista, expressa na página 4. Mas, pelas declarações dos adolescentes, percebemos que o Jornal Nacional até alcança, entre o grupo entrevistado, o objetivo de mostrar os acontecimentos do dia. Contudo, a tentativa de se firmar como mídia cidadã é malsucedida, na visão dos sujeitos desta pesquisa.

“Eu acho que eles tentam mostrar algumas campanhas, mas acabam deixando de lado por terem matérias mais importantes, mais chamativas, tentam conscientizar, mas atinge bem pouco da população, por misturarem com notícias estrondosas”.

Situação que confirma o exposto por Martín-Barbero e Rey (2004), para quem a televisão e seus programas – e aqui destacamos o telejornal - encerram uma contradição. Se por um lado possuem desmedida capacidade de representação – alimentada por, entre outros, as próprias sociedades civis -, por outro não concedem espaço aos mesmos indivíduos que os sustentam. Pois

a desproporção do espaço social que a mídia ocupa – ao menos, em termos da importância que adquire o que nela aparece – é, contudo, proporcional à ausência de espaços políticos de expressão e negociação dos conflitos e a não-representação, no discurso da cultura oficial, da complexidade e diversidade dos mundos de vida e dos modos de sentir das pessoas” (Martín-Barbero & Rey, 2004, p. 39)

Em outra via, enquanto o JN deixa a desejar na representação juvenil suburbana, segundo a opinião dos próprios integrantes deste segmento, ele também é visto, por estes mesmos jovens, como potencial agente de transformação e de valorização da cidadania e garantia dos direitos e dos deveres do ser humano:

“Me sinto representado quando fala da educação. Paro pra ver quando fala da saúde”.

Ou seja, como telejornal que alcança as coletividades juvenis da periferia – muitas vezes sendo uma das principais fontes de informação – o JN poderia *fazer mais* pela formação cidadã destes adolescentes, conforme evidenciaram os depoimentos destes mesmos indivíduos.

Considerações finais

O presente estudo possibilitou-nos entrever as posturas de jovens da periferia frente ao JN, trazendo à tona, por um lado, a configuração do telejornal como importante meio de informação

Além de mostrar os fatos importantes do dia, o telejornal também visa cumprir papel de responsabilidade social

e de acesso à realidade entre estes sujeitos de classes populares e, por outro, certo distanciamento entre o que é mostrado na *telenha* e o que realmente compõe o cotidiano juvenil da periferia.

Isso porque as falas dos jovens revelam, de uma maneira geral, que eles confiam ao JN a missão de informá-los sobre o que acontece nos quatro cantos do planeta. Eles sabem que podem ligar a televisão às 20h15, de segunda a sábado, e ter informação sobre a política nacional, o esporte nacional e até sobre conflitos internacionais; conteúdos que podem tornar-se questão de exames seletivos – seja para ingresso no ensino superior ou em um departamento público. O JN seria uma espécie de *ferramenta útil* aos adolescentes, contudo, dificilmente se configuraria como uma pintura ou retrato da realidade juvenil. Enquanto jovens brasileiros, as mensagens veiculadas no telejornal de maior audiência no país tendem a colaborar para a percepção do que este grupo entende por realidade nacional. Mas enquanto jovens moradores da periferia, pouco, ou nada, do que é mostrado teria interferência direta em seu dia-a-dia.

Por isso, chegamos à conclusão de que o telejornal da Globo serve aos jovens entrevistados como uma *janela*: de onde eles vão olhar para o Brasil e para o mundo. Vão ver o que lá fora passa em uma postura de contemplação, de um observar com atenção, como quem se surpreende com a paisagem. Constatamos que o Jornal Nacional funciona para os adolescentes como uma abertura na sala de casa de onde eles vão mirar e conhecer o que até então era desconhecido, o diferente, o longínquo, o distante.

Há ainda uma contradição: por uma via, de modo geral, os jovens consideram importante assistir ao JN – *para se manterem informados* –; mas, por outra, queixam-se do excesso de matérias nas editorias de polícia e política, criticando também a linguagem muitas vezes utilizada pelos jornalistas, que seria de difícil compreensão, segundo alguns dos entrevistados.

Em resumo: as opiniões documentadas mostram que os estudantes da periferia sul de Juiz de Fora assistem ao telejornal muito mais para saber sobre o Brasil e o mundo, mas pouco sobre si próprios. Desta forma, o Jornal Nacional pode, sim, ser considerado referência e fonte de informação para a juventude consultada, mas não a única. A importância do noticiário divide espaço com as vivências juvenis, com a própria escola e com as redes de relações pessoais.

Os noticiários de televisão - em nosso caso destacamos o JN – são praticamente os únicos canais de informação para uma grande massa da população – da qual fazem parte os jovens da periferia. Como já exposto, a leitura de jornais ou revistas, e mesmo o acesso a outras fontes como a Internet, limitam-se a um grupo reduzido comparativamente à audiência de TV.

O telejornal da Globo serve aos jovens entrevistados como uma janela: de onde eles vão olhar para o Brasil e para o mundo

Se o acesso à informação qualificada é direito de todo cidadão, e se a participação responsável da mídia concorre para o avanço na construção de relações sociais mais justas – principalmente na garantia de oportunidades àqueles que estão em situação de vulnerabilidade e exclusão, como os moradores de periferias –, entendemos que monitorar as mensagens jornalísticas *sobre e para* jovens é contribuir para a consolidação da cidadania destes mesmos indivíduos. Além de oferecer suprimentos aos profissionais de jornalismo para melhorar os conteúdos que veiculam.

Por fim, como trabalhamos com estudantes do ensino médio, a presente reflexão ainda sugere a necessidade de inclusão de uma séria discussão sobre educação para a mídia no currículo escolar. Especificamente, a criação de espaços formais de debates sobre como a televisão é estruturada, como sua programação é produzida e os direitos do cidadão sobre ela só tem a contribuir para uma sociedade mais plural, participativa e consciente de seus direitos e deveres.

Referências

- BONNER, William. Anexo 4 - Entrevista com William Bonner, editor-chefe do Jornal Nacional. In: TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *Juventude e Televisão: um estudo de recepção do Jornal Nacional entre jovens universitários cariocas*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007. p. 129-138.
- BUCCI, Eugênio. A crítica de televisão. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre a televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004. p. 27-42.
- _____. Ainda sob o signo da Globo. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre a televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004. p. 220-240.
- BUCCI, Eugênio. O telespectador como protagonista. In: TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *Juventude e Televisão: um estudo de recepção do Jornal Nacional entre jovens universitários cariocas*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007. p.9–20.
- COSTA, Maria Eugênia Belczak. Grupo focal. In: Duarte & Barros (Org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006. p. 180-187.
- DEBRAY, Régis. *Vida e morte da imagem: uma história do olhar no ocidente*. Petrópolis: Vozes, 1993.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: Duarte & Barros (Org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006. p. 62-83.
- GENTILLI, Victor. *Democracia de Massas: Cidadania e Informação*. 1995. Dissertação de Mestrado - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: Comunicação, cultu-*

ra e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1987.

_____.; REY, Germán. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Ed. Senac, 2004.

MEMÓRIA Globo. *Jornal Nacional: a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

MOURA, Rosa; ULTRAMARI, Clovis. *O que é Periferia Urbana*. São Paulo: Brasiliense, 1996.

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

ROLDÃO, Ivete Cardoso do Carmo. A Imprensa Televisiva. In: BARZOTTO, Valdir Heitor; GHILARDI, Maria Inês (Orgs.). *Mídia, Educação e Leitura*. São Paulo: Anhembi Morumbi: Associação de Leitura do Brasil, 1999.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. *A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência*. In: VIZEU, Alfredo (Org.). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008. p.11-28.

Sites:

www.redeglobo.com.br

www.ibope.com.br

www.radiobras.gov.br

www.ibge.gov.br

*Recebido em 16 de agosto de 2009
Aprovado em 29 de setembro de 2009*