

A representação da política no
Jornal Nacional e a construção das
identidades políticas dos jovens juiz-foranos



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

A representação da política no Jornal Nacional e a
construção das identidades políticas dos jovens juiz-foranos

Juiz de Fora
Março de 2012

Fernanda Nalon Sanglard

A representação da política no Jornal Nacional e a
construção das identidades políticas dos jovens juiz-foranos

Dissertação apresentada como requisito para
obtenção do título de mestre em Comunicação
no Programa de Pós-Graduação em Comunicação
da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal

Juiz de Fora
Março de 2012

Sanglard, Fernanda Nalon.

A representação da política no Jornal Nacional e a construção das identidades políticas dos jovens juiz-foranos/ Fernanda Nalon Sanglard. – 2012.

146 f. : il.

Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012.

1. Comunicação. 2. Identidades. 3. Jornal Nacional. 4. Política. 5. Juventude. I. Título.

Fernanda Nalon Sanglard

A representação da política no Jornal Nacional e a
construção das identidades políticas dos jovens juiz-foranos

Dissertação apresentada como requisito de obtenção do título de Mestre em Comunicação no
Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal

Dissertação aprovada em 27/03/2012 pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal (UFJF) - Orientador

Prof. Dr. Flávio Antônio Camargo Porcello (UFRGS) - Convidado

Prof^a. Dr^a. Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF) - Convidada

Juiz de Fora
Março de 2012

Ao Lucas, meu primeiro sobrinho e pequeno amor, que com apenas um ano de vida já trouxe tanta alegria e proporcionou inúmeras descobertas. Que você encontre nos livros a solução de muitas respostas e que, na sua adolescência, a política já seja compreendida de forma mais positiva.

AGRADECIMENTOS

A Deus por me permitir chegar até aqui, guiar meu caminho e garantir a saúde e a força necessárias.

Aos meus pais pelo amor, pela paciência e compreensão e por terem contribuído com cada sonho realizado, a partir de todas as oportunidades que me ofereceram. Mãe, obrigada pelo incentivo, pelo exemplo e pela ajuda na contagem de cada questionário! Pai, sua torcida e leitura crítica foram essenciais!

Aos meus irmãos, Bê e Dudu, pela torcida, e também por se interessarem curiosamente em questionar sobre o quê eu tanto estudava. Eis aqui a resposta mais completa!

Ao Tiago, que acompanhou todo esse percurso e, com carinho e palavras de motivação, soube compreender os momentos de ausência e preocupação, transformando-os em horas menos difíceis.

Ao querido professor Paulo Roberto Figueira Leal, que me fez perceber o real sentido do verbo ensinar. Seja durante as aulas, nos encontros de orientação, nos momentos de descontração ou no acompanhamento do estágio docência, você foi muito mais do que um professor, demonstrou-se um grande amigo e uma pessoa generosa e dedicada. Um profissional exemplar que se tornou responsável por estimular minhas reflexões mais profundas, seja na caminhada acadêmica ou no agitado dia a dia da redação do jornal.

Ao professor Flávio Porcello, que, desde o primeiro encontro, ao acompanhar em um congresso os primeiros rascunhos do que esta dissertação iria tratar, demonstrou interesse por esta pesquisa e, com seu trabalho acadêmico, ofereceu grande contribuição. Obrigada também pela gentileza de sair do Rio Grande do Sul para participar da banca de defesa!

À professora Iluska Coutinho pelo acompanhamento e interesse. Agradeço as ricas contribuições durante as aulas, e também na qualificação, e a ajuda em diversos momentos dessa jornada.

Aos demais professores do PPGCom, em especial ao José Luiz Ribeiro, que sempre teve papel importante em minha formação, ao Wedencley Alves, que me permitiu desenvolver um outro olhar sobre a pesquisa científica, e à Christina Musse, que sempre se fez presente nos momentos de discussão acadêmica e nas apresentações nos congressos.

À amiga Marise Baesso, meu braço direito nesses dois anos de mergulho acadêmico, grande incentivadora das minhas conquistas e companheira de estudo e trabalho. Sem você, esse percurso seria bem mais complicado!

Aos parceiros do mestrado pela ajuda e união. Minha gratidão à Flávia Lopes e à Patrícia Rossini, que tanto colaboraram como companhia nas longas viagens aos congressos, como ouvintes de desabafos e indicadoras de bibliografia. Raphael, Jhonatan, Gilze, Renata, Guilherme, Iara, Fran, Marcello... vocês também foram demais e tornaram os momentos mais divertidos!

Aos funcionários da Facom, sempre solícitos e carinhosos, obrigada pela ajuda. Ana Cristina e Flavinho Lins, vocês foram brilhantes!

Aos amigos do Jornal Tribuna de Minas, que facilitaram a realização deste objetivo e foram compreensivos nos momentos de ausência. Agradecimento especial ao amigo Guilherme Arêas, que, juntamente com a Marise, atuou como auxiliar no grupo focal e colaborou com a transcrição. Agradeço à Júlia Pessoa pelas observações sobre a tradução.

À Lucilene Santos Vieira pelo carinho e pela revisão minuciosa deste texto.

Ao querido arquiteto e artista plástico Jorge Arbach, que, com imensa gentileza, cedeu a bela e representativa imagem que ilustra a capa desta dissertação.

À direção da Escola Estadual Delfim Moreira e do Instituto Estadual de Educação, por permitirem meu acesso aos estudantes e terem se demonstrado tão interessados na pesquisa. Agradecimento especial à professora Regina, que sempre foi tão solícita, demonstrou-se uma profissional admirável e facilitou a aplicação dos questionários e marcação do grupo focal.

Aos amigos do Cave/Granbery, que, sem pestanejar, aceitaram que a pesquisa fosse realizada na unidade e abriram as portas para mais uma passo na minha formação. Vocês participaram da minha história profissional desde a escolha por ser jornalista e também se fizeram presentes na realização desta dissertação...

Aos adolescentes que integraram esta pesquisa, pois, sem eles, nada disso seria possível ou faria sentido. Agradeço por terem abdicado de uma parte do tempo para discutir a relação entre comunicação e política, e pelo aprendizado proporcionado.

A todos aqueles que, ainda que sem os nomes citados aqui, sabem o quanto foram importantes para esta construção!

RESUMO

Considerando-se a relevância do jornalismo para a informação da população e a contribuição desse campo na oferta de material que sirva de subsídio para a construção das identidades políticas dos cidadãos, esta dissertação objetiva compreender como o Jornal Nacional (JN), da Rede Globo, apresenta sua cobertura política (inclusive buscando-se entender o que ele conceitua como política), e como esses discursos são apropriados pelos jovens da cidade de Juiz de Fora-MG. Partindo de estudos que ainda apontam a televisão como principal meio de formação e informação da sociedade brasileira, apesar de todas as modificações sociais proporcionadas pelo maior acesso à internet, e diante do fato de que o JN se mantém como o telejornal de maior alcance do país, tenta-se avaliar em que medida as visões que os jovens têm da política relacionam-se com conceitos predominantes divulgados no JN. Por meio de análise de conteúdo das matérias do telejornal, num primeiro momento, e da aplicação de questionários e realização de grupo focal com estudantes de 16 a 18 anos de Juiz de Fora, numa segunda etapa, o trabalho tem a proposta de correlacionar os enquadramentos majoritários sobre a política utilizados no telejornal e os discursos e as práticas desses jovens.

Palavras-chave: Comunicação; identidades; Jornal Nacional; política; juventude.

ABSTRACT

Considering the importance of journalism to inform the population and the its contribution to supply the material for the construction of political identities of citizens, this dissertation aims to understand how Jornal Nacional (JN), of Rede Globo, has been covering politics (including seeking to understand what it is conceived as politics), and how these discourses are used by the youngsters of the city of Juiz de Fora, Minas Gerais. Based on studies that have pointed television as the main means of formation and information of the Brazilian society, despite all the social changes provided by wider Internet access, and given the fact that JN is still the most far-reaching newscast in the country, this essay tries to assess to what extent youngsters' interpretation about politics is related to the predominant concepts disclosed on JN. At first moment, through content analysis of broadcasted news, and, on a second step, using questionnaires and conducting focus groups of 16-18 year old students from Juiz de Fora, this dissertation seeks to correlate the main framings of politics used in the newscast and the discourses and practices of young people.

Keywords: Communication; identities; Jornal Nacional; politics; youth.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Resultados das pesquisas de 1997 e 2003 que demonstram as relações dos brasileiros com os partidos políticos.....	50
Quadro 2 - Lista com as principais palavras que os adolescentes se lembram quando pensam em política.....	56
Quadro 3 - Razões apontadas pelos jovens por não terem votado em 2010.....	58
Quadro 4 - Grupos nos quais os jovens são membros ou participam.....	59
Quadro 5 - Classificação da quantidade de notícias por tema no JN.....	63
Quadro 6 - Quantidade de notícias sobre política nacional por tipo de produção.....	66
Quadro 7 - Categorização quanto à valência das notícias.....	67
Quadro 8 - Quantidade de notícias de agenda por candidato.....	71
Quadro 9 - Classificação da quantidade de notícias por tema em novembro.....	80
Quadro 10 - Quantidade e tempo das notícias veiculadas no JN em novembro.....	83
Quadro 11 - Como os adolescentes demonstram perceber a política.....	96
Quadro 12 - Visão sobre a participação política.....	97
Quadro 13 - Principais impressões dos adolescentes sobre os meios de comunicação.....	102
Quadro 14 - Comparativo do tempo pelo total notícias de política em junho.....	120
Quadro 15 - Comparativo do tempo pelo total notícias de política em agosto.....	120
Quadro 16 - Comparativo do tempo pelo total notícias de política em setembro.....	120
Quadro 17 - Comparativo do tempo pelo total notícias de política em outubro.....	121
Quadro 18 - Comparativo do tempo pelo total notícias de política em novembro.....	121
Quadro 19 - Lista com todas as palavras que os adolescentes se lembram quando pensam em política.....	122

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Alunos da rede pública por classe social.....	55
Gráfico 2 - Alunos da rede particular por classe social.....	56
Gráfico 3 - Você votou nas últimas eleições?.....	57
Gráficos 4 e 5 - Porcentagem de estudantes que votaram nas eleições de 2010.....	57
Gráfico 6 e 7 - Como os jovens avaliam a própria participação política.....	58
Gráfico 8 - Grupo focal – características participantes/escola.....	92
Gráfico 9 - Grupo focal – características participantes/idade.....	92
Gráfico 10 - Grupo focal – características participantes/sexo.....	92
Gráfico 11 - Distribuição por classe social.....	93
Gráfico 12 - Grupo focal – características participantes/grupo social.....	93
Gráfico 13 – Principais fontes de informação sobre política.....	124

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 MUDIATIZAÇÃO DA POLÍTICA	18
2.1 DISPUTA ENTRE CAMPOS	20
2.2 ENQUADRAMENTO DE MÍDIA	24
2.3 AFINAL, O QUE É POLÍTICA?	26
2.4 TV E POLÍTICA	32
3 JUVENTUDE, MÍDIA E IDENTIDADES POLÍTICAS	37
3.1 MÍDIA COMO LUGAR DE PROJEÇÕES IDENTITÁRIAS	38
3.2 NARRATIVAS JUVENIS E CONSUMO MUDIÁTICO	42
3.3 PARTICIPAR PARA QUÊ?	47
3.4 OS JOVENS JUIZ-FORANOS	50
3.5 RELAÇÕES DOS JOVENS JUIZ-FORANOS COM A POLÍTICA	54
4 O JORNAL NACIONAL EM PAUTA	60
4.1 COMO A POLÍTICA APARECE NO JN	61
4.2 A REPERCUSSÃO DA ELEIÇÃO DE DILMA ROUSSEFF	79
5 OS JOVENS, O JN E A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES POLÍTICAS	88
5.1 O GRUPO FOCAL	90
5.1.1 Quem são os participantes?	91
5.1.2 Métodos de análise do grupo focal	94
5.2 NOÇÕES SOBRE POLÍTICA	95
5.3 A MÍDIA COMO ALVO	101
5.4 O QUE OS JOVENS PENSAM DO JN?	105
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	108
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	114
APÊNDICE	119

1 INTRODUÇÃO

Sentado diante de um televisor, por volta das 20h30, um adolescente assiste ao principal telejornal exibido na grade de programação da TV aberta brasileira. Dali, ele recebe informações nacionais e internacionais, elaboradas por um grupo de jornalistas e outros profissionais de mídia. Entre elas, estão notícias relativas à política. Aparentemente assistindo apenas aos fatos, esse jovem participa de um processo bem mais complexo, que envolve desde os enquadramentos utilizados na produção da notícia às reflexões que ele fará sobre as informações captadas.

A partir daí, uma série de sentimentos (revolta, concordância, passividade, divergência...) podem surgir. E aquilo que mais o marcou será repercutido, seja entre amigos, familiares, na escola ou em outros grupos sociais dos quais faz parte. Tendo introjetado ou não os conceitos utilizados no noticiário, algo mudou. Pois o que ele pensa sobre as coisas do mundo tem vínculo com as narrativas criadas sobre essas mesmas coisas. E, por mais capacidade crítica que um indivíduo possa ter, ele não é apenas aquilo que come. É também aquilo a que assiste, o que fala e os discursos que cria sobre si mesmo. Discursos elaborados não só a partir das concordâncias ou semelhanças, mas na relação de alteridade e na constatação de diferenças.

Vislumbrando a cena ilustrativa descrita, é possível compreender os principais aspectos da relação entre mídia, juventude e política que esta dissertação desvela. Ao refletir sobre a construção identitária política do jovem e de que forma esse processo é carregado de sentidos obtidos junto aos meios de comunicação de massa, este trabalho se propõe a analisar a televisão como a fonte prioritária de informação de milhões de brasileiros – o que obviamente produz algum impacto na formação da opinião pública.

A mídia contribui para constituir representações sociais, é produtora de significados e de representações da realidade. Por isso, ao discutir elementos que interferem nos procedimentos de identificação política, é importante levá-la em conta, sobretudo ao se constatar que a televisão ainda ocupa o lugar de meio de comunicação de maior abrangência.

Contudo, no momento em que o foco das discussões sobre mídia envolve o advento da internet, pode parecer enganoso o pressuposto de ainda colocar a TV como elemento central nesse processo. Para evitar o desenvolvimento de uma pesquisa baseada em “achismos”, este trabalho faz uma revisão bibliográfica de autores que defendem essa posição e utiliza ferramentas como a aplicação de questionários e realização de grupo focal para verificar,

entre os jovens, o papel que a televisão ainda assume como meio de informação sobre a política.

Ressalta-se que esta dissertação não tem a proposta de supervalorizar os meios de comunicação de massa e exagerar na percepção de alcance da TV. Portanto, não possui caráter “hipermidiático” nem “hipomidiático”¹, porque, apesar de atribuir importância à comunicação midiática, não a considera como o único elemento relevante em todo o fenômeno estudado.

Outra questão que motiva este trabalho é o fato de, frequentemente, a política ser abordada de maneira negativa pelos mais diversos atores sociais. Tornaram-se recorrentes entre a população brasileira as falas de desconfiança e depreciação do cenário político. Os atos de corrupção, as irregularidades e a tardia punição são sempre os elementos que recebem maior destaque, seja nos embates entre as personalidades políticas, na mídia ou nas conversas cotidianas. Tais aspectos contribuem para fazer brotar identidades políticas cada vez mais pautadas nos escândalos, abordados de modo espetacularizado, e nos valores de curto prazo.

Apesar da grande mobilização social em prol da moralização do cenário político contemporâneo, evidenciada pela Lei Ficha Limpa – que, após tantas dúvidas e avaliações sobre aspectos jurídicos que influenciariam sua aplicação, promete vigorar com sucesso nas eleições municipais de 2012 –, a política ainda parece ser vista como algo a ser desqualificado.

Em que medida os meios de comunicação contribuem para que determinados aspectos desse campo sejam privilegiados e prevaleçam valores negativos? As coberturas jornalísticas oferecem espaço para a discussão da política como fonte de superação de crises sociais ou utilizam enquadramentos repetitivos e simplistas? Para avaliar se essas recorrências realmente podem contribuir com as formulações identitárias juvenis sobre a política, a pesquisa envolve tanto discussões teóricas sobre os temas abordados quanto a análise de um produto de mídia e das opiniões de um grupo de jovens.

Para o tratamento dos dados obtidos, é utilizada como instrumento metodológico a análise de conteúdo, no formato sugerido por Laurence Bardin (1977), aliada ao modelo de análise de valências e enquadramentos usado por pesquisadores que integravam o Laboratório

¹ O termo “hipermidiáticos” é usado por Wilson Gomes (2004) como referência “aqueles autores, livros e teses que identificam na comunicação de massa, em seus meios, recursos, instituições e linguagem o aspecto fundamental de qualquer fenômeno contemporâneo estudado”. Já os “hipomidiáticos” são os que consideram que a presença da comunicação midiática explica muito pouco, sem incidir diretamente sobre a natureza dos fenômenos culturais, sociais ou políticos.

de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (Doxa), do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), além do método do grupo focal.

O capítulo dois, “Midiatização da política”, aborda a relação entre os campos da comunicação e da política. Com a intenção de proporcionar discussão interdisciplinar, o tópico concentra-se nas proximidades e nos conflitos dessas duas áreas, contextualizando a ideia de campos sociais, a partir dos estudos de Pierre Bourdieu (1983; 1997). Discute-se como o desenvolvimento do jornalismo como instituição e dos meios de comunicação de massa como principais detentores da visibilidade pública também altera a relação com a política, já que os atores deste segundo campo começam a enxergar na mídia uma nova possibilidade de atuação política.

Para melhor entender o uso que o jornalismo faz dos conceitos relativos à política, efetivam-se reflexões acerca do conceito de enquadramento noticioso. Tal noção amplia o entendimento sobre a produção jornalística ao defender que as notícias não são retratos ou reflexos fiéis da realidade, mas molduras, recortes das situações relatadas. Assim, a maneira de enquadrar os acontecimentos contribuiria para a construção da realidade, um dos conceitos trabalhados por autores das vertentes do interacionismo simbólico e dos Estudos Culturais britânicos, que servem de alicerce para o desenvolvimento deste trabalho.

Com base no pressuposto de que, por serem construtos sociais, os discursos ofertados pela mídia também contribuem para a formulação de sentidos dominantes, esse segundo capítulo aponta evidências da penetração social da televisão e indica o papel do veículo na constituição de uma nova ambiência eleitoral.

Já o terceiro capítulo adentra sobre o contexto em que o jovem está inserido na contemporaneidade. Sendo esse o público que interessa diretamente a esta pesquisa, busca-se verificar qual é o vínculo da juventude com a mídia e de que maneira o consumo midiático pode contribuir para a construção identitária política dessa parcela da população.

A partir de elementos ofertados pela produção de Peter Berger e Thomas Luckmann (2007), Stuart Hall (2000) e Kathryn Woodward (2005), entre outros autores, este trabalho discute aspectos da interface entre comunicação e identidades. Assim, apresenta elementos que corroboram com a ideia de que as identidades são múltiplas e podem ser assumidas de maneira diferente em cada momento vivido.

Sabendo que o conceito de juventude envolve uma pluralidade de sentidos, busca-se encontrar características comuns a esse público que o diferencie dos demais setores sociais, sem a pretensão de unificá-lo a partir de generalizações pouco aprofundadas. Usando como critério a faixa etária, esta pesquisa se limita a compreender mais profundamente aqueles

jovens que se encontram na idade que permite a eles o primeiro contato mais direto com o universo eleitoral – o direito ao voto. Por isso, a pesquisa é aplicada a adolescentes de 16 a 18 anos. Outro recorte necessário envolve a delimitação desse universo.

Por considerar a escola uma instituição de extrema importância e capaz de auxiliar na formação de consumidores de mídia mais críticos, opta-se por trabalhar com estudantes das redes pública e privada de Juiz de Fora (MG). A aplicação de um questionário a 107 alunos do ensino médio de três instituições de ensino do citado município possibilita compreender melhor a relação desses jovens com a mídia e a política.

Objetiva-se, no quarto capítulo, apontar em que medida os meios de comunicação (especialmente a TV) tornam-se estratégicos na disseminação de determinados conceitos. Se, como afirmado por Wolton (1996), a TV brasileira é assistida por todos os grupos sociais e representa um fator de integração social, legitima-se a escolha do objeto de estudo do presente trabalho para integrar a pesquisa: o Jornal Nacional (JN), principal telejornal da Rede Globo.

A partir da análise de conteúdo – utilizando também princípios da análise de valência e de enquadramentos –, 268 notícias que foram veiculadas no JN entre junho e novembro de 2010 e enquadradas como mais próximas da editoria e, conseqüentemente, do campo da política, foram alvo do estudo.

Realizada em três etapas, a análise focou primeiramente o período da cobertura pré-eleitoral (fase das convenções nacionais partidárias), que ocorreu em junho de 2010. A etapa subsequente abordou a primeira semana de veiculação do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), em agosto, e o decorrer da campanha (matérias veiculadas em duas semanas dos meses setembro e outubro de 2010). Já a terceira etapa abordou a semana que seguiu a votação do segundo turno e a eleição de Dilma Rousseff (PT) como presidente do Brasil, em novembro daquele ano.

O trabalho busca verificar quanto tempo e qual destaque foi dedicado à temática relativa à política no telejornal, quais são os enquadramentos prioritários e que valoração as notícias recebem. Uma das questões de orientação da pesquisa é buscar saber se, assim como há indícios de que, majoritariamente, a população brasileira se refere de maneira negativa à política, o JN fez mais usos de valências negativas para tratar a temática.

O quinto e último capítulo, “Juventude como grupo social e político”, concentra-se nos resultados obtidos a partir da realização de um grupo focal com adolescentes. A intenção é identificar se os discursos desses jovens sobre a política são permeados pelas ideias majoritárias repercutidas no telejornal e qual é a visão deles sobre os principais tópicos desta dissertação. Com base na interação grupal, preocupa-se em compreender a juventude como

grupo social e político para alcançar dados qualitativos que revelem a maneira como acompanham o Jornal Nacional, o que pensam da cobertura política do telejornal, bem como observar que elementos sobressaem a eles ao acompanhar algumas notícias veiculadas no período de análise.

A partir dessa ampla teia de informação, esta dissertação se propõe a atar os fios capazes de vincular juventude, política e comunicação, por meio da discussão sobre identidades e telejornalismo.

2 MEDIATIZAÇÃO DA POLÍTICA

É impossível, dada a realidade contemporânea da vida social, discutir os processos de formação da opinião pública sem incluir variáveis relativas aos meios de comunicação de massa. Numa sociedade multifacetada e complexa, na qual há numerosos campos sociais cujos agentes buscam fazer prevalecer seus pontos de vista (no intuito de configurar opiniões e fazer com que alguns sentidos se tornem predominantes, para o fortalecimento de um determinado projeto de poder), a batalha travada na comunicação é essencial. Não é diferente quando falamos de política e das diversas conceituações que esse termo pode receber: é quase impossível não pensarmos nos vínculos entre os campos político e midiático.

Os meios de comunicação de massa contribuem de forma decisiva para a oferta de grande parte da informação recebida pela maioria da população e podem ser considerados como as principais, e, em alguns casos, até as únicas fontes de informação sobre política disponibilizadas a numerosos setores sociais. São tidos como elementos indispensáveis para a compreensão do atual modelo de representação das democracias mundo afora, por atuarem decisivamente na formação da opinião pública. O fato é que, se vivemos em uma democracia de público, como conceitua Bernard Manin (1995 apud ALDÉ 2004), a grande mídia passa a ser elemento fundamental no jogo político – a ponto de substituir algumas funções dos partidos e do Estado.

Com base nos conceitos de Pierre Bourdieu (1983, 1997), é possível afirmar que os meios de comunicação não mais atuam como meros instrumentos à disposição de outros campos: eles próprios passaram a ser compreendidos como sistemas que possuem valores, hierarquias, regras de funcionamento, conhecimento próprio e um discurso que se autolegitima. Essas mudanças também implicaram alterações nas interfaces entre comunicação e outras áreas do saber.

O jornalismo, especificamente, sempre foi uma área enquadrada no limiar de outros campos. Quando ganha aspecto de instituição, reivindica para si muitos espaços de definição de sentidos que não eram seus, o que provoca maior simbiose com alguns campos e também relações mais tensas. As disputas entre a mídia de massa e as instituições da política ganham contorno especial e são acirradas pelo fato de a imprensa buscar legitimação como detentora do saber da realidade, apesar de suas escolhas sempre potencializarem alguns sentidos em detrimento de outros.

Contudo, muitas vezes, passa despercebido por nós como nossos discursos e nossas visões são atravessados por conceitos preestabelecidos, formatados culturalmente e fortalecidos pelos consensos adotados pelos meios de comunicação de massa – conceitos frequentemente reducionistas. Por tudo isso, discutir comunicação e política e as maneiras como a interface entre as duas esferas se estabelece torna-se extremamente oportuno.

Mas a amplitude desses dois campos faz com que as reflexões sobre eles sejam complexas e, se não forem “recortadas”, podem render infinitas possibilidades de análise. Levando em consideração a importância que a televisão ainda assume na sociedade brasileira contemporânea, este trabalho tem como um dos focos refletir e sugerir questionamentos sobre a cobertura telejornalística de assuntos relativos à política.

Buscar entender as razões pelas quais a sociedade (em especial a juventude) encontra-se tão desiludida e, ao mesmo tempo, tão afastada do campo da política também é uma das motivações desta pesquisa. Conforme o estudo “Retratos da Juventude Brasileira” (VENTURI; BOKANI in: ABRAMO; BRANCO, 2001, p.351-368), a confiança que os jovens depositam em instituições como família (98%), Igreja Católica (75%) e Forças Armadas e policiais (67%) é maior que a confiança em movimentos sindicais (50%) ou sociais. Os partidos políticos e o Poder Legislativo, por exemplo, são os que detêm a maior taxa de desconfiança: 65% dos jovens ouvidos pela pesquisa não confiam nos partidos; 64% no Congresso nacional e 61% nos vereadores.

Para tentar compreender melhor como a população tem feito uso da informação política recebida da mídia, pretende-se aqui analisar de que forma o principal telejornal brasileiro vem retratando a própria política e, à frente, de que forma os jovens vêm recebendo este conteúdo.

Será que, na busca incessante pela objetividade e pelo fortalecimento como instituição social, o jornalismo não vem se restringindo a repetir estereótipos e conceitos reducionistas sobre o mundo político? Será que a prática jornalística televisiva não permite cumprir outras funções, como informar a população sobre os fatos com profundidade e de maneira que possa incentivar que o público questione a maneira como a política vem sendo abordada? O desinteresse pelos assuntos políticos e a constante relação dos mesmos com aspectos negativos têm vínculo com os recortes feitos sobre política pelos meios de comunicação de massa?

Esses são alguns questionamentos que motivam a contextualização deste capítulo. Ainda que a pesquisa realizada não possa responder com exatidão a perguntas tão abrangentes, o foco nos materiais ofertados pelo Jornal Nacional, ainda tido como referência

na prática de telejornalismo brasileiro, oferece subsídios para o desenvolvimento de outros estudos na área e permite que, a partir da análise de um produto de mídia, algumas reflexões sobre a produção jornalística para televisão contribuam para incentivar a busca de um jornalismo cidadão e estimulador da participação política.

2.1 DISPUTA ENTRE CAMPOS

Assim como Peter Berger e Thomas Luckmann (2007) defendem que a sociedade é construída socialmente, sendo a percepção da realidade uma produção social, Pierre Bourdieu (1983, 1997) parte de entendimento semelhante para analisar o mundo social, articulando níveis diferentes da realidade e trabalhando a ideia de campos sociais e *habitus*.

Na "teoria dos campos", Bourdieu (1983, p. 89) fala de "espaços estruturados de posições (ou de postos) cujas propriedades dependem das posições nestes espaços, podendo ser analisadas independentemente das características de seus ocupantes (em parte determinadas por elas)". Ele defende que os campos possuem leis gerais e propriedades particulares.

O autor também se dedica a estudar aqueles que analisam a realidade e acredita que o sujeito da ciência é também parte do objeto da ciência. A partir da reflexão sobre o funcionamento da academia e a forma como os intelectuais se colocam como classe dominante do saber, ele tenta compreender as disputas pelo discurso preponderante e a construção dos campos sociais.

Segundo Bourdieu (1983), apenas pessoas com formação apropriada conseguem adentrar em um determinado campo. Sendo assim, é possível compreender as disputas de poder no interior de um campo e entre campos distintos. Para um campo existir e funcionar, "é preciso que haja objetos de disputas e pessoas prontas para disputar o jogo, dotadas de *habitus* que impliquem no conhecimento e reconhecimento das leis imanentes do jogo, dos objetos de disputas, etc." (BOURDIEU, 1983, p. 89). Ele define como *habitus* a condição de existência de um campo e também o produto do seu funcionamento.

O habitus, sistema de disposições adquiridas pela aprendizagem implícita ou explícita que funciona como um sistema de esquemas geradores, é gerador de estratégias que podem ser objetivamente afins aos interesses objetivos de seus autores sem terem sido expressamente concebidos para esse fim. [...] Quando basta deixar o habitus funcionar para obedecer à necessidade imanente do campo, e satisfazer às exigências inscritas (o que em todo campo constitui a própria definição de excelência, sem que as pessoas tenham absolutamente consciência de estarem se sacrificando por um dever e menos ainda o de procurarem a maximização do lucro específico). (BOURDIEU, 1983, p. 94).

As disputas tornam-se mais compreensíveis quando percebemos que os agentes que estão na posição de domínio objetivam manter a ordem estabelecida no campo e os que não têm tanta autoridade tendem a agir de forma subversiva. Vale ressaltar ainda que os agentes costumam possuir objetivos em comum, sendo um deles o interesse pela existência do campo.

Um dos campos trabalhados por Bourdieu foi o da produção jornalística. Conforme o autor (1997, p. 105), “o campo jornalístico constitui-se como tal, no século XIX, em torno da oposição entre os jornais que ofereciam notícias sensacionais e jornais que propunham análises e comentários”.

O sociólogo aborda a transformação dos meios de comunicação, que teriam sido instrumento da democracia, em instrumento de opressão simbólica e como a discussão sobre eles ganhou importância no espaço público. Outro ponto ressaltado nesta fase do trabalho de Bourdieu é a atividade jornalística e o controle da informação, que estaria restrito aos grandes grupos de comunicação. (FERREIRA, 2009).

Com uma espécie de sistema de críticas cruzadas, Bourdieu almeja nas suas análises que o coletivo dos jornalistas construa instâncias eficazes de julgamento crítico capazes de se opor às imposições das pesquisas de audiência, criando assim sua legitimidade específica. "Os jornais não publicam a quinta parte das informações que eles têm de seus concorrentes, e é muito raro que no meio jornalístico se engendrem polêmicas que, a meu ver, fariam progredir a autonomia, e pelas quais se inventaria e se exercitaria uma verdadeira deontologia prática (e não teórica e programática)." (FERREIRA, 2009).

A partir da reflexão sobre o campo do jornalismo, torna-se perceptível sua relação com diversos outros campos, e especial para este trabalho é a sua interação com o campo da política. Wilson Gomes (2004, p.41) defende que “há uma zona crescente e complicada de interface entre os universos da política e da comunicação de massa”, que compreende cinema, rádio, imprensa escrita e televisão não apenas como meios de comunicação de massa, mas como campos sociais. (GOMES, 2004, p.52)

Segundo o autor (2004, p. 53), “[...] chegou um momento em que o jornalismo é socialmente reconhecido como um sistema de princípios, de valores, de relações objetivas e

de distribuição de reconhecimento, como um campo social”. O jornalismo é compreendido como campo a partir da definição dos seus problemas, das intenções dos jornalistas, dos métodos e estratégias profissionais. “Onde só se via um meio, constituiu-se agora uma instituição social, com valores, regras de funcionamento, definições sobre sua própria natureza, hierarquias, conhecimento acumulado, discurso de autolegitimação social e deontologia específica”. (GOMES, 2004, p.57).

E, assim como em outros sistemas, a legitimidade no jornalismo se conquista de acordo com a distribuição do capital que produz notoriedade. Por isso, “a luta pela conquista da autoridade, no jornalismo, como em campos semelhantes, é uma luta pela visibilidade, pelo reconhecimento. Como diz Pierre Bourdieu, acerca do campo científico, ‘acumular capital é fazer um nome’.” (GOMES, 2004, p.55).

Retomando a interface entre comunicação e política, é válido ressaltar que os campos do jornalismo e da política são interdependentes, mas também têm relações tensas e conflituosas. Isso porque a grande mídia começou a reivindicar um papel que não era originalmente seu e a disputar com as instituições políticas o direito de definir sentidos predominantes sobre a própria política.

Quando os meios de comunicação de massa passaram a ocupar espaços que eram de outras instituições, um processo de confronto se iniciou. Mas, a partir do fenômeno da midiaticização, a esfera política teve que reconhecer que a comunicação de massa passou a deter o controle da visibilidade pública.

Atualmente, grande parte das informações que as pessoas têm sobre a política advém da imprensa. A grande mídia tornou-se uma das principais formas de acesso a qualquer tipo de assunto. Segundo Aldé (2004, p.14), os meios de comunicação de massa são considerados, “por parte significativa da grande maioria que os consome, fonte importante de referências a partir das quais organizam o mundo e a política”.

Manin (1995 apud Aldé, 2004, p.23-25) define que vivemos em uma democracia de público, na qual os meios de comunicação oferecem atalhos para que se obtenha informação política. As fontes de informação e de formação das opiniões públicas não são apenas os partidos políticos, os poderes Executivo, Legislativo ou Judiciário, mas, principalmente, a mídia de massa. Nesse modelo de democracia, há crescente personalização da escolha eleitoral e os candidatos que se apresentam como melhores comunicadores tendem a ser beneficiados.

No mundo contemporâneo, tanto analistas quanto políticos tendem a considerar os meios de comunicação de massa muito importantes para as instituições políticas e seus membros. Atribuem essa importância basicamente a dois motivos: primeiro, por considerarem estes responsáveis pela viabilização da comunicação política nas democracias de massa ou de público; segundo, por causa do poder de interferência destes no próprio processo comunicativo. Para Daniel Callahan e seus colaboradores, por exemplo, nos Estados Unidos, os meios de comunicação de massa têm relevância tanto como veículo de comunicação entre os congressistas e seu público (eleitores de fato ou em potencial) quanto como fonte de informação política para os congressistas aferirem as reações dos próprios meios de comunicação de massa e/ou da sociedade ante os fatos políticos. Essa afirmação, feita em meados dos anos 1980, continua atual. Apesar dos avanços tecnológicos na área das telecomunicações nos últimos anos, que permitem hoje um contato ainda mais direto entre representantes e representados, e do seu relativo barateamento, o que permitiu sua crescente popularização, os meios de comunicação de massa tradicionais (jornal, revista, rádio e televisão aberta) ainda são os principais veículos de comunicação política, seja nos Estados Unidos, na Europa ou no Brasil. (JORGE, 2003, p.10).

Os meios de comunicação de massa se transformaram em elemento indispensável para o nosso atual modelo de representação política. “Dessa forma, o mundo público aparece para o indivíduo comum como uma ‘realidade mediata e midiática’.” (JORGE, 2003, p. 26).

De acordo com Maria Regina Soares de Lima e Zairo Borges Cheibub, com exceção dos 30 líderes sindicais entrevistados pelo Iuperj, as demais elites brasileiras – empresários, congressistas e administradores públicos – acreditam que a *televisão* e a *imprensa* são as instituições politicamente mais influentes no Brasil. (LIMA E CHEIBUB, 1994 apud JORGE, 2004, p.29).

A partir da grande penetração na sociedade e do fortalecimento como instituição, o jornalismo começou a ter participação na determinação de conceitos dominantes. O fato de a formatação e repetição de alguns sentidos na imprensa serem capazes de torná-los preponderantes rapidamente também foi responsável para alimentar as tensões na interface entre comunicação e política.

Visando à reflexão sobre a dominância de alguns conceitos preestabelecidos sobre política, também é válido abordar os vários entendimentos sobre o que o termo pode representar, a maneira como os meios de comunicação referem-se a eles, e a importância da noção de enquadramento, contribuindo para a fixação de alguns sentidos em detrimento de outros.

2.2 ENQUADRAMENTO DE MÍDIA

O conceito de enquadramento de mídia, ou enquadramento noticioso (*news framing*), começou a ser delineado por Erving Goffman e foi divulgado na obra *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. (1974 apud LEAL, 2010). Apesar de o autor afirmar que a definição foi desenvolvida a partir de estudos de outros teóricos, o termo *framing* (enquadramento) e sua conceituação foram descritos por Goffman.

Eu assumo que definições de uma situação são construídas de acordo com os princípios de organização que governam os eventos [...] e o nosso envolvimento subjetivo neles; enquadrar é a palavra que eu uso para referir a esses elementos básicos como eu sou capaz de identificar. (GOFFMAN, 1974, p. 10, apud LEAL, 2009, p.4).

Enquadramento de mídia é o termo que se refere aos modelos de interpretação e seleção que definem coisas e assuntos que serão destacados ou excluídos, com o intuito de organizar o discurso. A partir desse conceito, também usado por Todd Gitlin (1980), avançou-se nos aspectos de interface com os meios de comunicação: tornou-se mais compreensível o entendimento de como o jornalismo não faz uma cópia fiel, não apresenta um reflexo da realidade – na verdade, ele a constrói. As notícias jornalísticas são molduras (*frames*), fragmentos da realidade, ou seja, apenas uma das maneiras, dentre tantas possíveis, de enxergar o fato.

Enquadramentos são princípios de seleção, ênfase e apresentação compostos de pequenas teorias tácitas sobre o que existe, o que acontece e o que é importante. [...] [Enquadramentos midiáticos são] padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os detentores de símbolos organizam de forma rotineira o discurso, seja verbal ou visual. (GITLIN, 1980, p. 6-7, apud LEAL, 2009, p.4).

Robert Entman (1993 apud LEAL, 2010) aprofunda os estudos da relação do enquadramento com o jornalismo e defende que enquadrar é selecionar algumas facetas da realidade percebida e transformá-las em aspectos de destaque na informação jornalística. Isso seria possível a partir de definições particulares, preestabelecidas, julgamento de interesse ou avaliação moral, dentre outros atributos.

Os jornalistas podem seguir as regras para a comunicação "objetiva" e ainda transmitir um enquadramento dominante no texto das notícias que impede à maioria dos integrantes da audiência fazer uma avaliação equilibrada de uma situação. Agora, por falta de um entendimento comum de enquadramento, os jornalistas muitas vezes permitem que os mais hábeis manipuladores da mídia imponham os enquadramentos dominantes sobre a notícia (Entman, 1989; Entman & Page, no prelo; Entman & Rojecki, 1993). Se educados para entender a diferença entre incluir os fatos de oposição dispersos e desafiar um quadro dominante, os jornalistas poderiam estar melhor equipados para construir a notícia de modo igualmente saliente e acessível para a audiência mediana, desatenta, e marginalmente informada, oferecendo duas ou mais interpretações dos problemas. Esta tarefa exigiria um papel muito mais ativo e sofisticado para os jornalistas do que o exercido agora, resultando em mais reportagens equilibradas do que as produzidas na norma de objetividade (Tuchman, 1978). (ENTMAN, 2012, tradução nossa).

Para Gitlin (1980), o enquadramento é uma prática comum e quase inevitável na prática jornalística. Ele admite que seja preciso fazer escolhas temáticas, editoriais e de abordagem, mas questiona o fato de elas serem sempre semelhantes. Segundo o autor, a utilização dos mesmos enquadramentos pelos meios de comunicação, contribuindo para a fixação de consensos e reduzindo as possibilidades de discussões aprofundadas, pode ser considerada um problema.

O pesquisador português Nelson Traquina (2008) defende que há uma cultura noticiosa comum entre os jornalistas, que monitoram as coberturas uns dos outros. Segundo ele, os jornalistas representam uma comunidade ou tribo interpretativa transnacional e, portanto, mesmo atuando em países diferentes, a cobertura revela semelhanças significantes.

Traquina também aborda os conceitos de enquadramento de Goffman e Gitlin e defende que o jornalismo não só seleciona fatos, por meio do agendamento, mas também os enquadra. Por isso, as notícias devem ser consideradas construções, narrativas. Isso não quer dizer que sejam ficção, mas se desconstrói o mito de jornalismo como espelho da realidade. Segundo ele, a ideia de prisma (de Patterson) é semelhante à dos óculos (de Bourdieu), no sentido de demonstrar que os jornalistas têm "lentes especiais" que enxergam apenas alguns aspectos dos acontecimentos, considerados por eles mais relevantes, silenciando outros.

Dessa forma, as análises de produtos jornalísticos realizadas neste trabalho sempre levarão em conta o caráter dialético da elaboração das notícias e os tipos de enquadramento priorizados. Ou seja, um dos objetivos deste trabalho é verificar se a produção jornalística, em especial veiculada em telejornais, faz uso recorrente de enquadramentos específicos e se as reportagens diretamente vinculadas à política contribuem para reforçar a idealização que a população, principalmente a juventude, faz sobre o que seja a política. Mas, se a política pressupõe vasta possibilidade de aceções, de que política falamos?

2.3 AFINAL, O QUE É POLÍTICA?

Conforme Aldé (2004, p. 41), “a discussão sobre a política pressupõe a existência de uma pluralidade de opiniões”, talvez por isso, e também porque qualquer conceito reflete apenas algumas das interpretações possíveis, existam vários entendimentos sobre o que é a política.

De acordo com Bobbio; Matteucci e Pasquino (2000, p.954), o significado de política deriva do “adjetivo originado de polis (politikós), que significa tudo o que se refere à cidade e, conseqüentemente, o que é urbano, civil, público, e, até mesmo, sociável e social [...]”. Porém, o termo foi expandido graças à obra “Política”, de Aristóteles, que aborda a natureza, funções e divisão do Estado e também as várias formas de governo, a partir de então entendido como ciência de governo.

Aristóteles (1998) considerava o homem como um animal político, já que o convívio em sociedade seria típico da natureza humana. Entretanto, os diferentes discursos e sentidos sobre a política criaram na contemporaneidade conflitos e disputas de poder pela discursividade hegemônica. O dicionário eletrônico Aurélio define política como:

Sistema de regras respeitantes à direção dos negócios públicos; arte de bem governar os povos; conjunto de objetivos que enformam determinado programa de ação governamental e condicionam a sua execução; princípio doutrinário que caracteriza a estrutura constitucional do Estado; posição ideológica a respeito dos fins do Estado; atividade exercida na disputa dos cargos de governo ou no proselitismo partidário; habilidade no trato das relações humanas, com vista à obtenção dos resultados desejados. (AURÉLIO, 1999)

Dentre as definições de política do Houaiss (2009), destacam-se “arte ou ciência da organização, direção e administração de nações ou Estados; arte de guiar ou influenciar o modo de governo pela organização de um partido” e “influência da opinião pública, aliciação de eleitores etc.; habilidade no relacionar-se com os outros, tendo em vista a obtenção de resultados desejados”.

A conceituação clássica do termo, que sugere política como “forma de atividade ou de práxis humana”, está diretamente relacionada à ideia de poder. “O poder político pertence à categoria do poder do homem sobre outro homem, não à do poder do homem sobre a natureza”. (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 2000, p.955).

Contudo, vale ressaltar que o poder político é apenas uma das possíveis formas de poder assumidas pelos homens. Já o significado moderno foi aos poucos se transformando em

sinônimo de “ciência do Estado”, “doutrina do Estado” ou “ciência política”, dentre inúmeras outras terminologias. A política passou a ser usada para “indicar a atividade ou conjunto de atividades que, de alguma maneira, têm como termo de referência a *pólis*, ou seja, o Estado”. (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 2000, p.954).

Já Dallari (1999, p.9) considera a política como a “conjugação das ações de indivíduos e grupos humanos” dirigidas a um fim comum, podendo ser entendida como a vida integrada e organizada dentro de uma sociedade, que procura atender à necessidade natural de convivência, ou também como o estudo dessa organização e das decisões sobre o interesse comum.

Alguns estudiosos do assunto concluíram que tratar de política é cuidar das decisões sobre problemas de interesse da coletividade, e por isso definiram política como “arte e ciência do governo”. [...] Outros entenderam que a tomada de decisões sobre assuntos de interesse comum é sempre um ato de poder e, a partir daí, preferiram definir política como o “estudo do poder”. Outros ainda acharam que modernamente a capacidade de tomar essas decisões está nas mãos do Estado ou dependente dele e por isso preferiram conceituar política como “Ciência do Estado”. (DALLARI, 1999, p.8-9).

Quanto às formas de poder, a tipologia moderna caracteriza três grandes classes: o poder econômico – que se vale da posse de bens de valores –, o ideológico – baseado na influência dos que têm mais autoridade pelo conhecimento que acumulam – e o político – relacionado aos instrumentos que garantem a alguns o direito de usar a força física e o poder coator. Segundo Bobbio, Matteucci e Pasquino (2000), as três formas de poder contribuem para a manutenção de sociedades de desiguais, compostas de ricos e pobres, cultos e ignorantes, fortes e fracos.

Este trabalho não tem a pretensão de eleger uma conceituação da política que poderia ser considerada ideal. O intuito é buscar compreender como o campo científico abriga tensões internas e como o jornalismo também passou a reivindicar o direito de definir os sentidos sobre a política. Para tal, é preciso compreender quais são as principais fontes de informação dos cidadãos sobre a política e os sentidos preponderantes dados a ela. Sendo assim, torna-se necessário introduzir a questão dos meios de comunicação, principalmente os de massa, nessa equação.

Durante a conferência de abertura do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, realizado em setembro de 2009, em Curitiba, o escritor e pesquisador francês Dominique Wolton abordou a negociação e os silenciamentos e também a importância da comunicação para a democracia. Segundo ele, a comunicação é a grande questão política do século XXI, e todos esses elementos são formas de negociação. Wolton

defende que a comunicação política é um espaço simbólico, um modelo de enfrentamento, convivência e também de articulação. O autor ressaltou ainda a relevância de se discutir política e de buscar compreender melhor como o tema é negociado em conjunto com a comunicação.

Tanto a academia quanto a comunicação são importantes instrumentos de poder e de disputa pelo discurso dominante. O objetivo da concorrência pela fixação do sentido predominante das coisas do mundo justifica-se pela tentativa de estabelecer uma ordem simbólica, por meio de enquadramentos, como define Goffman. Com a política não é diferente. Desde a época de pensadores como Aristóteles, a disputa pela conceituação preponderante sobre o tema se faz presente.

Estabelecer significados normalmente anula alguns sentidos, pois, quando eles se transformam em uma lembrança ou recorte dominante, provocam o esquecimento de outros aspectos possíveis. Atualmente, o modo de lidar com a conceituação das coisas e com essa discursividade preponderante pode ser entendido como algo tipicamente midiático. Isso porque os meios de comunicação, principalmente os veículos jornalísticos, tendem a apresentar consensos e não discussões sobre os temas abordados.

É possível perceber como atualmente a sociedade e também a imprensa restringem o termo política aos assuntos relacionados aos partidos políticos, às personalidades desses partidos e às eleições. Estes parecem ser os discursos dominantes, os consensos, acerca do que é entendido como política.

Contudo, muitas acepções possíveis sobre o termo não são levadas em conta no cotidiano dos cidadãos nem nos noticiários, que, normalmente, não dedicam espaço à política que não seja eleitoral ou partidária, ou oferecem pouco destaque (restringindo-se a oferecer a fala de um cientista social ou político sobre um tema específico).

A conceituação dos termos é também uma disputa discursiva. Conforme Michel de Certeau (2000, p.31-35), até mesmo a história não passa de uma construção da discursividade e o entendimento do que ela vem a ser depende do contexto em que é utilizada, da sua prática e dos conceitos que se fortaleceram. Segundo o autor, a história pode ser vista como ciência e também como objeto de estudo.

A organização de cada historiografia em função de óticas particulares e diversas de refere a atos históricos, fundadores de sentidos e instauradores de ciências. Sob este aspecto, quando a história leva em consideração o “fazer” (“fazer história”), encontra ao mesmo tempo seu enraizamento na ação que “faz história”. Da mesma forma que o discurso, hoje, não pode ser desligado de sua produção, tampouco o pode ser a práxis política, econômica ou religiosa, que muda as sociedades e que,

num momento dado, torna possível tal ou qual tipo de compreensão científica. (CERTEAU, 2000, p.41).

Michel de Certeau também aborda os preconceitos que aparecem nas escolhas dos assuntos a serem estudados. “Não é de espantar que os estudos, visando corrigir esses recortes, para fazer prevalecer outros, provenham não apenas de tradições ideológicas diferentes, mas de lugares justapostos e frequentemente opostos aos primeiros [...]” (2000, p.42).

Deslocando as ideias do autor para a realidade da imprensa, percebemos que as escolhas editoriais estão carregadas de preconceitos, nem sempre intencionais. Especificamente nas editoriais de política dos jornais, é perceptível que um dos conceitos possíveis sobre política é evidenciado, enquanto tantos outros são encobertos.

O discurso predominante, geralmente, é o da política eleitoral e partidária, que privilegia assuntos relacionados aos partidos políticos, às eleições, aos candidatos, às personalidades eleitas e ao conceito de cidadania restrito à participação nas eleições e em atividades relacionadas aos poderes Legislativo ou Executivo.

Para muita gente, ser cidadão confunde-se com o direito de votar. Mas quem já teve alguma experiência política – no bairro, igreja, escola, sindicato etc. – sabe que o ato de votar não garante nenhuma cidadania, se não vier acompanhado de determinadas condições de nível econômico, político, social e cultural. (MANZINI-COVRE, 2001, p.8).

Isso não quer dizer que a participação no processo eleitoral não seja um exercício de cidadania. Entretanto, vale ressaltar que não é o único e lembrar que outras práticas cidadãs não são tão notadas no cotidiano das cidades e, quando são, ganham mais espaço nas editoriais de economia (por exemplo, as matérias sobre greves e reivindicações trabalhistas) e cidade (no caso das reportagens a respeito de movimentos sociais ou de luta pelos direitos humanos), com críticas a aspectos da política ou sem espaço para as discussões políticas aprofundadas.

Os direitos políticos dizem respeito à deliberação do homem sobre sua vida, ao direito de ter livre expressão de pensamento e prática política, religiosa etc. Mas, principalmente, relacionam-se à convivência com os outros homens em organismos de representação direta (sindicatos, partidos, movimentos sociais, escolas, conselhos, associações de bairro etc.) ou indireta (pela eleição de governantes, parlamento, assembleias), resistindo a imposições de poderes (por meio de greves, pressões, movimentos sociais). E, ainda, dizem respeito a deliberações dos outros dois direitos, os civis e os sociais [...]. (MANZINICOVRE, 2001, p.8).

É nítido que a ideia de política apenas como algo vinculado à corrupção, à burocracia e às eleições está arraigada na sociedade. São discursos preestabelecidos, de difícil

desconstrução, que reforçam preconceitos. Desconhecer outros sentidos possíveis para o termo pode fazer com que ele seja responsabilizado por tudo que ocorra de errado em relação ao processo eleitoral, por exemplo.

[...] embora as Constituições estabeleçam que o sistema é de sufrágio universal, isso não quer dizer que, na realidade, esse direito já tenha sido estendido a todos ou que pode ser exercido por todos com a mesma liberdade. Em grande número de países a porcentagem de pessoas sem direito de participação política, ou que têm o direito afirmado na lei, mas que de fato não têm o poder de participação, é ainda muito grande. (DALLARI, 1999, p.29).

Os discursos ofertados pela mídia exercem importante papel na divulgação de informações, mediação das relações sociais e formação de opiniões. Sendo assim, o fato de os veículos se restringirem a abordar com mais destaque apenas um dos sentidos possíveis sobre política contribui para a fixação deste discurso dominante.

Ao compartilhar da ideia de Kellner (2001) de que existe uma cultura veiculada pela mídia capaz de interferir diretamente nas opiniões, comportamentos e construções identitárias das pessoas, e de que essa cultura desempenha papel importante nas eleições, nos embates políticos e na legitimação dos sistemas políticos, é possível compreender melhor como, em uma democracia de público, “a esfera pública está cada vez mais dependente dos meios de comunicação de massa” (ALDÉ, 2004, p. 19).

Longe de tentar hipervalorizar os meios de comunicação de massa, considerando-os o fundamento de qualquer fenômeno contemporâneo, ou de buscar proximidade com teorias apocalípticas ou integradas, a intenção deste trabalho é refletir sobre a midiatização e construção dos sentidos sociais da política.

Por meio da reflexão sobre a “teoria dos campos”, de Pierre Bourdieu (1983), buscou-se demonstrar como o jornalismo se transformou em instituição e passou a ser reconhecido socialmente como sistema. Quando o jornalismo se estabelece como campo social, passa a reivindicar espaço de definição dos sentidos da política e inicia uma relação interdependente, mas também tensa, com o campo da política.

Atualmente, não se pode mais compreender a política sem levar em conta o que os meios de comunicação de massa constroem e divulgam sobre ela, já que as visões que as pessoas têm da política são, em muitos casos, aquelas majoritariamente apresentadas pela grande mídia. Na disputa entre campos, o do jornalismo passou a deter maior controle da visibilidade pública.

A atividade jornalística, segundo Sylvia Moretzsohn (2002), é uma tarefa eminentemente política, porque busca esclarecer os cidadãos. Assim, as ideias de

imparcialidade e neutralidade podem ser descartadas, já que informar também é uma tarefa política. A autora ainda destaca que hoje a mídia vem exercendo funções que ultrapassam as suas e que caberiam mais à polícia e à Justiça. Para Moretzsohn, essa invasão de espaços pode ser considerada a partir de uma “definição cara” à imprensa: “a qualificação de ‘quarto poder’, que data do início do século XIX e lhe confere o status de guardião da sociedade (contra os abusos do Estado), representante do público, voz dos que não têm voz.” (MORETZSOHN, 2002, p. 293).

Da mesma maneira, o fato de os meios de comunicação de massa passarem a ocupar espaços que antes eram de outras instituições implica que os conceitos definidos pela mídia sobre a política são transformados em sentidos dominantes. Nesta linha, a televisão merece ser objeto de estudo, por ainda ser considerado um dos principais, senão o principal, meio de comunicação, informação e formação entre os brasileiros.

Adriana Leal (1995) defende que os meios de comunicação estariam retirando funções que eram do campo da política, e a televisão exercendo um papel de orientação ao eleitorado, que, para a autora, deveria ser executado pelos partidos políticos. Além disso, a televisão reforçaria os atributos do candidato, o que deslocaria as atenções do eleitor “sobre a pessoa do político, em detrimento da organização partidária que está por trás daquela candidatura” (LEAL, 1995, p. 17-18).

Com o objetivo de contribuir para o fortalecimento de um conceito mais amplo sobre a política e estimular que a “orientação do eleitorado” não seja praticada apenas pelos meios de comunicação de massa, em especial pela televisão, este trabalho assume o cuidado de não abordar como política apenas o que se refere aos partidos e às eleições.

Ao descrever, no capítulo 3, a análise de conteúdo aplicada às notícias veiculadas no Jornal Nacional, buscou-se considerar como assuntos relativos à política não só matérias que tratem das disputas de poder, das ações do Executivo e Legislativo, como também aquelas referentes à participação, organização social e reflexão dos problemas de interesse da coletividade.

2.4 TV E POLÍTICA

A relação entre a política e a grande mídia, como já foi demonstrado, é intrínseca e vem sendo reforçada na sociedade contemporânea, marcadamente midiaticizada, caracterizada pelo imediatismo, pela circulação de informações de maneira mais ágil, e pela tendência de valorizar fatos espetacularizados.

Apesar das grandes transformações proporcionadas pela utilização da internet, que contribuiu sobremaneira para a consolidação do perfil social descrito acima, as mídias de massa tradicionais, como os veículos impressos, o rádio e a televisão ainda têm espaço. A TV, em especial, mantém-se como o principal meio de informação da população brasileira até o momento.

Conforme Bresciani e Porcello (2011, p.1), “a televisão completou 60 anos no Brasil em 2010 e cada vez mais disputa a atenção do público telespectador com as novas tecnologias de comunicação, Internet, celulares, tablets e vários outros suportes mais ágeis e interativos”.

Contudo, os televisores ainda são os aparelhos mais frequentes nas casas brasileiras. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) revelam que entre a população de baixa renda, a televisão assume função de eletrodoméstico prioritário, estando presente em lares que até mesmo não têm geladeira.

Números mais recentes, da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, PNAD 2006 do IBGE, dão conta de que 93% dos domicílios particulares têm aparelho de TV, 89,2% possuem geladeira, e 87,9%, rádio, sendo a Região Sudeste do país a que mais congrega lares com televisão (96,8%). Em Minas Gerais, são 93,87% dos domicílios com televisor, e 90,85% com geladeira. (MAIA, 2009, p.23).

Conforme a pesquisa do Instituto Sensus encomendada pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), realizada em 2010 com dois mil brasileiros, a televisão é o meio mais utilizado pela população para obter informações relativas à política e às eleições. Enquanto 81% dos entrevistados disseram sempre ter acesso à TV, 57,7% apontaram o rádio e 31,3% a internet. A TV foi citada como principal fonte de informação política para 56,6% dos participantes, seguida de conversa com amigos e parentes (18,4%), da internet (9,9%) e do jornal impresso (6,4%). (TSE, 2010).

A preponderância da TV também continua sendo defendida por muitos pesquisadores do campo da comunicação. Conforme Aldé (2004), nas democracias de público, a televisão tem destaque e se encarrega de fornecer atalhos para a informação política funcionalmente

necessária para a população. A autora ainda defende que esta mídia “influi na estruturação e manutenção das atitudes políticas do cidadão comum” (ALDÉ, 2004, p.174).

Uma das justificativas para que a televisão ainda se mantenha no posto de principal fonte de informação da sociedade brasileira é o fato de ainda ser “mais barata, mais cômoda e de fácil acesso”. (PORCELLO in: VIZEU, 2006, p. 13).

O veículo passou a receber importância superior a sua valorização como uma forma de acesso aos acontecimentos. “Nos últimos anos, a televisão vem se firmando como principal meio de comunicação massiva na sociedade. [...] cada vez mais ela define não só o que deve ser visto como informação, mas ela própria adquire o status de informação [...]” (HAGEN in VIZEU, 2008, p. 29).

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. Pode-se mesmo dizer que a TV ajuda a dar o formato da nossa democracia. (BUCCI, 2004, p.31-32).

O jornalismo televisivo, por sua vez, ainda guarda sua relevância, devido ao espaço que a televisão ocupa na vida das pessoas. Por isso, telejornalismo pode ser interpretado como capaz de contribuir com a construção social da realidade, fortalecimento de identidades e consolidação de sentidos sobre a política.

A partir dos resultados de uma pesquisa realizada pela agência de notícias Reuters, da Rede Britânica BBC e dos Media Centre Poll da Globescan, Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (In VIZEU, 2008), concluem que os brasileiros acreditam mais na mídia do que no Governo e que o telejornalismo ocupa lugar de destaque, assumindo a responsabilidade de ser a principal fonte de informação para 56% dos entrevistados.

Os telejornais cumprem uma função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade. Dessa forma, contribuem para uma organização do mundo circundante. É o *lugar* em que os grandes temas nacionais ganham visibilidade, convertendo o exercício de publicização dos fatos como a possibilidade prática da democracia. Todo esse processo se produz num campo complexo de construção, desconstrução, significação e ressignificação de sentidos. O telejornal é hoje a grande *praça pública* do Brasil. (VIZEU, 2008, p. 7).

Se o objetivo desta pesquisa é compreender a construção identitária política dos jovens e de que maneira os discursos sobre a política utilizados pelos meios de comunicação de massa – em especial pelos veículos jornalísticos – perpassam as ideias que a juventude tem

sobre o fenômeno político, a televisão surge como uma mídia que não pode ser desconsiderada.

De acordo com pesquisa do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, Ibope, realizada de fevereiro de 2006 a janeiro de 2007, sobre o perfil dos consumidores de TV no Brasil, 14,3% dos telespectadores têm de 12 a 17 anos, 17% têm de 18 a 24; 50,8%, de 25 a 49; e 17,9%, 50 a 64. Mais da metade do público, 52,1%, é de mulheres, e 47,9% são homens. A maioria pertence à classe C (40,2%), que vem seguida pelas A e B (32,6%), D e E (27,2%). (MAIA, 2009, p.22).

Resultados da pesquisa “Perfil da juventude brasileira” (ABRAMO e BRANCO, 2008), divulgada pelo Instituto da Cidadania e pela Fundação Perseu Abramo, mostram que a utilização do rádio e da TV pelos jovens brasileiros ainda pode ser considerada um “traço cultural característico das contemporâneas culturas juvenis” (ABRAMO e BRANCO, 2008, p.190).

A partir de entrevistas realizadas com 1.157 jovens² de 198 municípios brasileiros residentes em áreas urbanas e rurais, a pesquisa constatou que apenas 17% tinham acesso ao computador, “seja para navegar pela internet ou para utilizar jogos eletrônicos”. Assistir à televisão foi a atividade apontada como realizada por 91% dos jovens e ouvir rádio por 89%, sendo que ver TV foi citada como a principal ocupação no tempo livre, sendo mencionada por 34% dos entrevistados. Em seguida, aparece ouvir música, que foi indicada por 9% dos jovens participantes.

Os números revelados pelo estudo “Perfil da juventude brasileira” apontam que, apesar de todo o avanço proporcionado pelas novas mídias, assistir à televisão ainda é uma prática comum e majoritária entre a juventude brasileira. E a televisão também assume outra importância na relação com a política. O mesmo levantamento demonstra que 14% dos entrevistados sempre leem ou assistem ao noticiário sobre política e 51% fazem isso “de vez em quando”. Os índices são maiores do que outras formas de participação, como conversar sobre política, assinar manifestos, trabalhar voluntariamente no período das eleições ou participar de manifestações.

Dentre os produtos apresentados pela televisão, os jornalísticos merecem atenção especial por terem relação com a credibilidade conquistada pelo jornalismo como instituição social, sendo legitimados como o espaço destinado a fornecer informações necessárias para o entendimento e a contextualização dos fatos, bem como para “vigiar o poder público” e denunciar ações que não são aceitas pela sociedade, sejam elas ilegais ou imorais.

² O número refere-se à quantidade de entrevistas aplicadas na subamostra C. A amostra total – subdivida em três grupos (A, B e C) ouviu 3.501 jovens de 15 a 24 anos em todo o país. (ABRAMO e BRANCO, 2008, p.370).

São também os noticiários, como demonstra a pesquisa “Perfil da juventude brasileira”, as principais formas de acesso – não apenas dos jovens, mas dos brasileiros em geral – à informação política. Como exemplifica Débora Gadret (2011), é a partir dos meios de comunicação que os representantes políticos tornam-se conhecidos nas “sociedades democráticas de massa” – ou, como diria Manin (apud ALDÉ 2004), nas democracias de público.

Sabemos bem o que querem da comunicação de massa os agentes da política e como podem obtê-lo do mundo da comunicação. Querem exposição midiática favorável, ou seja, aparecer nos jornais, no rádio e na televisão de modo que lhes renda o máximo de benefícios junto ao público. Querem também exposição midiática desfavorável aos seus adversários [...]. O mundo da política dedica energia, além disso, para fazer com que a pauta do interesse do agente político se transforme em pauta para o jornalismo. Trata-se, evidentemente, de conquista muito difícil, mas cujo benefício para o agente político é imenso. (GOMES, 2004, p.155-158).

Por atingir uma grande parcela da população, a televisão é alvo constante do interesse dos agentes políticos. Ter uma notícia positiva veiculada em um telejornal de extensa abrangência é considerado um passo importante na disputa política atual, já que, como Paulo Roberto Figueira Leal (2002) atesta, na nova ambiência eleitoral vivenciada, candidatos e políticos têm convertido a disputa política em uma luta pela imagem marcada pelo processo de personalização.

Se de um lado há agentes políticos interessados em aparecer nas telas e se tornar figuras reconhecidas, notáveis nacionalmente, por outro a população faz uso das informações políticas fornecidas pela televisão, seja para auxiliar na decisão do voto, para acompanhar as ações executadas pelos eleitos ou para se sentir “inteirada” sobre os assuntos políticos contemporâneos.

Na atualidade, o telespectador pode escolher entre vários telejornais, em diferentes emissoras e formatos, com perspectivas de aprofundamento, dramatização, sensacionalismo, superficialidade. Ou, ainda, somente as notícias que quer ver, com a oferta de telejornal *a la carte* e a sua exposição direta ou não pela web. Há também, na atualidade, telejornais conectados à internet nos quais os internautas podem opinar sobre as notícias que estão sendo apresentadas durante a sua exposição em forma de textos que correm na parte inferior da tela, entre outras propostas de adequação às novas possibilidades de interatividade. (EMERIM, 2011, p.4).

Diante de tantas possibilidades de análise da relação entre os jovens, a TV e a política, e de uma imensidão de possíveis objetos de estudo referentes aos produtos televisivos, a alternativa foi concentrar a presente pesquisa no telejornalismo e focar o programa jornalístico da TV aberta que ainda se mantém em posição de destaque no país.

Após 42 anos no ar, o Jornal Nacional (JN) é o produto de jornalismo mais duradouro da TV brasileira e ainda pode ser considerado o telejornal de maior audiência no Brasil. Segundo a pesquisa Ibope de setembro de 2011, divulgada pela Rede Globo, o programa concentra 35 pontos de audiência, o que representa 59% da participação total no segmento (telejornais). (REDE GLOBO, 2012).

A palavra *televisão* deriva de *tela de visão*, ou seja, de uma tela de superfície de armazenamento eletrostático de um tubo de raios catódicos na qual a informação é visualmente apresentada; é, pois, o dispositivo utilizado para exibição de dados num terminal – o vídeo. A tela da televisão, seguindo a gênese da imagem em movimento, transformou-se num espaço de apresentação da realidade, pois o imediatismo de sua reprodução técnica lhe concedia o *status* de recorte do real, função reforçada pelos cenários específicos que reproduziam as cenas da vida cotidiana. (EMERIM: 2000, p. 31).

A contextualização feita por Cárilda Emerim (2000) é relevante por ressaltar que, muito mais do que um aparelho, a televisão – a partir dos produtos que apresenta – passou a ser enxergada como um lugar de reconstrução da realidade e, assim, é possível ressaltar que também se transformou em um espaço que contribui para reforçar identidades, na tentativa de generalizar aspectos da vida cotidiana, como é feito em outros formatos jornalísticos. Pois é exatamente dessa construção identitária (especialmente da juventude) relacionada à mídia que trata o capítulo que segue.

3 JUVENTUDE, MÍDIA E IDENTIDADES POLÍTICAS

É preciso admitir que existem muitas juventudes. Foi baseada nessa afirmativa que a pesquisa se desenvolveu ao tentar buscar compreender elementos da relação desse público com a política, a mídia, a escola e a construção de identidades. Sabendo da dificuldade de abordar esse grupo social com aspectos que apontassem apenas semelhanças entre seus membros, buscou-se também apontar alguns aspectos da alteridade, seguindo os preceitos dos Estudos Culturais, de forma que fosse possível verificar também as diferenças dessa parcela da população em relação a outras, ainda que a forma encontrada tenha sido a diferença etária.

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.

Esses são alguns dos aspectos trabalhados neste capítulo, que também aborda a mídia como um lugar de projeções identitárias. Relacionando-a com o jovem, ganha relevância ainda maior, 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.

A importância crescente das formas não convencionais de participação política da sociedade e, em consequência, dos jovens também é um fenômeno observado. Percebe-se um deslocamento no entendimento do que seja esse tipo de participação, em oposição à visão de outrora, entendida apenas como integração nos partidos políticos e comparecimento às urnas durante o processo eleitoral.

Diante desse novo quadro de entendimento, a participação passa a ser defendida também como uma habilidade que se aprende. Daí a importância do ambiente escolar, das ações que visam a estimular esse processo e dos meios de comunicação de massa, que também podem contribuir para divulgar e impulsionar atividades em prol da cidadania.

São apresentados ainda neste capítulo os primeiros resultados dos questionários aplicados em três escolas de Juiz de Fora, envolvendo a participação de 107 jovens que puderam responder a itens que envolvem a mensuração do que pensam sobre a política e de como participam politicamente.

3.1 MÍDIA COMO LUGAR 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. A relação do jovem com a escola também mudou, já que a necessidade cada vez maior de participação e interatividade começa a tornar os métodos tradicionais de ensino obsoletos. 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, além do tema da *desregulação* das etapas (PERALVA, 1997) e de sua *descronologização* (ATIAS-DONFUT, 1995), 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 tanto na discussão sociológica mais ampla como debate sobre os jovens, 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). Assim, o espaço deixado por essas formas tradicionais – escola e família – passa “a ser ocupado por um maior desdobramento da subjetividade juvenil” e é “nessa desinstitucionalização da condição juvenil que têm surgido as possibilidades de viver a etapa da juventude de uma forma distinta da que foi experimentada por gerações anteriores (*Ibidem*, 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 [...]”.

Stuart Hall (2000) sustenta que, na pós-modernidade, ocorre um processo de mudança fortemente influenciado pela globalização. Os conceitos de descontinuidade, fragmentação, ruptura e deslocamento são utilizados para reforçar que as sociedades da “modernidade

tardia” são caracterizadas pela diferença e pelos antagonismos sociais que produzem múltiplas identidades.

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.

Os jornalistas dizem: “Há um acontecimento; quer dizer alguma coisa. Quem quer que lá esteja perceberá o que é que significa. Tiramos-lhe fotografias. Escrevemos um relato sobre ele. Transmitimo-lo tão autenticamente quanto possível através dos media, e a audiência vê-lo-á e perceberá o que aconteceu.” E quando se afirma que as pessoas têm interesse em versões diferentes desse acontecimento, que qualquer acontecimento pode ser construído das mais diversas maneiras e que se pode fazê-lo significar as coisas de um modo diferente, esta afirmação de um certo modo ataca ou mina o sentido de legitimidade profissional dos jornalistas, e estes resistem bastante à noção de que a notícia não é um relato mas uma construção. (HALL, 1984, p.4 apud TRAQUINA, 2008, p.17).

Neste processo de decisão do 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.

Mas, 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 tensão entre as perspectivas essencialista e construcionista sobre identidade é destacada com intuito de demonstrar que há mais de uma vertente de estudo que aborda o tema. Kathryn Woodward (2005) tende a valorizar a perspectiva não essencialista (construcionista). Segundo a autora, a conceituação da identidade é importante e pode ser melhor compreendida se as dimensões simbólica, social e psíquica dos discursos de identidade forem estudadas. “A construção da identidade é tanto simbólica quanto social” (WOODWARD, 2005, p. 10) e acarreta consequências materiais. Outra característica é que, assim como para afirmar uma identidade fazemos escolhas, a diferença também é alvo de clivagens, pois alguns traços são sempre priorizados e outros não.

A valorização, proposta por Stuart Hall, da relação entre cultura e significado nos sistemas de significação também é abordada por Woodward como argumento de que a representação envolve práticas de significação dentro de sistemas simbólicos que tornam possível aquilo que somos ou queremos ser. “A cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência e ao tornar possível optar, entre as várias identidades possíveis” (WOODWARD, 2005, p.18-19).

Em resposta à tradicional pergunta “existe uma crise de identidade?” Kathryn Woodward cita o fenômeno da globalização como um dos fatores responsáveis por colocar em xeque antigos discursos identitários. As mudanças na economia global, na política, nos aspectos sociais, e resultantes dos processos da migração e imigração mais constantes, bem como as modificações locais e pessoais, são abordadas como forma de exemplificar que estamos constantemente questionando antigos valores e buscando criar novas identidades. A ideia de que existe um deslocamento de centros ganha força a partir dessa argumentação. “[...] Deslocamento indica que há muitos e diferentes lugares a partir dos quais novas identidades podem emergir e a partir dos quais novos sujeitos podem se expressar” (WOODWARD, 2005, p.29).

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. Eles são considerados elementos centralmente constituintes das formas atuais de organização social e de configuração cultural, caracteristicamente urbanas, e dos “fluxos globalizadores” (COSTA, 2002, p.19).

Este trabalho segue a orientação dos Estudos Culturais britânicos, que partem do princípio da existência de identidades múltiplas, transitórias e construídas socialmente, o que proporciona nova compreensão e interpretação sobre o eu e o outro, a identidade e a diferença. Segundo Hall (2000), à medida que os sistemas de significação se multiplicam, as pessoas se deparam com uma possibilidade imensa de identidades, assumidas de acordo com o momento vivido. O cidadão contemporâneo, que nasceu, ou pelo menos conviveu em boa parte de sua existência com a efervescência tecnológica, tende a inovar nas formas de se relacionar, aprender e transmitir informações. Portanto, ele tem cada vez mais possibilidade de compreender que as identidades não são fixas, e que a construção identitária é um processo de criação de discursos.

Alain Bourdin (2001), ao abordar a constituição do vínculo social e da identidade, defende que o vínculo seria alicerçado nas relações de complementaridade e troca, no sentimento de pertencimento à humanidade e no compartilhamento de cotidiano comum. O pensamento de Bourdin se aproxima do de outros pensadores, como Hall, na defesa de que a busca pelas identidades reside em uma espécie de “crise de pertencimento”. Bauman (2005) vai mais além ao propor que essa busca seria realizada de forma predominante a partir do “consumo” dos meios de comunicação.

Nesse sentido, a juventude merece ser estudada de forma especial, já que tal fase da vida costuma ser interpretada como um momento de incertezas, dúvidas e descobertas, mas também como o período em que se estabelecem as primeiras relações com o mundo – inclusive com o processo eleitoral – e a busca por um direcionamento político, marcado pelo cada vez mais presente consumo midiático.

3.2 NARRATIVAS JUVENIS E CONSUMO MIDIÁTICO

Admitir que existem muitas juventudes é o primeiro passo para assumir que, por mais ampla que uma pesquisa envolvendo jovens possa ser, dificilmente conseguirá abarcar toda a pluralidade que eles representam. Com certeza, a juventude de pessoas de baixa renda é consideravelmente diferente da juventude dos mais abastados, assim como os jovens brasileiros reúnem diferenças em relação aos moradores de outras partes do mundo.

Por isso, falar de jovens também implica buscar limitações que permitam evitar generalizações e percepções enganosas. Daí a necessidade de estabelecer qual público será abordado e em quais aspectos haverá mais aprofundamento.

Buscando melhor compreensão da juventude como grupo social e relacioná-la com alguns dos objetivos desta pesquisa – como verificar de que maneira os jovens fazem uso dos produtos jornalísticos para obterem informação política e absorvem tais informações –, optou-se por trabalhar com a faixa etária entre 16 e 18 anos. A escolha foi pautada no fato de que, nessa idade, os adolescentes brasileiros têm a opção de participar espontaneamente do processo eleitoral, sem que o voto seja obrigatório. Sendo assim, fica a cargo deles decidir se querem ser cidadãos ativos na escolha de seus representantes políticos.

É também na adolescência que, conscientemente, o indivíduo começa a busca mais incessante pela independência e pelo estabelecimento de características próprias, que não sejam mais moldadas apenas com a interferência dos pais e da escola. Se, por um lado, isso parece indicar a busca pela individualidade, reflete-se, ao contrário, na afirmação a partir da interação com o grupo.

[...] a valorização do grupo é uma desconstrução do individualismo [...]. Esse individualismo existe, é inegável. Ele permite à sociologia nascente explicar a dinâmica própria da Modernidade, mas é, ao mesmo tempo, contrabalançado pelo seu contrário, ou mais exatamente pela remanência de elementos alternativos. Aliás, essa é a tensão paradoxal que garante a tonicidade de uma dada sociedade. (MAFFESOLI, 1998, p.123).

Para Maffesoli, o indivíduo tem uma característica do social e uma da socialidade. No social, a pessoa tem uma função em um grupo estável, já na socialidade, a pessoa representa papéis tanto dentro de sua atividade profissional quanto nas diversas tribos de que participa. “Mudando seu figurino, ela vai, de acordo com seus gostos [...] assumir o seu lugar, a cada dia, nas diversas peças do *theatrum mundi*.” (MAFFESOLI, 1998, p. 108).

A observação do autor é coerente com as ideias defendidas por Goffman (1985, p.40), de que “uma representação é ‘socializada’, moldada e modificada para se ajustar à compreensão e às expectativas da sociedade em que é apresentada”. Stuart Hall (2000, p.13) vai além em suas pesquisas ao acrescentar as reflexões sobre identidades e afirmar que “o sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente”.

De acordo com Michel Maffesoli (1998, p.123), “enquanto a lógica individualista se apoia numa identidade separada e fechada sobre si mesma, a pessoa só existe em relação com o outro”. Por mais que a sociedade seja fragmentada e apresente um caráter individualista, nela o indivíduo não consegue se sustentar sozinho. Na adolescência, segundo o autor, essa característica aparenta ser ainda mais forte. Para Edgar Morin:

Na adolescência, a ‘personalidade’ social ainda não está cristalizada: os papéis ainda não se tornaram máscaras endurecidas sobre os rostos, o adolescente está à procura de si mesmo e à procura da condição adulta, donde uma primeira e fundamental contradição entre a busca de autenticidade e a busca de integração na sociedade. A essa dupla busca se une a busca da ‘verdadeira vida’”. (MORIN, 1997, p. 154).

Apesar da concordância com a afirmativa de Morin, é preciso ponderar que, assim como defende Goffman (1985), as máscaras sociais são variáveis nas mais diversas circunstâncias e em todas as fases da vida, não apenas na adolescência. Sendo assim, a partir da percepção de que existe enorme possibilidade de rearranjos identitários, surge também uma crise de pertencimento, já que o indivíduo está sempre em busca de se afirmar e se descobrir, como se a identidade fosse única e fixa.

Nos dicionários (como Aurélio e Houaiss) a juventude é citada como exemplo de grupo com aversão à política. Entretanto, mesmo vivendo em uma sociedade marcada pela fragmentação, mediação e individualidade, acredita-se que o jovem não deixou de ser político, mas passou a assumir novas formas de participação. Neste contexto, os meios de comunicação de massa assumem papel importante na constituição desse novo envolvimento participativo e também podem ser interpretados como incentivadores de construções identitárias.

Imagens estereotipadas em relação à juventude - ora associadas à transgressão e à delinquência, ora à apatia ou ao consumismo - começam a ser derrubadas a partir do momento em que a mídia apresenta uma produção instigante e criativa voltada para os jovens e sobre os jovens. Meios de comunicação compromissados com a juventude podem colaborar para o desenvolvimento da capacidade crítica dos integrantes deste segmento, bem como para o incentivo e fortalecimento de novas lideranças. (MAIA, 2009, p.67).

Antes de aprofundar na discussão entre juventude, comunicação e participação política, vale ressaltar que não existe uma juventude, mas uma pluralidade de conceitos e modos de ser. Portanto, este trabalho não tem a pretensão de categorizar os jovens como uma classe bem delimitada e dotada de uma identidade geral, já que, a partir da vertente do interacionismo simbólico e dos Estudos Culturais, compreendemos a juventude como algo socialmente construído e que, assim, apresenta perfis que variam de acordo com o contexto social e histórico.

A imposição de “determinadas práticas culturais como categorias universais” e a classificação dos jovens em grupos intitulados populares, excluídos e neutros, por exemplo, são exemplos de como os estereótipos podem ser (e são) usados para tentar criar categorias fixas e genéricas para os indivíduos, mesmo sabendo que “a divisão de castas é dinâmica” e que não existe uma unidade identitária. (GUARESCHI, 2006, p.87).

Da heteronomia infantil à completa autonomia que, em tese, configura a situação do adulto na sociedade, a juventude é vivida como um processo definido a partir de uma inegável singularidade: é a fase da vida em que se inicia a busca dessa autonomia, marcada tanto pela construção de elementos da identidade – pessoal e coletiva – como por uma atitude de experimentação (GALLAND,1996; SINGLY, 2000). (SPOSITO in: ABRAMO e BRANCO, 2008, p.89).

Quando falamos de juventude, estamos abordando o grupo social e, devido à dificuldade de explicitar todas as características de um grupo tão heterogêneo, optamos por abordar “classificações” utilizadas por estudiosos do assunto. Como as identidades também são “forjadas a partir das diferenças” (GUARESCHI, 2006, p.84), a alternativa foi não abordar a juventude apenas a partir das identidades comuns, mas também por meio das principais diferenças em relação a outros grupos sociais.

José Machado Pais (1993), ao fazer uma resenha bibliográfica sobre as diversas percepções de juventude, apresenta duas principais correntes teóricas: a geracional e a classista. Na primeira, relacionada à fase da vida, a juventude é tomada como faixa etária [...]; enquanto na segunda é demarcada a partir de aspectos socioculturais. (MAIA, 2009, p.59).

Pais (1993) entende a juventude como tipicamente capaz de se interconectar, aproximar e afastar. O jovem teria mais maleabilidade para a constante experimentação e troca de lugares. Os estilos mais exóticos de alguns sujeitos também podem ser entendidos, segundo o autor, como sinais de reação e de rompimento com consensos. “As culturas juvenis teriam sempre um significado político. Os rituais dessas culturas acabariam sempre por

manifestar uma capacidade de resistência, ganhando e criando espaços culturais” (PAIS, 1993, p.49).

[...] conforme Margulis y Urresti (2000), “la juventud es más que una palabra”, é mais do que um signo e não se reduz aos atributos “juvenis” de uma classe. É uma condição que se articula social e culturalmente em função da idade, com a geração a que pertence, com a classe social de origem, com o gênero e com a inserção familiar. Por isso, torna-se fundamental superar a consideração de “juventude” como mera categorização por idade, pois não há exatidão entre os limites de infância, juventude e velhice, como demarcavam os antigos ritos de passagem da infância para a vida adulta. (BAQUERO; BAQUERO; HAMMES, 2010).

Apesar de concordar com a ideia de que não é apenas a idade que caracteriza os jovens e compreender que há diversos critérios para conceituar a juventude, por questão metodológica, este trabalho toma como base a faixa etária, seguindo parâmetros utilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e considera jovens aquelas pessoas que tenham entre 15 e 24 anos. De acordo com dados do Censo 2010 (IBGE, 2010), o Brasil tem cerca de 34 milhões de pessoas nessa faixa etária. Portanto, o contingente de jovens representa quase 18% dos 190.732.694 brasileiros.

Os estudos sobre socialização política de crianças e adolescentes apontam que os valores políticos internalizados neste período da vida são de fundamental importância para a atividade política na vida adulta. Assim, assume relevância o papel das agências socializadoras – família, escola, grupos de referência dos indivíduos, associações, partidos políticos – naquilo que se denomina educação política. É no processo de aprendizagem desses valores democráticos e participativos que os jovens podem vir a desenvolver um comportamento político pró-ativo. (PEREIRA, 2010).

Se considerarmos a representatividade da parcela da população considerada jovem e também a importância que as instituições tradicionais – apesar do declínio de sua valorização – e os meios de comunicação têm como agentes socializadores, perceberemos como o desenvolvimento da cidadania nesta fase pode contribuir para ampliar os valores democráticos. Entretanto, se, por um lado, os jovens são tidos, muitas vezes, como cidadãos apolíticos, por outro, os métodos tradicionais de ensino pouco têm contribuído para modificar essa visão.

A escola, como instituição que ocupa boa parte do tempo dos jovens em idade escolar, assume função preponderante tanto no cumprimento da educação regular, preocupada com conteúdos, cumprimento de carga horária e formação intelectual, quanto na formação cultural e social, que deveria investir também no desenvolvimento humano e no estímulo à participação.

Para alguns estudiosos, existem três modelos básicos de educação: o que enfatiza os conteúdos, o que foca os efeitos e aquele que se baseia no processo. (KAPLÚN, 1998). A educação com ênfase nos conteúdos é originária da Europa e se faz presente no tipo tradicional de educação, sendo preponderante nas escolas brasileiras. Paulo Freire (1978) é um dos críticos desse modelo e o classifica como “bancário”, por ser baseado no autoritarismo e paternalismo, valorizar pouco o diálogo e a participação e premiar pela retenção de conteúdo.

O modelo de educação com ênfase nos efeitos tem origem nos Estados Unidos e é fundamentado na engenharia do conhecimento. Questiona o modelo tradicional, mas tem maior preocupação com resultados e produtividade. É o modelo que mais está arraigado na concepção convencional da comunicação, e pode ser percebido na publicidade e na propaganda política. Já a educação que enfatiza os processos é considerada por Kaplún (1998) a mais inovadora. Inspirada, principalmente, nos estudos de Paulo Freire, este modelo busca o desenvolvimento do raciocínio, da criatividade e da consciência crítica. Valoriza a problematização e a história de vida dos educandos, e não há diferença hierárquica em relação ao educador.

Longe de este trabalho ter a intenção de eleger a melhor modalidade educacional ou entrar no campo de análise dos profissionais da educação, o objetivo é demonstrar que a escola ainda é uma instituição importante na formação política dos jovens e que, independentemente do modelo educacional escolhido pelas famílias e adotado pelos colégios, inserir no ambiente escolar as discussões sobre o consumo midiático e o repasse das informações políticas é de fundamental importância para a construção de uma sociedade mais participativa. Se muitos jovens ainda não consideram a escola como um dos principais ambientes de discussão política (ver Apêndice D) é porque algo precisa mudar e as instituições de ensino precisam resgatar essa função social.

3.3 PARTICIPAR PARA QUÊ?

A participação política é resultado do envolvimento individual de cada sujeito, mas também da educação. “Apesar de a participação ser uma necessidade básica [...], é uma habilidade que se aprende”, (BORDENAVE, 1992, p.46). Portanto, a inserção dos jovens no movimento estudantil ou em outras formas de participação é fruto da educação política. Assim como defende Castro (2006, p.254), é preciso discutir a participação como “demanda subjetiva” e forma pela qual os indivíduos buscam estar vinculados à sociedade e como se repositam, a fim de se afirmarem como seus integrantes.

Bordenave (1992) enumera diversos tipos de participação, como a participação de fato, espontânea, imposta, voluntária, provocada por agentes externos e concedida. Segundo o autor, o modelo ideal de participação é aquele em que há autogestão e que os dirigentes não ficam a cargo do controle, apenas informando o restante dos membros do grupo. Ele acredita que, em uma democracia participativa, não pode existir divisão de funções entre os que planejam e decidem e os que executam e sofrem consequências.

Para Bordenave (1992), quando se discute participação, é inerente falar de conflito social. Conforme o autor, a desigualdade não colabora com a participação, já que o “diálogo verdadeiro só é possível entre iguais ou entre pessoas que desejam igualar-se”. (BORDENAVE,1992, p.51). Então, a participação social e política está fortemente arraigada nos movimentos populares, nas lutas de classes e no desejo de tornar a sociedade mais igualitária.

Sendo assim, a participação política vai além da militância nas organizações partidárias e da inclusão no processo eleitoral. Ainda que esses tipos de envolvimento permitam ao jovem experimentar a luta pela ampliação de direitos e os resultados das manifestações da sociedade organizada e conhecer profundamente os vínculos institucionais, os jogos de poder e o terreno de disputas que compõem o campo político, também existem outras formas de transformação e engajamento político, “implodindo fronteiras e identidades e deslocando a noção do político para as margens do que é convencionalmente concebido como tal”. (CASTRO, 2008, p.253).

Comumente vista pela população como parcela apolitizada, a juventude, ao contrário, tem se demonstrado participativa. No entanto, os moldes de participação se alteraram. Isso é o que demonstram pesquisas recentes reunidas na obra “Retratos da Juventude Brasileira” (ABRAMO; BRANCO, 2008).

Conforme Krischke (in: ABRAMO; BRANCO, 2008, p.324-325), tem havido incentivo para que os jovens tenham mais possibilidade de integração social, “principalmente por meio de sua participação gradual nos recursos culturais e processos decisórios que caracterizam o regime democrático de governo”, especialmente nas últimas décadas, após a democratização iniciada no Brasil na década de 1980.

Aqueles que estão envolvidos nos movimentos religiosos, culturais, nas instâncias de representação discente e nos movimentos de solidariedade representam, cada qual ao seu modo, formas singulares de participação política, distintas de formas clássicas já superadas e/ ou revistas. (ALMEIDA, 2007).

A extensão do direito de votar aos 16 anos integra o momento de transição democrática brasileira e representa uma grande conquista dos jovens. No entanto, poder ser eleitor entre 16 e 18 anos não é capaz de garantir, sozinho, mais comprometimento com as transformações sociais. Conforme Gustavo Venturi e Vilma Bokani (in: ABRAMO; BRANCO, 2008), pesquisas demonstram um aparente baixo associativismo aferido entre os jovens. Os autores utilizam o termo “aparente”, por defenderem que a característica não é privilégio dessa faixa etária no Brasil.

E se por um lado o associativismo juvenil a entidades mais tradicionais segue o padrão adulto de baixa adesão, por outro, quando perguntado sobre a participação em grupos que realizam atividades em seu bairro ou comunidade, 15% dos jovens brasileiros (cerca de 5 milhões) dizem fazer parte de algum tipo de grupo. Alguns ligados a igrejas (4%), muitos outros a atividades culturais ou de lazer, como a música (3%), dança (2%) e teatro (2%), além de futebol (1%) e outras motivações variadas [...]. (VENTURI; BOKANI in ABRAMO; BRANCO, 2008, p.357).

Tradicionalmente, os movimentos estudantis são interpretados como os principais ambientes de participação política da juventude. Seja nos grêmios das escolas ou nos diretórios acadêmicos das faculdades, as instituições de ensino sempre fomentaram o envolvimento e a experimentação democráticos.

O movimento político que ocorre na juventude é associado visceralmente ao campo estudantil, uma vez que as instituições escolares são espaços privilegiados na vida das gerações mais novas, já que sua instrução é fator fundamental para a vida adulta. Por isso, a forma como os jovens se articulam dentro das esferas de correlação de força nos espaços estudantis é fruto de sua socialização política e de seu “despertar” por esses mesmos espaços, visto que se constituem como molas propulsoras do interesse político. (PEREIRA, 2010).

Percebe-se atualmente, que, apesar da grande relevância da educação e, em consequência, da escola, a proposta de vincular a participação juvenil exclusivamente ao campo estudantil está ultrapassada. Muitos jovens que se viram obrigados a se afastar dos

estudos pela necessidade de trabalhar ou por outras razões podem demonstrar engajamento político, mesmo que distante dos colégios. Seja nas associações de bairros, nas agremiações de samba, nos veículos de comunicação comunitários, nas ONGs ou em outros movimentos sociais, é possível participar politicamente.

O declínio observado por alguns autores em relação aos comportamentos políticos institucionalizados (INGLEHART, 1997) – o voto, por exemplo – relaciona-se com mudanças dos valores, quando hoje as novas gerações não se identificam mais com organizações hierarquizadas e burocratizadas e preferem experiências políticas não-convencionais, “expressivas” e informais. (CASTRO, 2008, p.255).

Para Krischke (in: ABRAMO; BRANCO, 2008, p.338), “a importância crescente das formas não-convencionais de participação política começou a ser observada a partir de contradições aparentemente inexplicáveis das atitudes acerca da própria participação convencional, sobretudo no caso dos partidos políticos”.

A principal modificação ocorreu na compreensão de que o sentido político do trabalho social não fica restrito à vinculação partidária, ressaltando toda a legitimidade e importância dos partidos. Esse deslocamento percebido por muitos autores, como Castro (2008), Aldé (2004), Almeida (2007) e Pereira (2010), faz parte de uma nova ambiência marcada pela descrença nos partidos políticos e redução da relação com a política institucionalizada, como descreve Leal (2002).

Isso não quer dizer que os jovens de hoje sejam menos politizados, mas que descobriram vínculos sociais capazes de responder a questões mais atuais e dão outro sentido às relações da alteridade. Esse novo sentido também é responsável por criar vínculos de pertencimento, de forma que os espaços de luta e discussão política passam a ser referenciais importantes para os rearranjos identitários juvenis.

A partir de comparação entre os resultados da pesquisa “Perfil da juventude brasileira”, aplicada em 2003, e do Latinobarômetro, em 1997, Krischke (in: ABRAMO; BRANCO, 2008) pondera que a juventude apresentou mais identificação com valores partidários do que a totalidade da população.

Quadro 1: Resultados das pesquisas de 1997 e 2003 Relações com os partidos políticos no Brasil (%)		
Atitudes	1997 (toda população)	2003 (jovens)
Importância dos partidos	50	82
Confiam nos partidos	5	35
Distantes dos partidos	70	53
Identificam-se a partidos	7	47
Reconhecem eixo direita/esquerda	64	82
Declaram-se de esquerda	18	27
Declaram-se de direita	36	32

Fonte: Latinobarômetro (1997), in MOREIRA, 2000a apud KRISCHKE (2008)

Apesar de destacar que as pesquisas resultam de amostras diversamente construídas, sendo a de 1997 representativa do conjunto da população e a de 2003 apenas da juventude (população entre 15 e 24 anos) – o que impede a produção de analogias diretas sem o cuidado de delimitar a diferença entre elas –, o autor pondera que, nos dois casos, houve diferença significativa entre o reconhecimento da importância dos partidos e a confiança nos mesmos.

3.4 OS JOVENS JUIZ-FORANOS

Juiz de Fora é uma cidade de porte médio da Zona da Mata de Minas Gerais, localizada entre grandes centros urbanos como Belo Horizonte (a 270 quilômetros de distância), Rio de Janeiro (180 quilômetros) e São Paulo (500 quilômetros), na região Sudeste do Brasil. 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.

Nas eleições de 2010, marcadas pela possibilidade de propaganda eleitoral na internet e uso de redes sociais nas campanhas, os jovens de todo o país demonstraram uma participação diferente e se engajaram na rede, divulgando ou recebendo informações políticas. Em Juiz de Fora não foi diferente, e eles fizeram uso do *Twitter*, *Facebook*, de grupos de e-

mails, entre outras ferramentas, durante o período eleitoral. Contudo, nem mesmo a efervescência das novas mídias estimulou maior participação nas urnas.

São as eleições mais conectadas, plugadas e twittadas de todos os tempos. Difícil encontrar um candidato que não se valha do Twitter, do Orkut, do Facebook ou de um sem número de mensagens digitalizadas e personalizadas. E nem mesmo todo esse esforço de modernidade tem sido capaz de atrair jovens a participar da vida política de seu país. Em 2010, apenas 2.638 adolescentes com 16 e 17 anos de idade participarão das eleições em Juiz de Fora. O número é o menor desde o pleito do ano 2000, quando os jovens aptos a votar eram 3.414. [...] Para cientistas políticos, a retração no número de eleitores nesta faixa etária revela não só o afastamento do jovem da política pelos sucessivos escândalos, mas aponta também uma acomodação ou falta de preparo para exercer o direito de votar (e para as consequências que ele implica) e, ainda, para uma maneira difusa de defender ideias - de fazer política - ainda que elas pouco mobilizem aqueles que a compartilham. (ABREU, 2010, p.3).

O trecho acima, publicado em reportagem do jornal local Tribuna de Minas, revela que, em dez anos, as eleições de 2010 foram as que menos mobilizaram jovens juiz-foranos com 16 e 17 anos, que podem votar espontaneamente. Se, em 2000, conforme a reportagem e os dados do Tribunal Regional Eleitoral (TRE), 3.414 adolescentes dessas idades tinham título de eleitor, em 2010 o número caiu para 2.638. A matéria também conta com a participação de cientistas políticos, que contextualizam a descrença da população em geral no cenário político institucional.

Vale ressaltar que essa tendência é notada não só em Juiz de Fora, mas em toda a região Sudeste brasileira, que tem a menor participação eleitoral do país aos 16 anos (1,55%). Na faixa dos 16 aos 18, apenas 5% do total de votantes têm 17 anos, ficando a cargo dos que têm 18 anos, e precisam obrigatoriamente votar, responder por 93% do voto jovem nesse segmento etário. (LASSANCE, in: ABRAMO, BRANCO, 2008, p.77).

Apesar da aparente desmobilização da juventude local, outras iniciativas realizadas no município demonstram que essa parcela da população possui novas possibilidades de engajamento e discussão política. Alguns bons exemplos são a Câmara Mirim e o Parlamento Jovem, projetos que têm atingindo resultados positivos.

A Câmara Mirim é coordenada pelo Centro de Atenção ao Cidadão (CAC) da Câmara Municipal de Juiz de Fora e tem o objetivo de “promover a formação para a cidadania de jovens adolescentes de até 15 anos, das redes pública e privada, com a sua inserção no universo da democracia representativa e da participação política”. (CÂMARA JF, 2011).

O projeto começou a funcionar em 2009 e, desde então, estudantes do oitavo e nono anos do ensino fundamental de algumas instituições de ensino públicas e privadas se revezam

nas atividades de vereadores mirins. Nos dois primeiros anos de funcionamento do projeto, entre o total de escolas inscritas para participar, 19 eram sorteadas e encaminhavam seus representantes. A partir de 2011, o número de sorteadas foi reduzido para dez.

Cada escola sorteada elege um grupo de dez a 15 estudantes que atuam sob orientação de um professor designado, que passará a representar a instituição e os demais estudantes no Legislativo. Em 2011, 124 adolescentes com idade entre 13 e 15 anos foram empossados vereadores mirins. (CÂMARA JF, 2011).

Depois de tomarem posse, os adolescentes que integram o programa passam por capacitação, que envolve palestras e discussão de temas como democracia, participação política, poderes no município e processo legislativo. Em uma fase seguinte os alunos começam a elaborar propostas sobre um tema escolhido. A cada edição do programa um novo tema é abordado. Na terceira edição (em 2011), o assunto foi “meio ambiente e resíduos”.

Após a fase de discutir e elaborar propostas, os adolescentes as apresentam em plenário e colocam em votação. Há também o momento de eleição da mesa diretora da Câmara Mirim e de seleção das propostas que serão encaminhadas à Comissão de Participação Popular e à Mesa Diretora do Legislativo.

Já o Parlamento Jovem Brasileiro é uma proposta semelhante, mas em âmbito nacional. Foi instituída pela Câmara dos Deputados e, em 2011, completou a oitava edição. Por meio do projeto, os deputados jovens, que devem ter de 16 a 22 anos e frequentar o segundo ou terceiro anos do ensino médio, são pré-selecionados pelas secretarias de educação de cada estado, por meio da apresentação de um projeto de lei. O Conselho Nacional dos Secretários de Educação (Consed) encaminha os projetos à Câmara dos Deputados, e uma comissão, formada por servidores do Legislativo, escolhe os participantes. O número de representantes por estado e pelo Distrito Federal é proporcional ao número de deputados federais.

Durante o período da Legislatura prevista para os estudantes, que tem a duração de cinco dias, os participantes têm a oportunidade de experimentar o dia-a-dia dos parlamentares brasileiros no desempenho de suas funções. O trâmite das proposições apresentadas pelos deputados jovens se dá de acordo, na medida do possível, com as normas regimentais vigentes na Câmara dos Deputados. (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2011).

Em Minas Gerais, o projeto do Parlamento Jovem de Minas é coordenado pela Assembleia Legislativa, por meio de parceria entre a Escola do Legislativo da Assembleia e o curso de Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas).

O parlamento teve início em 2004, mas era aberto apenas a estudantes de Belo Horizonte. Em 2010, foi ampliado e passou a contar com alunos de ensino médio de escolas públicas e particulares de cidades do interior, como Juiz de Fora. As etapas municipais são realizadas pelas câmaras de vereadores em parceria com instituições de educação superior.

Em cada edição, os estudantes escolhem um tema relevante para o seu cotidiano, estudam sobre ele e discutem ao longo de um semestre, com a participação de universitários, que atuam como monitores. Os jovens formulam propostas sobre o assunto e produzem um documento que é votado pelos próprios alunos no Plenário da Assembleia de Minas. A dinâmica é a mesma de um evento institucional da ALMG. (PARLAMENTO JOVEM, 2011).

Em 2011, sete estudantes e “jovens deputados” de Juiz de Fora representaram o município nas discussões estaduais na Assembleia. Tanto nas discussões locais quanto na participação em Belo Horizonte, eles tiveram acompanhamento de professores das escolas, do Centro de Atenção ao Cidadão da Câmara Municipal, e de monitores do curso de Ciências Sociais da UFJF.

Ainda que esta dissertação não tenha como foco acompanhar o trabalho desenvolvido por esses projetos, eles são exemplos que merecem espaço pela inovação e pelo estímulo à participação e ao engajamento dos jovens em relação à política. São iniciativas que também servem para exemplificar como a conceituação do jovem como “avesso à política” não deve ser considerada de modo acrílico, já que esses projetos demonstram o interesse de muitos adolescentes em participar e atuar como multiplicadores, ao levar para as instituições onde estudam um pouco das experiências adquiridas.

3.5 RELAÇÕES DOS JOVENS JUIZ-FORANOS COM A POLÍTICA

Para conhecer melhor alguns grupos de jovens que vivem em Juiz de Fora e sua relação com a política, parte desta pesquisa foi dedicada a ouvi-los, a partir da aplicação de questionários e realização de discussões em grupo focal. Como já foi explicitado, o trabalho foi desenvolvido com adolescentes de 16 a 18 anos, que nas eleições de 2010, puderam escolher se participariam ou não da escolha de representantes para a Assembleia, o Congresso, o Governo de estado e a Presidência da República.

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 para as escolas foi o número de alunos e, conseqüentemente, a tradição da instituição de ensino na cidade. A pesquisa privilegiou os colégios 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, 31 da Escola Estadual Delfim Moreira, ambas são 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. Do total de participantes, 61 são do sexo feminino e 46 do masculino.

O Instituto Estadual de Educação (IEE), também conhecido como Escola Normal, é uma das instituições mais antigas da cidade e localiza-se no Centro, na esquina da Avenida Getúlio Vargas com a Rua Espírito Santo. Está situado em um prédio histórico, construído na década de 1930 para abrigar a “Escola Normal”. (JUIZ DE FORA CONVENTION, 2010). Conforme informações da Superintendência Regional de Ensino repassadas para esta pesquisa, a escola tinha, em 2010, aproximadamente mil alunos matriculados no ensino médio.

Número semelhante de matrículas para o citado nível de ensino tinha, no mesmo ano, a Escola Estadual Delfim Moreira, também chamada de Grupo Central. O colégio foi o primeiro grupo escolar de Minas Gerais e, desde 1907, está situado na principal avenida da cidade, a Avenida Rio Branco, esquina com a Rua Braz Bernardino, no Centro. O prédio da instituição, assim como o do IEE, é tombado pelo patrimônio histórico do Município.

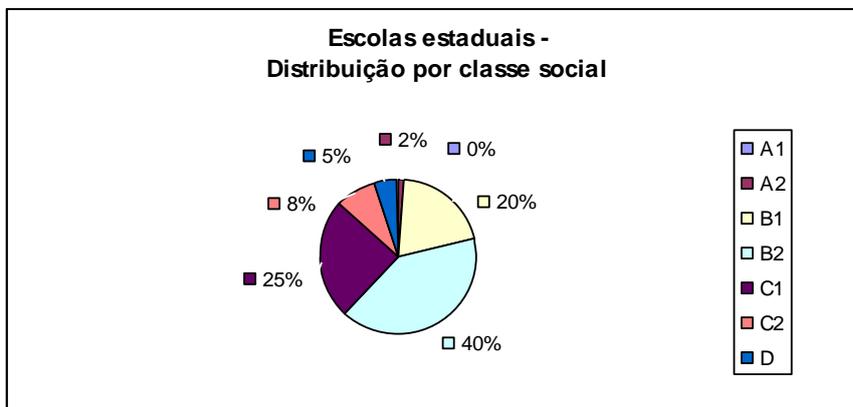
O curso pré-vestibular Cave foi inaugurado em 1964 e, cinco anos depois, inaugurou a terceira série integrada, em que o aluno se prepara para o vestibular ao mesmo tempo em que cursa o terceiro ano do ensino médio. Para efetivar essa parceria, o curso realizou, durante anos, convênio com a Academia de Comércio, outro colégio tradicional da cidade, mas, em 2011 foi firmada nova parceria com o Instituto Granbery para oferecer o terceiro ano integrado (CAVE, 2011).

O Cave possui três sedes, sendo que a do terceiro ano funciona em um prédio histórico pertencente ao Granbery, que se localiza na Rua Barão de Santa Helena, Bairro Granbery, no região central da cidade. Já o Instituto Metodista Granbery foi inaugurado em 1889 como o nome “Colégio Americano Granbery”. Atualmente, o instituto oferece turmas desde o ensino infantil até a pós-graduação e, em 2011, contava com aproximadamente 600 alunos matriculados no ensino médio, segundo informações da escola.

Os questionários (ver Anexo A) foram aplicados em uma turma de cada uma dessas instituições em outubro e novembro de 2011. A primeira parte do levantamento corresponde a informações socioeconômicas, baseadas no Critério Brasil (2011), com o intuito de compreender qual é a situação das famílias em que esses jovens estão inseridos.

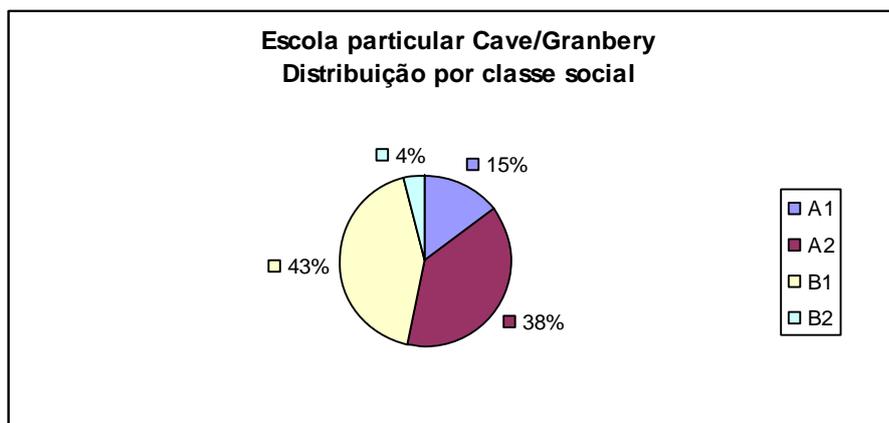
A partir do questionário, foi possível perceber que, enquanto nas escolas estaduais a maioria dos alunos pertence às classes B2 e C1, na particular, concentram maior número as classes B1 e A2. O resultado demonstra a diferença de nível econômico das famílias que podem possibilitar aos filhos o ensino em instituição privada.

GRÁFICO 1



Apesar de entre as turmas participantes da pesquisa haver apenas 5% de estudantes na classe D nas instituições públicas, chama a atenção o fato de a turma particular não apresentar nenhum estudante nas classes C ou inferiores.

GRÁFICO 2



Além da parte socioeconômica, o questionário também buscou verificar se a imagem que os jovens possuem sobre a política é predominantemente negativa, como aparenta ser, segundo pesquisas, 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 (Ver tabela completa no Apêndice C).

Quadro 2: 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

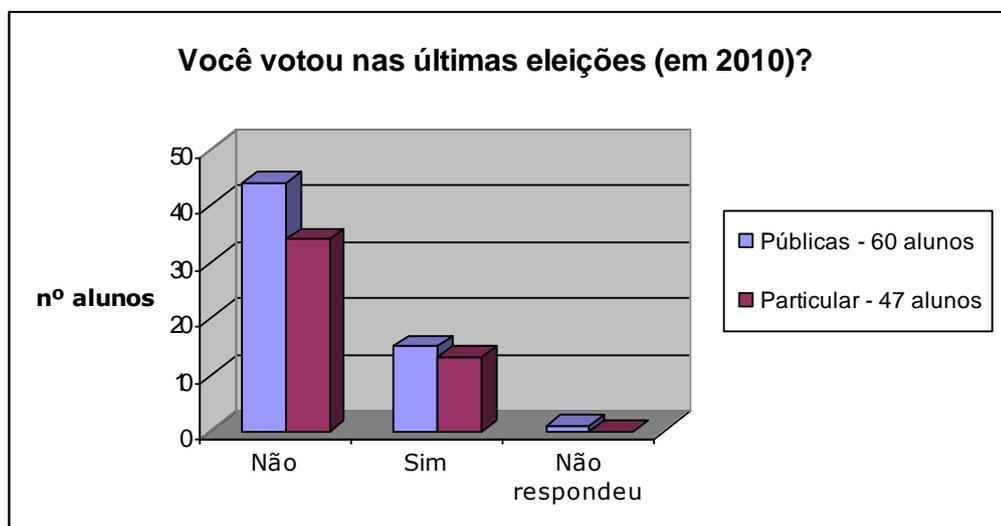
A prevalência de termos como corrupção, burocracia, desonestidade, roubo, mensalão – que faz referência ao escândalo que começou a ser divulgado antes da reeleição do então presidente Lula (PT) e é tão recorrente até hoje – e também de outras palavras usadas pelos estudantes, como camaradagem, vergonha, jeitinho e irresponsabilidade, se contrapõe com

direitos, mudança e esperança, vocábulos que, apesar de terem aparecido em menor proporção, demonstram que os entrevistados não estão 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.

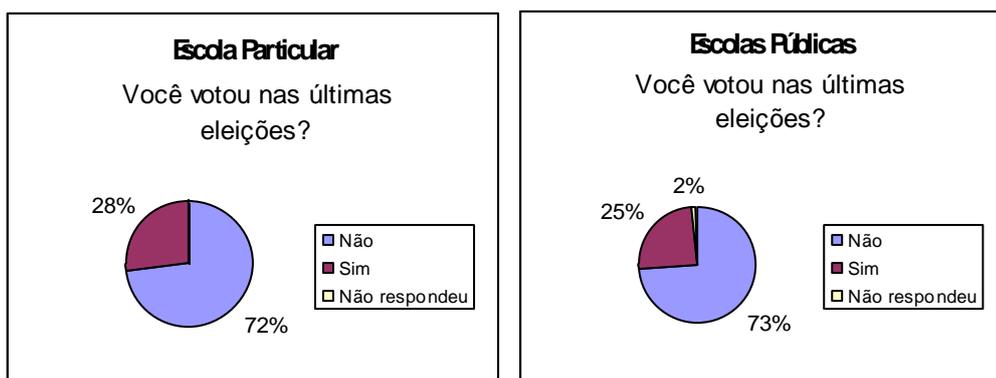
A menor participação dos jovens com idades entre 16 e 18 anos como eleitores, como foi demonstrado no subcapítulo anterior, também foi confirmada a partir da aplicação dos questionários. Entre os 107 estudantes entrevistados, apenas 28 votaram nas eleições de 2010.

GRÁFICO 3



Não houve diferença significativa na porcentagem dessa resposta entre os alunos das escolas públicas e da particular. Nos dois casos o número de não participantes nas votações foi de cerca de 70% dos entrevistados.

GRÁFICOS 4 E 5

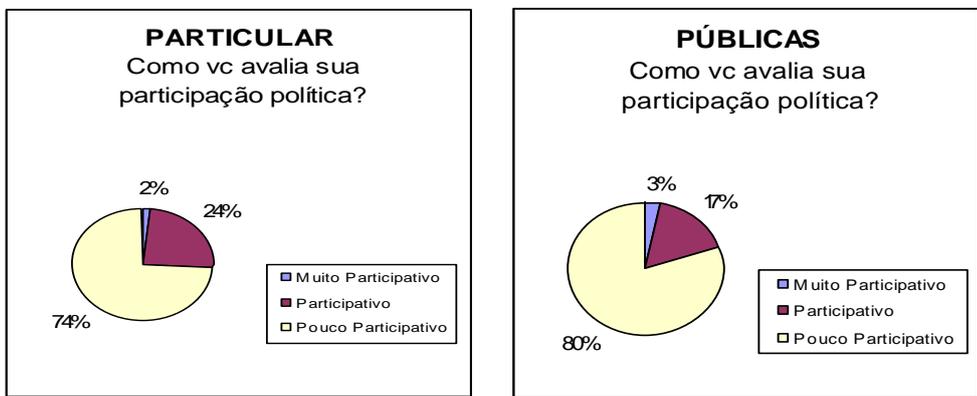


Dos 79 alunos que não votaram, quase a metade (37) justificou que só não foi às urnas porque não tinha título de eleitor, mas apenas seis não haviam completado 16 anos à época de retirar o documento. O fato de o voto não ser obrigatório para menores de 18 anos também foi a razão apontada por 17 estudantes. O restante alegou falta de motivação, de maturidade, despreparo, entre outros motivos.

Quadro 3: Razão de não ter votado	
O voto não ser obrigatório	17
Não ter completado 16 anos	6
Não ter feito título eleitoral	37
Falta de opção de candidatos	1
Falta de motivação/interesse	5
Outros motivos	7
Não justificaram a razão	5

Mas o próprio jovem não se considera participativo. Apenas 26% dos entrevistados do Cave/Granbery se avaliam como participativos e muito participativos. Já no IEE e no Delfim Moreira, a porcentagem foi de 20%. E eles avaliam a juventude em geral da mesma maneira.

GRÁFICOS 6 e 7



Mas, quando questionados se participam de algum grupo ou atividade associativa, os números aumentam. Quarenta e nove estudantes apontaram ser integrantes ou frequentar esse tipo de ambiente, seja na igreja, em atividades culturais, no grêmio estudantil ou no partido político. Isso pode indicar que, para muitos desses adolescentes, participar de movimentos como os citados no quadro abaixo não seria uma forma de engajamento político.

Quadro 4: De quais grupos você é membro ou participa?*	
Grêmios estudantis	2
Partido político	1
Associação de bairro	2
Movimento negro ou feminista	1
Igreja	26
Teatro, dança ou música	12
Outros	15
Não participam de atividade associativa	56
Não responderam	2

**Era possível marcar mais de uma opção*

Os resultados também demonstram que a participação em grêmios estudantis e partidos políticos é menor do que o envolvimento com grupos religiosos e culturais, reforçando a tendência já apontada pela teoria de desvalorização de algumas instituições políticas tradicionais. Entre os participantes da pesquisa, a instituição Igreja (sem separação religiosa) é a que mais os mobiliza. Mas que papel cumpre a mídia, mais especificamente a TV, na construção da visão que os jovens têm da política? O capítulo que segue discute a representação da política feita pelo principal telejornal do país.

4 O JORNAL NACIONAL EM PAUTA

Se os meios de comunicação de massa passaram a assumir algumas funções de outras instituições, ainda mantêm a legitimidade de contribuir com a informação e “formação” de parte significativa da população e podem corroborar com deslocamentos e rearranjos identitários, os assuntos relativos ao campo da política noticiados nesses veículos também assumem função diferenciada por contribuir para a formação da opinião pública.

Sendo assim, 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. Conforme Taiga Corrêa Gomes (2006), a televisão é considerada um veículo que atende bem a algumas necessidades da globalização. O jornalismo, por sua vez, satisfaz e alimenta a angústia da “obrigação de sermos globalizados”.

Ela defende que, apesar de vermos o mundo “através de lentes”, as notícias, muitas vezes, são nossa ilusão de realidade. Dessa maneira, ao contribuir com o deslocamento das identidades, o movimento da globalização é vinculado à produção midiática, que seria uma espécie de mediadora da fragmentação do mundo contemporâneo.

Quanto mais próximos do público estão os assuntos abordados pela imprensa, maior interesse é demonstrado. “No momento em que a globalização nos atinge com tanto impacto, a cidade, o bairro podem ser o lugar em que o sujeito se reconhece” (GOMES, 2006, p.3). Os jornais que divulgam questões corriqueiras da cidade se tornam instrumento ainda mais forte de interferência nas políticas públicas e de mediação entre sociedade e poder público. É nesse contexto que se verifica também, em muitos casos, o poder assistencialista da mídia, que, a partir da diminuição da credibilidade das instituições tradicionais, tende a aumentar.

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? Em busca dessas respostas, tornou-se necessário, para o desenvolvimento desta pesquisa, analisar um produto televisivo de grande abrangência e sua repercussão entre os jovens.

Busca-se aqui acompanhar como o Jornal Nacional (JN), da Rede Globo, tem noticiado assuntos relativos à política e de que forma os jovens têm recebido essas informações e feito uso das mesmas. Trata-se de uma maneira de buscar chaves de compreensão sobre o jornalismo que tem sido praticado, destacar os pontos positivos e o que ainda pode se aprimorado, além de verificar se os discursos adotados por essa parcela da população e o imaginário que ela tem sobre a política são perpassados por aqueles discursos recorrentes e preponderantes utilizados nos telejornais, e, de forma específica, no JN.

4.1 COMO A POLÍTICA APARECE NO JN

Diariamente, milhões de brasileiros se acomodam na frente dos televisores para acompanhar o que “de mais importante” acontece no país e no mundo por meio dos telejornais de amplitude nacional. Os noticiários televisivos são considerados a nova “praça pública”. (VIZEU, PORCELLO e MOTA, 2006). Portanto, analisar de que forma os telejornais brasileiros têm se referido à política e como a temática vem sendo abordada joga luzes sobre uma das variáveis-chave do processo de formação da opinião pública sobre o tema.

O Jornal Nacional (JN), da Rede Globo, merece destaque por ser o principal telejornal do país. Conforme informações da pesquisa Ibope, de setembro de 2011, o programa concentra 35 pontos da audiência (cada ponto de ibope equivale a cerca de 60 mil domicílios sintonizados), o que representa 59% da participação total no segmento (telejornais). (REDE GLOBO, 2012).

O objetivo do presente subcapítulo, portanto, é apontar, por meio de análise de conteúdo, qual foi a representação feita pelo JN sobre o próprio sentido da política, mais do que sobre as forças que disputavam o pleito, no período das eleições presidenciais brasileiras de 2010.

Conforme Laurence Bardin (2008, p.40), “a análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. A intenção dessa modalidade de análise

seria possibilitar inferências, sejam elas de produção ou recepção. Para Bardin, as técnicas auxiliam a busca de outros olhares sobre o mesmo objeto, já que não se limitam aos resultados ofertados em uma primeira leitura, exigindo o desmembramento do objeto em partes, que, posteriormente, serão associadas na tentativa de responder a alguns questionamentos.

Por meio de uma análise de valência das notícias, busca-se ainda verificar se, no período que integra o corpus da pesquisa, o JN veiculou mais notícias positivas, negativas ou neutras em relação ao fenômeno político entendido de forma ampla, e não meramente eleitoral.

Para tal, a pesquisa tomou por base o modelo utilizado pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (Doxa) do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ) (ALDÉ, MENDES; FIGUEIREDO, 2010), aplicado desta vez não aos candidatos, mas à própria significação dada à política. O período de análise foi definido tendo como marcos delimitadores o período de convenções partidárias, o início do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), no primeiro turno, e o fim do segundo turno das eleições, com o conhecimento do resultado. Foram analisadas duas semanas do JN em setembro e outubro, e uma semana em junho, agosto - já que o HGPE só foi autorizado a partir da segunda quinzena daquele mês - e novembro.

A análise foi realizada em três etapas. Na primeira, o foco foi a cobertura pré-eleitoral (fase das convenções nacionais partidárias), que ocorreu em junho de 2010. A etapa subsequente abordou a primeira semana de veiculação do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), em agosto, e a análise das matérias sobre política veiculadas no telejornal em duas semanas dos meses setembro e outubro de 2011, durante a campanha. A terceira etapa abordou a semana que seguiu a votação do segundo turno e a eleição de Dilma Rousseff (PT) como presidente do Brasil.

Todas as edições foram gravadas. As 268 matérias de política nacional veiculadas, e que compõem o corpus desta pesquisa, foram transcritas para possibilitar o aprofundamento da análise. Devido ao extenso período e às dificuldades apontadas por outros colegas e pesquisadores na obtenção dos produtos jornalísticos da Rede Globo a partir de solicitação feita à emissora, optou-se por gravar as edições do JN por meio de um receptor de TV USB que é conectado diretamente no computador. Após assistir e gravar cada programa, eles foram salvos em mídia DVD para facilitar posteriores consultas e o prosseguimento do trabalho.

Quanto tempo do telejornal foi dedicado à cobertura da política nacional? Por meio de que viés o tema político foi abordado? Quais tipos de enquadramento foram priorizados – por

exemplo, houve predominância da lógica do escândalo midiático e da personalização da política nas matérias cujo foco era o processo eleitoral? Esses questionamentos constituíram a base da análise.

Primeiramente, as notícias foram categorizadas em sete temas, sendo eles: política nacional, internacional, esporte, temas nacionais em geral, previsão do tempo, programação própria e economia (ver quadro 5). A partir da classificação baseada na recorrência dos assuntos, tornou-se perceptível que a política nacional foi, em termos de quantidade de notícias, o principal tema do telejornal em cinco das sete semanas analisadas.

Quadro 5: Classificação da quantidade de notícias por tema							
Data	Política	Inter	Esporte	Nacional	Tempo	Prog. Própria	Economia
9/6 a 16/6/2010	17	16	80	20	7	4	5
16/8 a 21/8/2010	30	14	17	27	6	4	6
13/9 a 18/9/2010	49	12	8	6	6	1	3
27/9 a 2/10/2010	62*	7	11	10	5	8	4
4/10 a 9/10/2010	46	23	19	34	6	3	10
25/10 a 30/10/2010	45**	25	13	33	6	5	10
1/11 a 6/11/2010	19	22	25	28	5	4	8

*Quatro notícias foram classificadas tanto em política quanto em programação própria por abordarem os debates da Rede Globo

** Duas notícias foram contabilizadas tanto em política quanto em programação própria por abordarem os debates da Rede Globo

Algumas notícias foram classificadas em mais de uma categoria, por apresentarem características presentes nelas. O exemplo se refere a seis matérias que abordaram os debates entre candidatos promovidos pela Rede Globo. Apesar de terem como pano de fundo a política e abordarem um evento de especial importância para a afirmação democrática – merecendo ser caracterizadas como política –, as reportagens e notas focaram, nessas circunstâncias (antes de os debates irem ao ar), os preparativos e a organização do debate. Essas matérias ofereciam explicações de como funcionaria o programa e foram contabilizadas também na categoria programação própria, dedicada à divulgação de assuntos relativos à grade da emissora. Abaixo, trecho da reportagem de Mônica Sanches, veiculada no dia 30 de setembro, demonstra a abordagem:

Os técnicos da Central Globo de Produção passaram o dia fazendo os últimos ajustes no estúdio. Oito câmeras vão mostrar cada detalhe do debate. Os assessores, durante os intervalos, podem subir ao palco para trocar ideias com os candidatos. Vão participar do debate Dilma Rousseff, do PT, José Serra, do PSDB, Marina Silva, do PV, e Plínio de Arruda Sampaio, do PSOL. A ordem das perguntas obedecerá a regras aprovadas pelos candidatos. O roteiro do debate prevê que todos possam perguntar e responder pelo menos uma vez em cada bloco. Um sorteio vai determinar quem será o primeiro a perguntar [...]. (JN, 30 set. 2010).

A comparação entre a quantidade e o tempo das notícias por tema demonstra que, durante a campanha eleitoral, a política ganhou destaque entre os assuntos abordados pelo JN (ver descrição detalhada do tempo dedicado ao assunto por dia de análise no apêndice B). No entanto, fora do momento eleitoral (demarcado entre o início do HGPE e o resultado das eleições), a análise demonstra que, quando não há outro evento ou acontecimento midiático, a política deixa de estar entre os temas prioritários. Isso comprova a tendência de o JN ainda privilegiar assuntos que tenham relação com a espetacularização e o escândalo, bem como com o agendamento da política nacional baseada nos eventos eleitorais.

Em uma média de 33 minutos de telejornal por dia entre 9 e 16 de junho, a política teve média diária de quatro minutos. Sendo que, no dia 14 de junho, apenas um minuto foi dedicado ao assunto. Na última semana de análise, entre 1º e 6 de novembro, a quantidade e o tempo das notícias relativas à política também demonstram o agendamento eleitoral. Enquanto na segunda-feira, dia seguinte à eleição de Dilma Rousseff, todos os 47 minutos do telejornal foram dedicados à política, no dia 2, foram cinco minutos e 40 segundos e, no dia 3, foram nove minutos e 40 segundos, sendo que, nos dias posteriores, não houve abordagem sobre a política. (Ver quadro 18 no Apêndice B).

Já durante o período eleitoral, o telejornal teve o tempo de exibição reduzido, devido ao HGPE e, nos dias analisados, teve tempo médio de 25 minutos. Entre 16 e 21 de agosto, houve média de nove minutos dedicados por dia à política. De 13 a 18 e 27 a 30 de setembro, foram quase 15 minutos e, entre de 1 a 9 e 25 a 30 de outubro, a média relativa à temática política foi de 14 minutos.

Devido ao fato de o primeiro período analisado (de 9 a 16 de junho) ter coincidido com a cobertura da primeira semana da Copa do Mundo de Futebol, já era esperado que os jogos do campeonato tivessem mais destaque que qualquer outro tema no noticiário. Entretanto, não se imaginava que, todos os dias, cerca de 50% do conteúdo do JN seriam sobre a Copa.

Pode-se perceber que não houve regularidade das outras temáticas durante os sete dias de análise. Elas foram dissolvidas no telejornal e, normalmente, só ganharam maior destaque

quando representavam um “escândalo midiático” (como as matérias que abordaram o caso de um lavrador do Maranhão suspeito de ter sete filhos com a própria filha) ou tema de grande interesse público em caráter nacional (como as convenções partidárias e a sanção do reajuste da aposentadoria).

As reportagens sobre a Copa também foram priorizadas na montagem do telejornal durante a primeira semana de análise, sendo sempre o assunto que, diariamente, “abria” o JN. A cobertura do mundial teve muitas matérias e poucas notas (no máximo, duas por edição em uma média de dez notícias sobre o assunto por dia).

Um dos aspectos que mais chamou a atenção na semana de junho foi o fato de a Convenção Nacional do PT, que ocorreu no domingo (quando não há edição do JN), dia 13 de junho, não ter sido mencionada em reportagem do JN em nenhum outro dia da semana. Em contraste, como as matérias sobre as convenções do PV e PSDB receberam o mesmo destaque e foram veiculadas com o mesmo tempo (quatro minutos e 50 segundos), fica nítido o silenciamento em relação à oficialização da candidatura de Dilma Rousseff (PT).

Na edição de 13 de junho, o Fantástico (revista semanal da Rede Globo) noticiou a convenção do PT. A reportagem teve exatamente a mesma duração das matérias do JN, mas, como os programas são voltados para públicos diferentes e têm índices de audiência distintos, mesmo pertencendo à mesma emissora, fica clara a opção do JN por não dedicar espaço ao evento petista.

Em relação ao tipo de produção das notícias durante todo o período analisado, 200 das 268 matérias foram consideradas reportagens (ver quadro 6), por conterem cabeça ou nota-pé³ do âncora, *video tape*⁴ com entrevistas, narrativa do repórter (com ou sem passagem, abertura ou encerramento) e tratarem dos assuntos de forma mais densa do que as notas. Foram veiculadas 55 notas secas (apenas o âncora fala, sem uso de imagem), sendo que muitas contaram com recursos audiovisuais, como arte e gráficos, para divulgar resultado de pesquisas de intenção de voto. Nove notas cobertas (quando mostra imagens do fato, mas têm apenas narrativa do repórter ou do âncora), além de um *stand-up*⁵ e uma entrevista ao vivo em estúdio, também foram ao ar no período analisado.

³ A “cabeça” é a abertura da notícia, feita normalmente pelo âncora do estúdio para “chamar”, introduzir a reportagem. Já a nota-pé também é falada pelo apresentador, mas após a exibição de uma matéria, como informação complementar. (Coutinho, 2003).

⁴ Coutinho (2003) explica que os VT’s são o formato mais elaborado para apresentar uma notícia em um telejornal por, normalmente, serem produzidos com imagens em externa e narração feita pelo repórter.

⁵ Ainda conforme Coutinho (2003), *Stand-up* é quando só aparece o repórter na notícia, normalmente de pé.

Quadro 6: Classificação da quantidade de notícias sobre política nacional pelo tipo de produção			
Data	Formato		
	Nota seca*	Nota coberta	Reportagem
9/6 a 16/6/2010	5	2	10
16/8 a 21/8/2010	3	-	27
13/9 a 18/9/2010	5	1	43
27/9 a 2/10/2010	17	1	44
4/10 a 9/10/2010**	3	7	35
25/10 a 30/10/2010	20	-	25
1/11 a 6/11/2010***	2	-	16
Total	55	11	200

* Sendo que algumas foram notas com arte, como as de divulgação das pesquisas eleitorais

**Nesta semana, também foi veiculado um stand-up

***Houve uma entrevista ao vivo no estúdio

Há várias maneiras de compreender a política. Seja como campo social (GOMES, 2004), área de estudo, fazendo referência às atividades administrativas e de controle do Estado, à maneira como se estabelecem as relações de poder ou a forma como se dá a participação social, mas nenhuma delas restringe ao termo o caráter meramente eleitoral.

Contudo, não é incomum observarmos, no dia a dia, pessoas dizendo que não gostam de política, que o assunto é chato, e reclamando que, depois das eleições, os candidatos eleitos costumam não dar ouvidos ou não atender às reivindicações da parcela da população que os elegeu. Isso demonstra que boa parte dos brasileiros enxerga o fenômeno político com extrema negatividade.

Para buscar entender se de alguma maneira o que é veiculado na mídia poderia contribuir com essa impressão pessimista, que muitas vezes torna nulos outros atributos do que seja a política, a pesquisa também vislumbra verificar qual é a valoração dada pelo telejornal às notícias sobre política.

Que enquadramento recebeu o próprio sentido de política nessas matérias? A tendência majoritária da cobertura jornalística sobre o assunto repetiu os estereótipos tradicionais, que relacionam mais intensamente a política apenas a aspectos negativos, como corrupção, desonestidade, disputa desleal e demagogia dos candidatos? Ou outros sentidos foram acionados? Para responder a essas questões, utilizou-se o modelo desenvolvido pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (Doxa) do IUPERJ (ALDÉ, MENDES; FIGUEIREDO, 2010), que classifica as valências em positiva, neutra e negativa.

Apesar de muitos pesquisadores usarem o instrumento para atribuir valências aos candidatos ou aos partidos, a categorização utilizada neste trabalho foi feita em relação à política em geral. Sendo assim, serão consideradas:

- Matérias de valência positiva: aquelas que contiveram mais termos favoráveis à política, que demonstraram ações engajadas e preocupações sociais, além de declarações de personalidades políticas ou candidatos contendo avaliação favorável, de ordem moral, política ou pessoal.

- Matérias de valência negativa: aquelas que usaram mais termos depreciativos, ataques entre candidatos e personalidades políticas, termos pejorativos, atos de corrupção e declarações controversas, que reproduziram ressalvas, críticas e colocaram em dúvida a moralidade ou honestidade das atitudes políticas.

- Matérias de valência neutra: aquelas que se restringiram a apresentar a agenda dos candidatos, que apresentaram termos positivos e negativos na mesma proporção, citações sem avaliação moral, política ou pessoal sobre os políticos, ou que, ao falar de algum avanço na política, também frisou ações questionáveis.

Quadro 7: Categorização quanto à valência das notícias				
Período de análise	Total de notícias	Negativas	Neutras	Positivas
9/6 a 16/6/2010	17	8	7	2
16/8 a 21/8/2010	30	9	9	12
13/9 a 18/9/2010	49	29	8	12
27/9 a 2/10/2010	62	15	24	23
4/10 a 9/10/2010	46	14	13	19
25/10 a 30/10/2010	45	14	20	11
1/11 a 6/11/2010	19	4	5	10
Período total	268	93	86	89

Como exemplos de matéria neutra estão aquelas que apenas divulgam os resultados das pesquisas de intenção de voto, as exclusivamente informativas, que não suscitam reflexão ou discussão aprofundada a respeito das mazelas, evoluções ou importância do fenômeno político, que possuem a mesma quantidade de pontos positivos e negativos e que apresentam apenas a agenda do candidato, como a notícia a seguir:

Neste sábado, a candidata do PT fechou a campanha em um lugar simbólico para o partido. Pela manhã, Dilma Rousseff participou de uma carreata em São Bernardo do Campo, no ABC Paulista. A cidade onde o partido nasceu foi escolhida para encerrar a campanha. Dilma percorreu as ruas acompanhada do presidente Lula e do candidato do PT ao governo de São Paulo, Aloizio Mercadante. (JN, 2 out. 2010).

Já as negativas têm como exemplo a transcrição abaixo de reportagem veiculada no dia 19 de agosto de 2010.

Os candidatos José Serra e Dilma Rousseff participaram do 8º Congresso Brasileiro de Jornais, no Rio, e destacaram a importância da liberdade de imprensa. José Serra fez críticas ao Governo e ao PT. Disse que organizam congressos e conferências com o objetivo de controlar o trabalho da imprensa. O candidato do PSDB defendeu o direito à liberdade de expressão. [...] Mais tarde, Dilma Rousseff também participou do evento. A candidata rebateu as críticas, defendendo os encontros promovidos pelo governo para discutir temas que ela considera importantes, como o papel da imprensa. Dilma Rousseff também defendeu a liberdade de expressão. [...] O ministro-chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Franklin Martins, divulgou nota em que rebate as críticas de José Serra, dizendo que, para o Governo, a liberdade de imprensa é sagrada. (JN, 19 ago. 2010).

A passagem demonstra como a matéria focou os ataques e rebatidas dos então candidatos José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT). Ao mostrar apenas as desavenças e críticas, a reportagem deixa de contextualizar o evento e abordar a importância da participação dos presidentiáveis, para destacar as ofensas e contradições, o que poderia contribuir para uma visão negativa da política. Outra notícia categorizada como negativa foi veiculada em 13 de setembro, a qual abordou a denúncia de corrupção envolvendo Erenice Guerra.

A Comissão de Ética Pública da Presidência da República começou a investigar uma denúncia da revista Veja, publicada no fim de semana, de que Israel Guerra, filho da atual chefe da Casa Civil, teria atuado como lobista para intermediar negócios com órgãos do Governo em áreas de interesse da ministra Erenice Guerra. A investigação foi pedida pela própria ministra. Segundo a denúncia, ela teria se reunido com os envolvidos no suposto esquema. Nesta segunda-feira, um funcionário da Casa Civil citado na reportagem da revista pediu exoneração do cargo. (JN, 13 set. 2010).

A categorização da reportagem acima mencionada como negativa não indica que, para o país, a divulgação de denúncias seja ruim, mas sim que notícias atreladas a possíveis atos desonestos e de corrupção colaboram para construções negativas a respeito do fenômeno político, ainda mais quando são repetidas sistematicamente e com mais destaque. Isso não quer dizer que tais informações não devam ser noticiadas, mesmo porque a fiscalização da imprensa muitas vezes contribui com o fortalecimento da democracia. Mas, assim como

pondera Thompson (2002), o jornalismo, principalmente investigativo, apesar de contribuir de forma decisiva para desvendar escândalos, pode ter como motivação a mera disputa por audiência:

Os escândalos políticos, entre os quais se incluem a corrupção individual ou sistêmica, constituem uma das principais matérias primas do jornalismo político moderno. Em parte, os escândalos são explorados com volúpia pela mídia por conta da teoria do cão de guarda e, por outra, por conta da teoria do valor-notícia, ou seja, porque simplesmente vende mais jornal e dá mais audiência. (AZEVEDO, 2010).

Thompson (2002) recrimina a total submissão à competição comercial e a falta de ética ao expor sem critérios assuntos pessoais que não contribuem para a discussão política. É notório que a recorrência desse tipo de cobertura contribui para a consolidação de uma má imagem da política.

Já entre as notícias de valência positivas apresentadas no telejornal, podemos destacar como exemplo as que contiveram informações que valorizam a participação política e as conquistas democráticas.

A três dias da votação, o candidato do PSDB disse que se orgulha da campanha que vem fazendo nessa eleição, e falou da expectativa para o debate desta quinta-feira à noite: “Eu acredito que os debates ajudam a iluminar a cabeça do eleitor. O eleitor está tomando agora sua decisão, nesses dias, e poder assistir mais um debate, com uma frequência muito alta, tratar questões que são importantes para o Brasil, comparar os candidatos, sem dúvida é uma contribuição importante.” (JN, 30 set. 2010).

Assim como o trecho da matéria acima – que tinha como pano de fundo a agenda do candidato Serra – demonstra a satisfação do político e a confiança no processo eleitoral, a matéria veiculada no mesmo dia sobre a agenda de Dilma Rouseff também traz aspectos que atribuem valência positiva. Um fragmento da narrativa diz o seguinte: “Dilma Rouseff, do PT, afirmou que estas eleições mostram a maturidade da democracia brasileira” (JN, 30 set. 2010). Outra notícia, também de 30 de setembro, mas com destaque para a candidatura de Marina Silva (PV), conteve mais termos favoráveis à política.

Marina Silva disse que vai para o debate de logo mais com a mesma postura que teve durante a campanha: “Vou manter a atitude coerente: discutir propostas, sem casca de banana, sem agressão pessoal, interessada tão somente em debater o Brasil. O Brasil que interessa pro século XXI, para a vida dos jovens que estão desempregados. Esse Brasil que eu quero debater.” (JN, 30 set. 2010).

As três passagens demonstram como, às vésperas do último debate antes do primeiro turno das eleições e do dia da votação, o telejornal tentou levar dizeres de confiança no sistema eleitoral brasileiro e destacou falas positivas em relação à política. Apesar disso, no período integral analisado (vide quadro 7), as valências negativas foram as que tiveram mais menções.

Além da classificação das valências, a análise também focou os principais enquadramentos usados pelo telejornal. Para tal, foram utilizadas as conceituações de Aldé, Mendes e Figueiredo (2010), que também são baseadas no modelo do Doxa. Os pesquisadores classificam os enquadramentos adotados em:

-“Corrida de cavalos” (pesquisas de intenção de voto, análises de posicionamento, possibilidades).

- Personalista (perfil, personalidade, trajetória pessoal).
- Temático (tratamento substantivo dos assuntos).
- Episódico (dedicado ao acontecimento, fato, agenda, etc.).

Entre as 268 notícias, 30 focaram as pesquisas de intenção de voto e, por isso, foram classificadas como matérias que privilegiaram o enquadramento da “corrida de cavalos”. Outras 83 notícias tiveram como principal foco a agenda dos candidatos, fazendo mais referência às atividades diárias do que às propostas de governo, sendo categorizadas como episódicas, apesar de também se apresentarem como temáticas. Em relação às matérias de agenda dos políticos, merecem destaque duas observações: todos os candidatos que tiveram as agendas publicadas no telejornal receberam o mesmo tempo de cobertura, como indica a legislação eleitoral.

No entanto, não se deu espaço a todos os candidatos à Presidência. Enquanto as candidaturas dos três melhores colocados nas pesquisas de intenção de voto (Dilma, Serra e Marina) receberam matéria diariamente, os candidatos seguintes na colocação não foram citados todos os dias (ver quadro 8). Eles tiveram as candidaturas pronunciadas raríssimas vezes no JN, sendo que alguns nomes não foram divulgados sequer nas notas de intenção de votos, já que pela pouca porcentagem na pesquisa, muitas vezes essas candidaturas foram reunidas como “outros” ou “demais candidatos”, sem ter os nomes pronunciados.

Os demais candidatos não pontuaram individualmente, mas, somados, alcançaram 1%. Brancos e nulos foram 4%. Indecisos, também 4%. Considerando apenas os votos válidos, Dilma Rousseff tem 55%, e, por isso, seria eleita presidente no primeiro turno, se a votação fosse agora. Nessa simulação, José Serra tem 29% e Marina Silva, 14% dos votos válidos. (JN 29 set. 2010).

A nota acima, veiculada no JN de 29 de setembro de 2010, apresenta um dos resultados da pesquisa Ibope e exemplifica a ausência de divulgação dos nomes de alguns presidentiáveis e seus respectivos partidos.

Quadro 8: Quantidade de notícias de agenda por candidato	
Dilma Rousseff (PT)	28
José Serra (PSDB)	28
Marina Silva (PV)	17
Plínio de Arruda (Psol)	6
Levy Fidelix (PRTB)	2
Zé Maria (PSTU)	1
Rui Pimenta (PCO)	1

Segundo informações do Tribunal Superior Eleitoral (TSE, 2010), nove candidaturas foram deferidas para o cargo de presidente da república nas eleições de 2010. Além dos sete nomes citados acima, José Eymael (PSDC) e Ivan Pinheiro (PCB) também foram candidatos. No entanto, nenhum dos dois teve suas agendas divulgadas no JN, o que é permitido pela legislação eleitoral. Mas o silenciamento de alguns nomes e candidaturas demonstra que a cobertura eleitoral não garantiu espaço proporcional a todos os presidentiáveis.

Já o aparecimento de Plínio de Arruda em mais matérias do que os demais candidatos com baixa intenção de votos nas pesquisas e sua participação nos debates contribuíram para o surgimento de uma figura de perfil que foge ao dos políticos tradicionais. A personalidade marcante e crítica do concorrente de longa história política mereceu destaque nas reportagens.

Depois da caminhada, Plínio de Arruda Sampaio fez um balanço da campanha eleitoral: “Eu estou muito contente. Só posso estar contente. A primeira campanha em que as coisas que não podem ser ouvidas pelo povo foram ouvidas. Toda coisa que se fala de um candidato que até esta quinta-feira tinha 1% e que, no entanto, você vê o que está acontecendo aqui é por causa disso”. (JN, 1º out. 2010)

E, apesar de ter sido foco em menos matérias do JN que os três primeiros colocados nas pesquisas, a campanha do Psol conseguiu afirmar o nome de Plínio, inclusive entre os jovens. Dos 107 adolescentes que responderam ao questionário desta pesquisa (aplicado em outubro e novembro de 2011), 48 lembraram que Plínio havia sido candidato à Presidência em 2010. Sete se esqueceram de Serra e um que a atual presidente Dilma concorreu às eleições. Setenta e seis se recordaram de Marina Silva, 15 de Eymael e dois de Rui Costa. Somente um

citou Ivan Pinheiro e Zé Maria. Ninguém se recordou de Levy Fidelix. Apenas três se lembraram do nome de pelo menos seis candidatos e nenhum estudante citou o nome de todos os concorrentes ao cargo de presidente em 2010.

A compreensão de que estamos inseridos em uma nova ambiência eleitoral é defendida por Paulo Roberto Figueira Leal (2002) como fundamental para a discussão acerca da comunicação política. O autor intitula como essa “nova ambiência” a série de mudanças relacionadas à americanização da disputa eleitoral, capaz de facilitar o entendimento das principais diferenças entre o momento atual e períodos anteriores.

A crescente valorização do candidato e desvalorização da identificação partidária, e a prevalência dos fatores de curto prazo como instrumentos de decisão do voto, são alguns elementos típicos da cultura norte-americana que foram “emprestados” a outras partes do mundo e hoje também integram a democracia de público brasileira.

Na tipificação de Popkin, o critério do eleitor é o do processamento de informações de forma clínica, e não de forma estatística. Popkin observa que o personalismo é mais típico das eleições nos EUA do que nos países com sistemas parlamentaristas; contudo, a globalização das características do modelo de campanha americano (com a universalização, por exemplo, da centralidade da televisão na propaganda política) torna as diferenças cada vez menores, ao longo do tempo. (LEAL, 2002, p.70).

Seguindo esses conceitos, para garantir a continuidade da análise, foi possível enquadrar 45 notícias como personalistas. Além desse quantitativo, em geral, as notícias de agenda também focaram mais as ações dos candidatos do que os programas de governo e projetos dos partidos, o que também garante tom personalista. Outra curiosidade é que as “cabeças” das reportagens sempre citavam o nome dos presidenciáveis. No entanto, algumas merecem destaque por terem focado de maneira particular a personalidade dos candidatos à Presidência. Como é o exemplo das reportagens que demonstraram o perfil dos mesmos na véspera das eleições.

A repórter Lília Teles passou essa última semana de campanha com Marina Silva, do PV. É preciso um olhar atento para achar Marina Silva no meio da multidão. Ninguém saberia dizer quantos beijos, quantos pedidos de abraços, fotos e autógrafos atendidos. Em palanques de todos os formatos, a candidata do Partido Verde à Presidência secou a garganta de tanto falar. “Estou andando o Brasil de ponta a ponta, 24 horas no ar”, diz. Cada detalhe é registrado pela filha Shalom, uma espécie de anjo da guarda que enche a mãe de carinhos. Para atender os compromissos, Marina cortou o céu de avião fretado pela campanha. Ela reza, pede a Deus para evitar turbulências, um trauma antigo. [...] O dia acaba em Juiz de Fora. No calçadão, conversa com o povo, ganha um saco de pipocas. É sempre assim: atrasa toda a agenda, parando para dar atenção. [...] No dia seguinte, em São Paulo, Marina já está pronta para uma sessão de fotos. E precisa sorrir. Maquiagem levíssima, feita com produtos antialérgicos. Na boca, o batom mais natural do

mundo: raspas de beterraba para colorir os lábios da candidata verde. E ela ainda corre para terminar o dia no Rio de Janeiro e altera a rotina da Central do Brasil. (JN, 2 out. 2010).

O mesmo ocorreu na véspera da votação do segundo turno, quando, novamente, as trajetórias de Dilma e Serra foram acompanhadas por repórteres. Na passagem abaixo, que se refere à matéria que abordou a campanha de Dilma, é possível notar que o tom personalista, também visível no trecho da reportagem acima, foi recorrente e parece ter sido a proposta do telejornal para o noticiário que foi ao ar um dia antes dos brasileiros irem às urnas.

O Jornal Nacional acompanhou toda a campanha dos dois candidatos à Presidência até o debate desta sexta-feira (29). A trajetória de Dilma Rousseff (PT) está na reportagem de Poliana Abritta. O mesmo gesto repetido incontáveis vezes. A forma de lembrar a promessa que fez meses atrás, no lançamento da candidatura. “Uma mulher que vai continuar o Brasil de Lula. Mas que fará o Brasil de Lula com alma e coração de mulher.” [...] Boa parte da campanha, Dilma passou com uma bota no pé direito, machucado em uma queda, enquanto fazia exercício na esteira. Em meio à caminhada política, uma pausa nos compromissos. No dia 9 de setembro, ainda no primeiro turno, nasceu, em Porto Alegre, o neto Gabriel. (JN, 30 out. 2010).

Já a abordagem temática serviu para que fossem identificadas aquelas matérias que se concentraram apenas no fato, sem se aprofundarem em questões mais amplas relacionadas ao assunto. Ou seja, focaram os aspectos essenciais, de forma resumida e sintetizada. As notícias de agenda dos candidatos normalmente são caracterizadas dessa forma, como mostra a passagem abaixo.

O candidato do PSDB à Presidência, José Serra, apresentou, nesta segunda-feira, no Rio Grande do Sul, propostas para a alfabetização. [...] Serra disse que quer estender para todo o Brasil o projeto de alfabetização que criou em São Paulo. “Dois professores na sala de aula no primeiro ano do ensino fundamental: a professora titular e a professora auxiliar, para ajudar na alfabetização. A criança que sai do primeiro e do segundo ano alfabetizada, ela vai ter um rendimento muito maior nos anos posteriores e, portanto, vai ter um aproveitamento de educação superior”. De Porto Alegre, José Serra seguiu para Novo Hamburgo, na região metropolitana, para um encontro com candidatos do partido. (JN, 16 ago. 2010).

Devido ao pequeno tempo dedicado às matérias e à necessidade de agilidade na produção (a notícia transcrita acima teve duração de um minuto e foi elaborada no mesmo dia do acontecimento), o formato induz a abordagens menos aprofundadas: por exemplo, não houve, no caso citado, tempo para explicação sobre a política de governo proposta para a educação por Serra, e apenas uma fala do candidato foi usada para ilustrar a ideia.

Durante os dias de análise e em todo o corpus da pesquisa, foi perceptível que as propostas de campanha obtiveram menos destaque que a agenda dos candidatos. Ou seja, as

matérias sempre informavam os eventos de que os presidentiáveis participaram, as cidades visitadas e os encontros que realizaram, mas abordaram pouco as maneiras como os políticos colocariam em prática as promessas.

Exceto as reportagens da série fundamentada na pesquisa do Ibope que revelou as principais preocupações dos brasileiros para a melhoria do país e da série JN no Ar, quase todas as outras matérias podem ser consideradas temáticas, a não ser quando um tema de campanha se demonstrou polêmico, como o caso que envolveu a então ministra Erenice Guerra.

A Comissão de Ética Pública da Presidência da República começou a investigar uma denúncia da revista Veja, publicada no fim de semana, de que Israel Guerra, filho da atual chefe da Casa Civil, teria atuado como lobista para intermediar negócios com órgãos do governo em áreas de interesse da ministra Erenice Guerra. A investigação foi pedida pela própria ministra. (JN, 13 set. 2011).

O trecho acima faz parte de uma reportagem de cinco minutos, aprofundada, que ouviu diversas fontes. O assunto foi abordado de maneira minuciosa. O que este trabalho questiona é por que, majoritariamente, temas de viés negativo, que envolvem o espetacular, os escândalos e meramente a disputa eleitoral, têm os valores-notícia⁶ a florados e são tratados com a profundidade merecida, o que não costuma ocorrer com os demais. Para facilitar a compreensão do conteúdo analisado e das evidências que demonstram o uso de alguns enquadramentos, podemos dizer que o telejornal, assim como muitos veículos jornalísticos tradicionais, segue tendências observadas nos três fundamentos enumerados abaixo:

1) Lógica do escândalo

O somatório de uma sociedade que faz do espetáculo sua lógica predominante, de uma mídia que incorpora esses princípios, e de um espaço político que, cada vez mais, é impactado pelo fato de existir hoje uma democracia de público encontra-se sumarizado por um fenômeno: a tendência à cobertura midiática da política operar em torno do escândalo. Thompson (2002) caracteriza como escândalo o acontecimento ocasionado por transgressões de valores, normas ou códigos morais que, depois de divulgados, provocam reações e respostas públicas.

⁶ Segundo Traquina (2008), valores-notícia são critérios de noticiabilidade usados na seleção dos acontecimentos, como forma de enquadrá-los.

Ressalta o autor que o jornalismo, principalmente investigativo, contribui de forma decisiva para desvendar escândalos. No entanto, esclarece que nem todas as denúncias jornalísticas se transformam em “escândalo midiático”, pois, para ser considerada como tal, é preciso que a revelação tenha repercussão e ganhe visibilidade como tema de interesse da “opinião pública”, ou seja, ela considera que a participação da mídia ocasiona a criação de um novo fato que não existiria sem a sua participação.

Alguns exemplos de escândalos midiáticos na cobertura política são os casos de Monica Lewinsky, nos Estados Unidos, e os “mensalões”, do PT e do DEM, no Brasil. Tais eventos, ao se transformarem em escândalos, provocaram a exploração política pelos grupos de oposição. Essa é uma das principais consequências desse tipo de fenômeno político.

Em entrevista ao *Jornal do Brasil* em 2002 (COSTA, 2010), a partir do lançamento do livro “O escândalo político” no país, Thompson deixava claro que é impossível ao jornalismo deixar de noticiar e repercutir alguns escândalos. Entretanto, ele recriminava a total submissão à disputa comercial, que deixa em segundo plano temas mais relevantes socialmente.

- As consequências de um escândalo político não são necessariamente deletérias. Jornalistas sempre contribuem para a vida pública ao investigar e revelar casos de corrupção e abuso de poder. Criticar isso é ignorar o importante papel que certos escândalos tiveram para estimular o debate sobre os padrões de conduta na vida pública. (COSTA, 2010).

Logo, há evidências na literatura que apontam uma tendência da mídia no sentido de privilegiar coberturas políticas factuais, espetaculares, baseadas na lógica do escândalo (e, diante da presença dessas variáveis, baseadas numa visão simplista e reducionista da política). Essa configuração é aquela que se encontraria em qualquer recorte empírico?

Essa inclinação em noticiar fatos com esse perfil foi constatada na análise. Dentre as notícias que podem ser relacionadas a essa característica estão as que envolvem o caso de Erenice Guerra, o caso do ex-governador do Distrito Federal Joaquim Roriz⁷, e as que focam o caso do vazamento de dados sigilosos da Receita Federal⁸, denúncias que foram exploradas ao extremo. Os termos “denúncia”, “espionagem” e “investigação” se fizeram presentes em vários momentos das reportagens.

⁷ Imagens de Joaquim Roriz que foram divulgadas mostraram o ex-governador tentando contratar um advogado que é genro de um ministro do STF. Se o genro aceitasse defender Roriz, o ministro, que tendia a votar contra o ex-governador no processo de impugnação de candidatura, ficaria impedido de participar do julgamento do STF por ser parente do advogado.

⁸ Depois de denúncias de que o sigilo financeiro de parentes do candidato José Serra (PSDB) teria sido violado, as polícias Civil e Federal passaram a investigar funcionários da Receita Federal que poderiam ter atuado na violação. A imprensa acompanhou profundamente as denúncias e a apuração do caso.

2) Abordagem espetacularizada

Guy Debord (1997) descreve o mundo atual como a sociedade do espetáculo, na qual os bens têm caráter instantâneo e descartável, e o consumo é uma das principais práticas. O autor ressalta que, nesse contexto, as imagens - consideradas representações da realidade - são hipervalorizadas, e há afirmação da aparência. Variadas dimensões sociais seriam impactadas por estas valorações.

Trazendo, portanto, o debate dos valores predominantes desta sociedade para a compreensão do campo jornalístico (inserido em ambiente caracterizado pela competição cada vez mais acirrada e pela disputa por “furos”), é natural que a lógica da espetacularização passe a ser a estratégia preferencial de muitos veículos de comunicação de massa.

O fato de que na esfera da exposição pública constituída pela informação de massa a política se encena para as audiências do jornalismo deixa de constituir um problema. Ao contrário, o gosto do jornalismo pelo espetáculo parece se tornar freqüente, sobretudo depois do advento da televisão. (GOMES, 2004, p.343).

A tendência à valorização do espetáculo nas edições analisadas foi percebida no uso de ofensas e críticas pessoais entre entrevistados ou personalidades políticas durante a cobertura e também na valorização de assuntos que prezaram pela repercussão de escândalos, mesmo quando nenhum dado novo estava disponível para alimentar o assunto. O espaço destinado a repercutir desavenças entre políticos também é uma marca da abordagem espetacularizada e se fez presente nas matérias. Um exemplo refere-se à cobertura da eleição de Tiririca como deputado federal por São Paulo, que, devido à expressiva votação, conseguiu eleger mais três candidatos da coligação:

Outro campeão de votos nesse domingo foi o candidato Francisco Everardo Oliveira Silva (PR). O palhaço Tiririca se elegeu deputado federal por São Paulo com o maior número de votos do país: um milhão e trezentos mil. Tiririca foi comemorar o resultado das urnas com a família, que mora no interior do Ceará. "Não imaginava nem que eu ia ser eleito. É sensacional, é coisa de Deus" [diz Tiririca]. Francisco Everardo Oliveira Silva foi eleito pelo PR, em São Paulo, com uma campanha debochada. "Vote no Tiririca. Pior que está não fica", dizia a propaganda eleitoral na TV. [...] Todo candidato precisa apresentar à Justiça Eleitoral um atestado de escolaridade ou escrever uma declaração de que é alfabetizado. Segundo uma denúncia do Ministério Público Eleitoral de São Paulo, Tiririca é analfabeto. Tiririca levou uma carta pronta, mas um laudo do Instituto de Criminalística de São Paulo aponta artificialismo gráfico. Quem escreveu, desenhou a letra "s", por exemplo, de três formas diferentes. "Alguém, vamos dizer, piorou a própria grafia para fazer se passar pelo candidato, porque, pelo que tudo indica, ele não teria condições sequer de escrever aquele texto" [fala do promotor Maurício Antônio Ribeiro Lopes]. O promotor entrou na Justiça com uma denúncia por falsidade ideológica e pede que Tiririca não assuma o cargo. (JN, 4 out. 2010).

As matérias que abordaram a polêmica envolvendo as denúncias de que Tiririca seria analfabeto – o que não foi confirmado posteriormente, e ele tomou posse como deputado – demonstram a tendência ao espetacular, por terem tratado a candidatura da “celebridade” Tiririca como “estratégia comum” dos partidos e coligações, ao “escolher uma celebridade para puxar votos e garantir mais cadeiras na Câmara dos Deputados” (JN, 4 out. 2010).

O assunto era abordado quase diariamente no telejornal, como uma novela, que a cada dia contava um fato novo do processo. A cobertura dedicou mais tempo à polêmica criada em torno da suspeita de analfabetismo do que a explicar o que acarreta esse tipo de procedimento adotado pelos partidos ao apostarem em cantores, jogadores de futebol e demais personalidades midiáticas sem história de militância como candidatos a cargo político.

Outro exemplo de cobertura espetacular refere-se a uma matéria sobre a votação no Supremo Tribunal Federal (STF) a respeito da validade da Lei Ficha Limpa para a eleição de Jader Barbalho (PMDB) como senador pelo Pará. A abertura da reportagem focou um conflito entre os ministros do Supremo – que teve caráter de espetáculo midiático –, e não a decisão tomada e discussões realizadas por eles, como é possível ver no trecho a seguir:

O PMDB quer a anulação da eleição para o Senado no Pará. Nessa quarta-feira (27), com base na Lei da Ficha Limpa, o Supremo Tribunal Federal tornou inelegível o candidato Jader Barbalho.

Foi uma das sessões mais tensas da história do Supremo. A votação empatou: cinco a cinco e com bate-boca.

Ellen Gracie, ministra do STF: Vossa Excelência é contrário à continuação do julgamento ou favorável?

Marco Aurélio, ministro do STF: Vossa Excelência está presidindo a sessão?

Ellen Gracie: Eu só estou tentando entender.

Marco Aurélio: Vossa Excelência está presidindo a sessão? Responda-me.

Ellen Gracie: De forma nenhuma, ela está muito bem presidida pelo ministro Cezar Peluso, eleito por todos nós.

Marco Aurélio: Ou Vossa Excelência tem viagem marcada e não pode aguardar mais uns minutos?

Ellen Gracie: Poderia, se tivesse, ministro Marco Aurélio, e o respeito pelo tempo alheio é alguma cortesia que se impõe.

Com o empate, o ministro mais antigo do Supremo fez uma proposta: valeria o entendimento do Tribunal Superior Eleitoral, que declarou Jader Barbalho inelegível. Novo bate-boca no plenário.

Gilmar Mendes, ministro do STF: Mas, Vossa Excelência, ouça, agora, porque eu ouvi Vossa Excelência, calmamente.

Ricardo Lewandowski, ministro do STF: Não, eu ouvi Vossa Excelência também por mais de uma hora.

Gilmar Mendes: Portanto, portanto... Deixa eu concluir, depois Vossa Excelência pode falar à vontade, ficar a noite toda falando. (JN, 28 out, 2010).

Vale ressaltar que tanto a lógica do escândalo quanto a abordagem espetacular são considerados valores-notícia, ou seja, critérios do que deve ser noticiado, já que costumam atrair o interesse do público e têm maior chance de mobilizar a opinião pública.

3) Ênfase na disputa eleitoral e silenciamento de outras leituras

Das 268 notícias veiculadas nas edições analisadas entre 16 de agosto e 30 de outubro, apenas 26 abordaram a política de forma mais ampla, não ficando restritas apenas à disputa eleitoral e às ações executivas e legislativas com esse intuito. Todas as outras silenciaram leituras sobre a política que não fossem vinculadas diretamente às eleições e aos eventos espetaculares ou que tendem a se transformar em escândalo midiático.

No período analisado, não apenas houve mais valências negativas do que positivas sobre a política, como o enquadramento mais utilizado para tratar do tema foi esvaziado da apresentação do mundo político como uma dimensão capaz de levar a sociedade à superação de problemas públicos. Ou seja, uma fração minoritária das matérias apontou possibilidades de que os prementes desafios (sociais, econômicos, culturais) da nação pudessem ser enfrentados por meio de instrumentos políticos.

A partir da verificação da cobertura, também é possível afirmar que algumas candidaturas foram silenciadas, já que não foram citadas nenhuma vez nas cinco semanas em que a análise foi realizada. Se considerarmos que o Jornal Nacional (JN) é o principal noticiário do país e uma das mais importantes fontes de informação jornalística para boa parte da população, podemos aferir que, nesse sentido, não foi garantida ao telespectador a informação mais completa.

Um ponto positivo observado no trabalho foi que o telejornal privilegiou, no período compreendido pela pesquisa, a informação política, tratando-a diariamente como um dos principais temas do noticiário, que também produziu mais reportagens do que notas sobre o assunto. Porém, ao encapsular o debate político a uma abordagem meramente factual-eleitoral (e, ressalta-se, por meio de uma lógica espetacularizada e personalista), negligenciaram-se tratamentos do tema que fugissem à vulgata do senso comum, que associa a política a um universo que deve ser negado.

Nesse sentido, o paradoxo é que, a cobertura do JN, no ápice de uma democracia representativa – o processo eleitoral para escolha do cargo mais importante da Federação – converteu-se não em um espaço para a discussão dos problemas nacionais, mas na reiteração da cantilena de desqualificação da política como fonte de superação de problemas sociais.

4.2 A REPERCUSSÃO DA ELEIÇÃO DE DILMA ROUSSEFF

Pouco depois das 20h do domingo, dia 31 de outubro de 2010, o presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), Ricardo Lewandowski, anunciava, em cadeia nacional, a vitória da candidata Dilma Rousseff (PT) ao cargo de presidente da República. A notícia, que trazia conforto aos eleitores e representantes políticos da base aliada petista, deixava, porém, um incômodo aos opositoristas. Depois de duas candidaturas à presidência, José Serra (PSDB) deixava mais uma vez o segundo turno com resultado negativo.

Após o período eleitoral marcado pelo asseveramento de algumas críticas jornalísticas à postura de Dilma Rousseff, os telejornais brasileiros se concentraram nas promessas que a primeira mulher eleita presidente da República no país poderia representar. Centro das atenções no dia posterior à votação do segundo turno, que ocorreu no dia 31 de outubro, Dilma teve direito, inclusive, a uma edição especial e histórica do Jornal Nacional (JN).

É justamente a análise da cobertura jornalística feita pelo JN na semana que seguiu a divulgação da vitória de Dilma que busca complementar o ciclo anterior deste estudo. A intenção é verificar se houve diferença em relação à maneira como o telejornal abordou Dilma como candidata e como eleita e também de que forma a temática política foi tratada no noticiário no período compreendido entre os dias 1º e 6 de novembro de 2010.

O conceito de política presente nas notícias ficou restrito ao campo eleitoral ou ganhou sentidos mais amplos? Garantindo continuidade à análise de valências, novamente é questionado se, no citado momento, a política recebeu mais valências positivas, negativas ou neutras. Quais foram os enquadramentos majoritários das reportagens sobre política?

Para responder a tais questionamentos, as ferramentas da análise de conteúdo foram novamente utilizadas. Das 111 notícias veiculadas nas seis edições do JN que correspondem ao corpus desta etapa da pesquisa, a análise se concentra nas 19 matérias que tiveram como foco editorial a política. Além delas, uma entrevista feita ao vivo com Dilma Rousseff na edição do dia 9 de agosto de 2010 no estúdio do JN é usada como critério de comparação.

Quadro 9: Classificação da quantidade de notícias por tema

Data	Política	Inter	Esporte	Nacional	Tempo	Prog Própria	Economia
1/11/10	14	-	-	-	-	-	-
2/11/10	2	7	5	2	1	-	1
3/11/10	3	2	4	4	1	-	1
4/11/10	-	5	3	8*	1	1*	4
5/11/10	-	7	6	6	1	1	2
6/11/10	-	1	7	8	1	2	-
Total	19	22	25	28	5	4	8

* Matéria Amigos da Escola está contada tanto em Nacional quanto em Programação própria

Das 19 notícias que convergem para a temática política, a maioria (14) foi veiculada no dia 1º de novembro de 2010, data em que o Jornal Nacional fez uma edição especial, com transmissão simultânea de dois estúdios. O do Rio de Janeiro, onde ficou a então apresentadora Fátima Bernardes, e o de Brasília, em que estava William Bonner. A escalada do telejornal transcrita abaixo, demonstra a peculiaridade no telejornal nesse dia, ao transmitir apenas notícias relativas ao fenômeno político.

1º de novembro de 2010. Ao vivo de Brasília nós vamos trazer tudo sobre a eleição da primeira mulher presidente do Brasil. No primeiro dia depois da vitória histórica de Dilma Rousseff nas urnas, uma edição especial do Jornal Nacional. Do momento do voto ao discurso já eleita, como foi o domingo que terminou com festa petista. Ela estende a mão à oposição e pretende erradicar a miséria e defender a liberdade de imprensa. Veja também a repercussão do resultado eleitoral no exterior e como fica a relação do Governo com a oposição. Os estados da distribuição dos governos entre os partidos a partir de 1º de janeiro. E o desempenho dos institutos de pesquisa no segundo turno da eleição. E ao vivo, aqui no estúdio, uma entrevista com a presidente eleita Dilma Rousseff. Agora no Jornal Nacional. (JN, 1º out.2010).

A primeira matéria do telejornal integrou a série JN no Ar⁹ e mostrou William Bonner desembarcando em Brasília do avião usado pela produção do projeto. Em pouco mais de um minuto, o *stand-up* feito por Bonner em frente ao Palácio do Planalto mostrou (do lado de fora do prédio) o local de trabalho de Dilma.

Em seguida, uma reportagem fala sobre o domingo de eleição e o primeiro pronunciamento de Dilma. Seguindo a conceituação utilizada pelos pesquisadores Aldé,

⁹ Durante todo o período eleitoral de 2010, o projeto JN no Ar produziu reportagens sobre as principais características do Brasil. Para isso, percorreu todos os estados e sorteou uma cidade de cada um deles para ser visitada pela equipe de reportagem. O nome da série faz referência ao avião usado pela equipe.

Mendes e Figueiredo (2010), baseada no Doxa do Iuperj, que classifica as notícias em “corrida de cavalos” (pesquisas de intenção de voto, análises de posicionamento, possibilidades), personalista (perfil, personalidade, trajetória pessoal), temática (tratamento substantivo dos assuntos) e episódica (dedicada ao acontecimento, fato, agenda, etc.), é possível considerar a notícia do JN no Ar temática e a do domingo de eleição como personalista.

Dilma Rousseff começou o domingo em Porto Alegre. Tomou café da manhã com lideranças políticas. Depois, ao lado do governador eleito do Rio Grande do Sul, Tarso Genro, votou e posou para os fotógrafos: "Estou faceira", brincou. Antes de deixar Porto Alegre, visitou a filha, Paula, e passou na casa do advogado Carlos Araújo, com quem foi casada por 30 anos. [...]
Ela estava em casa. A comemoração foi discreta. Uma hora depois, Dilma apareceu pela primeira vez. Sorridente, disse algumas palavras: "Estou muito feliz. [...]". Seguiu em comboio para um hotel no Centro da Cidade. [...] O auditório estava lotado de deputados, senadores, governadores eleitos, ministros do governo Lula. Dilma distribuiu acenos, beijos e abraços. Na Esplanada dos Ministérios, militantes acompanhavam tudo por um telão. Emocionada, falou ao país. (JN 1º nov. 2010).

Apesar de focar o primeiro discurso de Dilma depois de eleita, a passagem transcrita acima demonstra que a reportagem privilegiou alguns acontecimentos pessoais e a trajetória da figura política no dia do segundo turno da eleição, caracterizando o tom personalista. Adjetivos como: “faceira”, “discreta”, “sorridente”, “feliz” e “emocionada” acentuam o estado de espírito da petista e reforçam esse aspecto.

Ainda na edição de segunda-feira (dia 1º), a entrevista ao vivo concedida por Dilma também foi entremeada por reportagens marcadamente personalistas. A primeira delas (reprise da matéria de Marcos Losekann, exibida no domingo, no Fantástico) contou a origem búlgara da família Rousseff. A segunda reportagem, de Delis Ortiz, exibida durante a entrevista (que também já havia tido trechos exibidos no Fantástico) abordou a história da presidente, desde o nascimento até o início da carreira pública. Durante a exibição das reportagens, a reação de Dilma no estúdio era mostrada em um pequeno quadro na tela. O tom personalista provocou até a brincadeira feita por Dilma no estúdio, como demonstra a passagem abaixo:

Bonner: [...] Agora a gente vai ver o próximo capítulo.

Dilma: É uma novela?

Bonner: É quase isso. Bom, poderia ser uma novela de grande sucesso. No seu caso, eleita presidente da República. Vamos lá. É a reportagem da Cláudia Bontempo. (JN, 1º out. 2010).

Uma terceira reportagem exibida durante a entrevista fala sobre a desenvoltura de Dilma nos cargos da administração pública e no estilo “durão” da política, garantindo também

caráter personalista. A última reportagem exibida com a presença de Dilma no estúdio foi de Cristina Senra e mostrou a trajetória profissional e política desde ministra de Lula até se tornar presidente eleita. Novamente, o personalismo pode ser destacado:

O câncer no sistema linfático provocou um susto e novas transformações na aparência da ministra. Recuperada, Dilma, de novo visual, percorreu o país em campanha. “Eu vou ser, com a graça de Deus e o voto de vocês, a primeira mulher presidente do Brasil”.

Ainda no primeiro turno, a chegada do neto Gabriel foi um presente. “Mãe acha que vai quebrar. Vó sabe que não quebra. Eu estou hoje meio boba”. (JN, 1º out. 2010).

Além das reportagens classificadas como personalistas, uma nota e duas reportagens podem ser consideradas como “corrida de cavalos”, por serem direcionadas para os resultados das pesquisas de intenção de votos e os números obtidos nas urnas. A nota divulga o resultado final das eleições, Dilma com 56,05% dos votos válidos e Serra com 43,95%, as regiões onde cada um liderou as urnas e o número de abstenções, considerado recorde (29 milhões de eleitores não votaram). Por este último dado ser de grande relevância e a notícia ter sido meramente informal, sem qualquer aprofundamento ou discussão (sequer suscitou a relação de que, no dia 2 de novembro – que caiu em uma terça-feira –, é celebrado o feriado de Finados no Brasil e muitos trabalhadores folgaram desde a sexta-feira), também pode ser categorizada como temática.

Já as reportagens enquadradas como “corrida de cavalos” são: a que divulgou o resultado dos governadores eleitos em segundo turno e a que teve como pano de fundo a comparação dos percentuais atingidos nas urnas pelos candidatos à Presidência com os índices apontados nas pesquisas de intenção do Ibope e Datafolha.

As demais matérias veiculadas na segunda-feira, assim como todas as outras notícias já classificadas acima podem ser consideradas episódicas, por terem se dedicado exclusivamente ao resultado eleitoral e seus desdobramentos. A transcrição abaixo serve de exemplo:

O candidato derrotado à presidência da República, José Serra, não apareceu em público nesta segunda-feira. Pela internet, voltou a agradecer aos milhões de eleitores que votaram nele.

José Serra passou toda a manhã recolhido em casa e, como fez durante a campanha, usou o Twitter para se comunicar. (JN, 1º out. 2010).

A matéria sobre a derrota de Serra não apresenta grandes novidades, no entanto, por força da necessidade de cobrir tudo o que ocorreu no dia seguinte à vitória de Dilma, uma reportagem episódica foi a alternativa encontrada. Nos dias 2 e 3, apenas cinco notícias

relacionadas à política foram ao ar. Na terça-feira, uma delas teve foco no anúncio da equipe de transição, a outra, na repercussão nacional e internacional do que Dilma disse no dia anterior na entrevista ao vivo no JN. Na quarta-feira, as reportagens abordaram o pronunciamento do então presidente Lula (PT) sobre a vitória de Dilma e a guerra cambial, a proposta de aumento do salário mínimo apresentada pela presidente eleita, e os arranjos entre PT e PMDB para a formação da equipe de governo. Novamente, todas foram episódicas.

Fazendo a relação entre os dias de análise, a quantidade e a duração das notícias, é possível perceber que o espaço dedicado à temática política no telejornal não foi proporcional.

Quadro 10: Comparativo da quantidade e do tempo das notícias veiculadas no Jornal Nacional de 1 a 6 de novembro de 2010				
Data	Nº total de notícias	Tempo total aprox. da edição	Nº notícias sobre política nacional	Tempo total notícias de política nacional
1/11/10	14	47 min	14	47min
2/11/10	27	18 min	2	5min40s
3/11/10	15	25 min	3	9min40s
4/11/10	21	26 min	-	-
5/11/10	23	20 min	-	-
6/11/10	19	21 min	-	-

Todas as 19 notícias que foram ao ar na semana enfocaram o processo eleitoral, o que demonstra que outras abordagens sobre política não se fizeram presentes nos dias que compreenderam a análise do noticiário. Como nas etapas anteriores da pesquisa, a mesma característica foi percebida, sendo possível afirmar a tendência do JN em cobrir o factual e, portanto, as eleições, deixando outras maneiras de abordagem em segundo plano.

A característica do telejornalismo de privilegiar assuntos mais atuais e ter tempo limitado para as abordagens pode ser justificativa para a recorrência observada. No entanto, não é o objetivo deste estudo buscar essas especificidades. Neste aspecto, a intenção é meramente revelar que, assim como ocorre majoritariamente no telejornalismo, nas edições analisadas o JN contribuiu com a fixação de conceitos reducionistas sobre o que seja a política, ao se limitar à cobertura eleitoral, em detrimento de tantas outras abordagens possíveis. Como afirma Aldé (2004, p. 41), “a discussão sobre a política pressupõe a existência de uma pluralidade de opiniões”.

Portanto, apesar de ser possível fazer referências à política também pelo viés da cidadania e da participação, que não esteja restrito apenas à participação nas eleições, esse entendimento não foi notado nas fases de análise do JN.

Assim como para Maria de Lourdes Manzini-Covre (2001), o ato isolado de votar não garante condições de cidadania, a restrição da abordagem dos meios de comunicação jornalísticos não contribui para ampliar o olhar sobre outras formas possíveis de participação política.

Para verificar se Dilma Rousseff eleita presidente foi referenciada de forma diferente de quando era candidata pela cobertura do JN, foram analisadas duas entrevistas ao vivo, realizadas no estúdio do telejornal. Uma delas foi ao ar em 9 de agosto de 2010 e a outra em 1º de novembro de 2011.

Dilma foi a primeira convidada do JN na série de entrevistas ao vivo com os presidentiáveis do mês de agosto. A ordem dos convidados foi determinada por sorteio, segundo informações do próprio telejornal, e Marina Silva (na época, do PV) e José Serra (PSDB) estiveram presentes na bancada do JN nos dias subsequentes.

O primeiro ponto observado nos dois momentos referentes a Dilma foi a diferença de cordialidade. A primeira entrevista teve tom mais seco e impessoal dos jornalistas (os apresentadores Fátima Bernardes e William Bonner) com a candidata do PT, deixando nítida a preocupação de se aterem ao tempo preestabelecido – que também seria garantido aos próximos candidatos que se fariam presentes no estúdio – e de cumprir uma série de perguntas sobre temas não tão agradáveis para Dilma.

Já a segunda entrevista, conduzida prioritariamente por Bonner, que apresentou o telejornal de um estúdio montado em Brasília especialmente para a ocasião, foi marcada pela afabilidade e valorização de pontos positivos de Dilma, que acabava de ser eleita. O próprio William Bonner reconheceu a diferença de tom, dizendo no dia 1º de outubro o seguinte: “Foi um prazer entrevistá-la sem ter que interrompê-la e dizer que o tempo estava esgotado.” (JN 1º nov. 2010).

Se, em 9 de agosto, os apresentadores privilegiaram pontos controversos e críticas, sem dar muito espaço para que a candidata expusesse o programa de governo, na entrevista de novembro o formato foi outro, os jornalistas abordaram os temas de forma mais branda e deixaram a entrevistada falar de forma mais livremente.

Na primeira pergunta do dia 9, William Bonner tocou em uma das principais críticas feitas a Dilma durante a campanha e que foi muito explorada pelos candidatos de oposição:

Candidata, o seu nome como candidata do PT à Presidência foi indicado diretamente pelo presidente Lula, ele não esconde isso de ninguém. Algumas pessoas criticaram, disseram que foi uma medida autoritária, por não ter ouvido as bases do PT. Por outro lado, a senhora não tem experiência eleitoral nenhuma até este momento. A senhora se considera preparada para governar o Brasil longe do presidente Lula? (JN 9 ago. 2010).

A associação de Dilma ao autoritarismo e despreparo foi repetida em outros momentos da reportagem, como demonstra a passagem abaixo, em que Bonner não mais questiona e sim afirma que Dilma não teria experiência:

Junto a isso, o fato de a senhora não ter experiência e ter tido o nome indicado diretamente por ele, de alguma maneira a senhora acha que isso poderia fazer com que o eleitor a enxergasse ou enxergasse o presidente Lula atualmente como um tutor de seu governo, caso eleita? (JN 9 ago. 2010).

A passagem acima, assim como os seguintes trechos de perguntas feitas por Fátima Bernardes: “A senhora falou de temperamento. Alguns críticos, muitos críticos e alguns até aliados falam que a senhora tem um temperamento difícil” e “a senhora falou de não haver cassetete, mas talvez seja a forma de a senhora se comportar”, demonstram que, em diversos momentos, os entrevistadores recorreram à suposta imagem da então candidata como uma pessoa que seria difícil de lidar. Já na entrevista de Dilma eleita, o tom foi outro. Ao abordar, por exemplo, a questão da indicação do nome da candidata por Lula, Fátima Bernardes oferece enfoque diferente:

Boa noite, presidente, parabéns pela vitória. Eu queria voltar a esse momento do fim da reportagem, a mãe do PAC, o momento em que a sua candidatura foi decidida. Como a senhora recebeu essa indicação do presidente Lula para disputar a eleição? Foi com surpresa? Ele teve muito trabalho para convencê-la? Ou na verdade já era um desejo daqueles que a gente esconde até da gente mesmo? (JN 1º nov. 2010).

Apesar de ainda fazer referência ao tom “durão” da representante do PT, a edição do dia 1º de novembro buscou destacar o lado positivo dessa característica. Uma das reportagens exibidas durante a entrevista garantiu um outro olhar sobre esse aspecto ao utilizar termos que remetem à eficiência e ao perfil de chefia, utilizando a fala do então ministro Paulo Bernardo, defendendo a forma como Dilma cobrava competência:

Foi responsável ainda pelo programa habitacional “Minha Casa, Minha Vida” e toda a preparação para a exploração do petróleo do pré-sal. E era encarregada de coordenar o trabalho dos colegas. Nessa tarefa, ganhou fama de durona. Em março, quando deixou a Casa Civil para ser candidata, Dilma ouviu o próprio presidente Lula, bem-humorado, dizer que muitos saíam do gabinete dela para se queixar com ele. “A Dilma, de fato, às vezes é até dura, durona mesmo, pra fazer cobrança, pra ter respostas. Então, a equipe acaba se alinhando e procurando fazer as coisas que tem

que fazer pra depois não ser cobrado” [fala de Paulo Bernardo, então ministro do Planejamento]. (JN. 1º nov. 2010).

Ao focar a política econômica na entrevista de agosto, o telejornal fez uso de referências negativas em relação ao governo petista, comparando o desenvolvimento do Brasil com o de outros países, como mostra parte da pergunta feita por Wiliam Bonner.

O governo festeja, comemora muito melhoras da área econômica. No entanto, o que a gente observa, é que, quando se compara o crescimento do Brasil com países vizinhos, como Uruguai, Argentina, Bolívia, e também com aqueles pares dos Brics, os chamados países emergentes, como China, Índia, Rússia, o crescimento do Brasil tem sido sempre menor do que o de todos eles. Por quê? (JN 9 ago. 2010).

Em seguida, o apresentador fez outros três questionamentos sobre o mesmo tema e não fez nenhuma pergunta sobre como ela faria para aumentar o crescimento brasileiro. No entanto, depois da eleição, quando novamente foi convidada a participar do programa, Dilma foi questionada sobre suas posições e como conduziria a área econômica: “No mundo, hoje, quando se fala em economia, o planeta inteiro está discutindo a questão cambial: desvalorização de dólar, valorização de moedas locais. Qual é a sua posição a respeito disso?”, disse Bonner nos momentos finais da entrevista.

O jornalista ainda reforçou: “Então a senhora está dizendo que qualquer modificação que virá não será no sentido de acabar com o câmbio flutuante?”, como uma forma de tranquilizar os economistas e investidores, já que Dilma, na resposta anterior, explicitou que não faria isso. As passagens demonstram como, na primeira entrevista, o tom de desconfiança foi maior e, na segunda, foi privilegiada a ideia de que o Brasil continuaria sendo um país “economicamente seguro”.

Outra característica percebida foi que, apesar de o telejornal ter veiculado mais notícias negativas do que positivas considerando a totalidade da pesquisa, na semana em que foi divulgada a vitória de Dilma, dez das 19 notícias sobre políticas exibidas no JN podem ser consideradas de valência positiva em relação à política.

Um ponto que merece ser destacado devido à recorrência em todos os meses de análise foi que, apesar de cotidianamente noticiar mais informações que conferem aspectos negativos à política, às vésperas e logo após o processo eleitoral, foi percebida a tendência de veicular quantidade maior de notícias sobre o tema, sendo que, nestes casos, o enfoque dado foi majoritariamente positivo.

A partir de tal observação, é possível inferir que, mesmo que não seja propositalmente, nos momentos mais próximos das eleições, como na semana em que Dilma Rousseff foi eleita

presidente do Brasil, o JN valoriza reportagens que não tenham como principal temática a corrupção, as desavenças políticas, trocas de insultos entre personalidades políticas, termos pejorativos e ações controversas.

Por ser uma análise limitada a alguns períodos preestabelecidos, não é possível generalizar as conclusões aqui atingidas a outros momentos e coberturas do telejornal. No entanto, a pesquisa realizada oferece indícios de que algumas recorrências podem se fazer presentes em ocasiões diversas.

Para verificar se essas mesmas recorrências permeiam os discursos que os jovens assumem sobre a política e sobre o envolvimento deles com esse fenômeno, o próximo capítulo narra a realização de um grupo focal com alguns adolescentes que já haviam colaborado com a pesquisa participando do preenchimento dos questionários. A intenção é levantar questões sobre a relação deles com a televisão e com a cobertura política do Jornal Nacional e observar a interação desses jovens em grupo.

5 OS JOVENS, O JN E A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES POLÍTICAS

Para buscar compreender melhor os processos de identificação política dos jovens juiz-foranos, além da aplicação de questionários nas escolas Estadual Delfim Moreira, Instituto Estadual de Educação, e Cave/Granbery, este estudo também utilizou como método de coleta de dados o grupo focal (GF). Conforme De Antoni et al (2001), tal método tem servido às pesquisas qualitativas ao proporcionar a coleta de dados por meio da interação grupal.

Segundo Morgan (1997), o uso do GF requer uma cuidadosa combinação entre os objetivos da pesquisa e os dados que pode produzir. O Grupo Focal pode ser utilizado em pesquisas que necessitem de um método independente, servindo como a principal fonte de dados qualitativos, assim como ocorre em pesquisas que usam a entrevista individual ou a observação participante. [...] Pode, ainda, ser utilizado em estudos com multimétodos, ou seja, os dados obtidos são adicionados aos dados colhidos através de outros instrumentos [...]. (DE ANTONI et al, 2001, p.40-41).

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 o grupo.

Por também levar em conta a relação dos jovens com o consumo midiático, em especial com o tipo de informação política ofertado pelo Jornal Nacional (JN), o grupo focal foi trabalhado como uma modalidade de estudo de recepção, utilizando a exibição de algumas reportagens veiculadas pelo telejornal durante o período de análise para que fosse possível acompanhar as reações e os comentários dos integrantes da pesquisa em relação ao material apresentado.

O primeiro passo para a realização do GF consistiu na seleção dos participantes. A partir dos cabeçalhos (que foram destacados das respostas, para que os integrantes da pesquisa não pudessem ser identificados) dos questionários preenchidos pelos 107 estudantes, 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.

A partir da marcação do dia e horário de realização do GF, uma nova ligação foi feita a cada um dos 17 convidados, para confirmar a disponibilidade. 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. Como três alunos faltaram à atividade, o grupo focal foi realizado com sete pessoas, o que não compromete os resultados. De acordo com numerosas referências sobre a metodologia utilizada (MORGAN & KRUEGER, 1997; DE ANTONI et al, 2001), 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.

O moderador faz o mínimo de anotações durante a sessão, apenas dos tópicos a serem revistos. Estimula as respostas, mas deve ser disciplinado para ouvir sem colocar suas opiniões pessoais ou julgar as respostas. Seu objetivo é o de coletar informações e não o de ensinar ou de corrigir os participantes. [...] Além do moderador, pode-se incluir uma ou duas pessoas para apoiar a parte logística. Estes auxiliares são responsáveis pelas anotações dos comportamentos verbais e não verbais, pela operação de equipamentos (gravadores e filmadoras) e, posteriormente, pela transcrição dos dados gravados (Berg, 1995; Carey, 1994; Morgan; 1997). (DE ANTONI et al, 2001).

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 compreendem o fenômeno político, como percebem a participação, de que maneira participam politicamente, e se, em seus discursos, há recorrências negativas acerca da política. Também havia a intenção de entender se o tema lhes interessava, como enxergam 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 Jornal Nacional. Para obter informações que respondessem a essas questões, o grupo focal foi realizado.

5.1 O GRUPO FOCAL

Na manhã da sexta-feira 3 de fevereiro de 2012, um grupo de jovens de 17 e 18 anos se reuniu em uma sala da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) 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.

E, em um dia de sol, em plenas férias escolares para aqueles que se preparavam para entrar na universidade ou que precisavam batalhar na árdua disputa por um emprego ou estágio remunerado, depois de concluírem o ensino médio, sete estudantes da rede pública e particular de Juiz de Fora (MG) convidados para integrar o estudo compareceram ao local combinado.

A princípio, o ato pode parecer comum. No entanto, em uma sociedade marcada pela descrença política, pelo desinteresse em discussões no estilo proposto e pela visão amplamente difundida de que o jovem é desinteressado e avesso à política, esse comparecimento representa muito – na verdade, constitui uma primeira evidência que contribui para desmontar esse tipo de estereótipo.

Os sete estudantes entraram na sala, foram cumprimentados e puderam se sentar em uma das cadeiras dispostas em círculo, próximas a uma mesa de lanche. E foi em clima de bate-papo que o GF teve início às 10h15. 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.

Para descontrair o ambiente, antes de iniciar o GF, os participantes foram convidados a se servir na mesa de lanche e lhes foi informado que, a qualquer momento da conversa, eles poderiam se dirigir até ela. Também lhes foi comunicado que a conversa seria gravada, mas que seus nomes não seriam identificados na pesquisa. Na transcrição (Apêndice E), 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 Jornal

Nacional e percepções que os jovens têm sobre o sentido social do jornalismo e a respeito de as pessoas, em geral, abordarem a política de forma negativa.

Além de tentar perceber recorrências nas falas dos participantes, foram observados silenciamentos, contradições e pontos de concordância. A intenção era de que os participantes 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.

De acordo com Morgan (1997), o Grupo Focal é um método de pesquisa, com origem na técnica de entrevista em grupo. O termo grupo refere-se às questões relacionadas ao número de participantes, às sessões semi-estruturadas, à existência de um *setting* informal e à presença de um moderador que coordena e lidera as atividades e os participantes. O termo focal é designado pela proposta de coletar informações sobre um tópico específico [...]. Cabe ressaltar a diferença entre GF e entrevista em grupo. Esta diferença está na interação do grupo. No GF, o pesquisador está envolvido na determinação e manutenção do tópico de discussão. Nas entrevistas em grupo, o pesquisador observa a espontaneidade com que os tópicos são discutidos, sem interferência. (DE ANTONI et al, 2001, p.40).

Por isso, em um GF, é função do moderador conduzir o grupo, elaborando questionamentos e, sempre que o foco da discussão for perdido, estimular que os integrantes voltem ao objetivo da sessão. O moderador também precisa tentar que todos participem de maneira equivalente, evitando que alguns falem muito mais do que os outros.

5.1.1 Quem são os participantes?

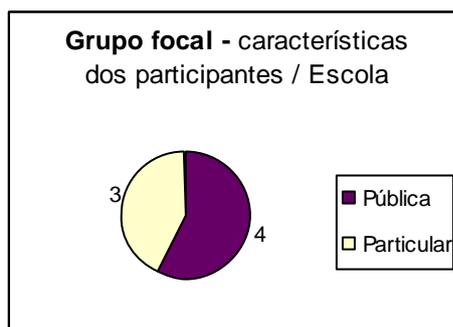
Ainda que não seja possível identificar os adolescentes por seus nomes, por procedimento ético, vale descrever algumas características dos integrantes do grupo focal, para possibilitar a compreensão do universo social em que eles estão inseridos.

Mesmo integrando um grupo homogêneo em certas dimensões – jovens, com idades entre 17 e 18 anos, estudantes e moradores de Juiz de Fora –, certa variedade de perfis foi buscada, para permitir que as discussões partissem de pessoas com vivências em ambientes diferentes, no intuito de representar diversidades comuns presentes em qualquer grupo social. Como o objetivo da coleta de dados qualitativa não segue os mesmos parâmetros das análises quantitativas, o número de participantes enquadrado em cada tipo com características semelhantes importa menos do que a possibilidade de surgir variedade de opiniões.

Numa amostra deste tipo, mais do que garantir a representatividade estatística em relação à população em geral, o objetivo é maximizar o espectro da pesquisa, procurando tanto quanto possível selecionar entrevistados diferentes em relação a variáveis que, na origem e dentro do propósito que guia a observação, parecem ter poder explicativo (Weiss, 1994:24). Pode-se imaginar que as categorizações resultantes, assim, corresponderão a diferenças realmente existentes, embora nada se possa dizer sobre as proporções em que tais diferenças se verifiquem no mundo real. (ALDÉ, 2004, P.29).

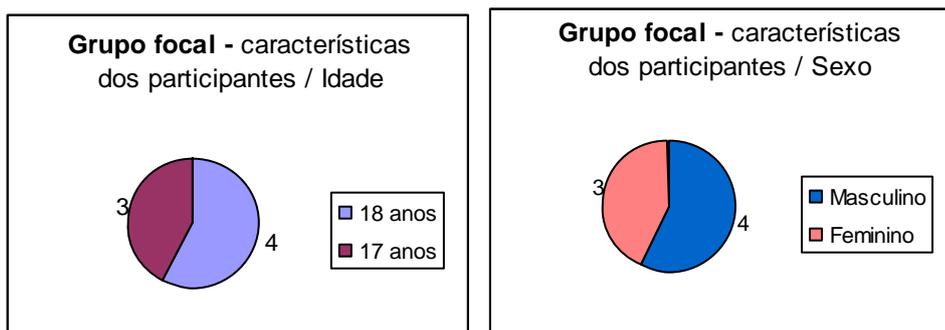
As variáveis determinadas foram idade, sexo, escola e classe social. O primeiro critério foi a separação dos 107 estudantes por escola e, depois, a busca pelos demais requisitos em cada uma das instituições de ensino. Sendo assim, dos 20 selecionados inicialmente para o GF, seis eram alunos do Instituto Estadual de Educação, sete da Escola Estadual Delfim Moreira e sete do Cave/Granbery. Já entre os sete que de fato participaram do GF, a representatividade está demonstrada entre rede pública e particular no gráfico abaixo.

GRÁFICO 8



Apesar de o questionário ter sido aplicado a jovens que tinham de 16 a 18 anos incompletos no ano eleitoral que foi alvo deste estudo (2010), todos fizeram aniversário pelo menos uma vez até a realização do grupo focal e, por isso, já tinham 17 ou 18 anos completos na época do encontro.

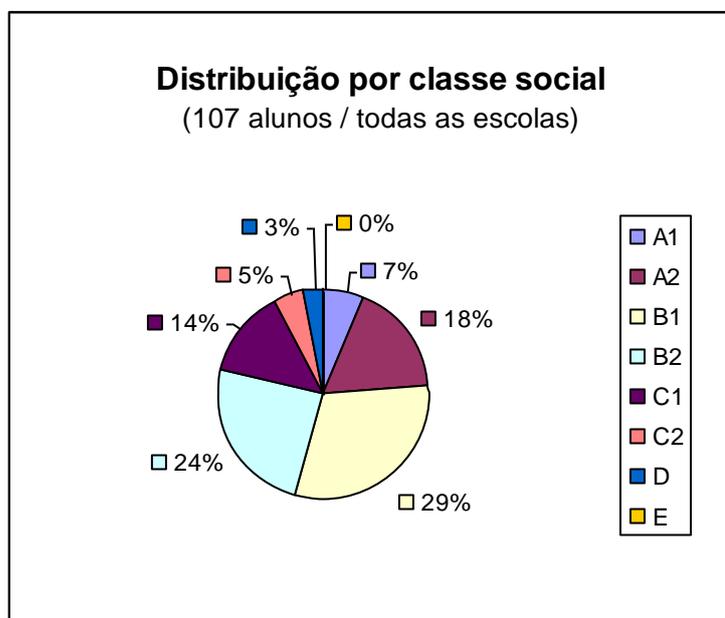
GRÁFICOS 9 e 10



Na seleção dos 20 estudantes, houve a preocupação de assegurar representatividade de homens e mulheres na mesma proporção. O mesmo ocorreu em relação à idade. À medida que um dos convidados informava a impossibilidade de comparecer, o convite era feito a outro aluno da mesma escola e da mesma idade, por exemplo. Entre os sete participantes do GF, quatro tinham 18 e três 17 anos, sendo quatro do sexo masculino e três do feminino.

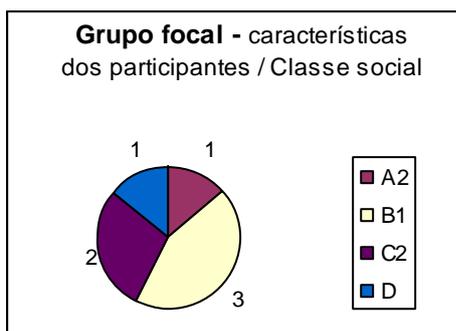
Em relação à classe social, foram convidados estudantes de todos os setores (ver Gráfico 10) identificados a partir da avaliação socioeconômica contida no questionário aplicado (Apêndice A) - embasado no Critério Brasil (2011).

GRÁFICO 11



Entre os que aceitaram integrar a pesquisa, estão pessoas das classes A2, B1, C2 e D, o que demonstra a participação de estudantes de diferentes níveis socioeconômicos.

GRÁFICO 12



5.1.2 Métodos de análise do grupo focal

Antes que o GF fosse realizado, uma série de cuidados em relação à posterior análise dos dados coletados foi tomada. Além da determinação dos objetivos desta fase da pesquisa, foi preciso definir o método de análise. Mais uma vez, a opção escolhida foi a análise de conteúdo. No entanto, além de usar as classificações e categorizações clássicas e de enquadramento, como foi realizado na análise da cobertura política do Jornal Nacional, recorreu-se nesta etapa a alguns princípios da análise da enunciação, por se tratar de uma modalidade de entrevista em grupo (o grupo focal), em que a linguagem oral e a produção da palavra não devem ser mais vistas apenas como um dado, e sim como um processo. “A análise da enunciação considera que na altura da produção da palavra é feito um trabalho, é operado um sentido e são operadas transformações.” (BARDIN, 1977, p.216).

É importante frisar que, por se tratar de uma pesquisa que envolve outros métodos e diversas fases, não sendo o objetivo aprofundar apenas nos enunciados, o trabalho não realiza uma rigorosa análise da enunciação, mas sim faz uso de alguns dos seus princípios para enriquecer e complementar o tratamento das informações conseguidas por meio do GF.

Qualquer pessoa que faça entrevistas conhece a riqueza desta fala, a sua singularidade individual, mas também a aparência por vezes tortuosa, contraditória, “com buracos”, com digressões incompreensíveis, negações incômodas, recuos, atalhos, saídas fugazes ou clarezas enganadoras. [...] Uma entrevista é, em muitos casos, polifônica. [...] E que dizer de uma entrevista de grupo a 6 ou 7 vozes! A análise de conteúdo de entrevistas é muito delicada. Este material verbal exige uma *perícia* muito mais dominada do que a análise de questões abertas ou a análise de imprensa. (BARDIN, 1977, p.90).

Uma das dificuldades, conforme Bardin (1977), é atingir o objetivo de inferir algo sobre uma realidade que represente uma população de indivíduos ou um grupo social sem deixar de levar em conta a singularidade individual. Por isso, a autora propõe dividir a análise de entrevistas em duas fases. A primeira consiste em destrinchar a “conversa” e dividir o “texto” em alguns temas e momentos de interesse do pesquisador. E a segunda consiste em observar aspectos da enunciação. A partir dessas determinações, foi possível iniciar o grupo focal. A contextualização a seguir demonstra os resultados obtidos e foi dividida em três momentos, assim como também ocorreu no GF.

O primeiro aborda como os adolescentes participantes enxergam a política e a participação. O segundo momento envolve a relação com o consumo midiático, e o terceiro trata da recepção do Jornal Nacional e do entendimento que os jovens fazem sobre a cobertura

política do telejornal. Por fim, analogias são feitas para verificar se os discursos do grupo são permeados pelos consensos sociais.

5.2 NOÇÕES SOBRE POLÍTICA

Ao iniciar o grupo focal, a primeira pergunta feita foi: “Quais são os problemas que mais preocupam vocês na nossa sociedade?”. Corrupção, transporte, hipocrisia, falta de cumprimento de promessas, desigualdade, educação, saúde e apatia política foram as respostas dadas pelos adolescentes. É possível notar que, assim como a corrupção foi um termo recorrente na aplicação dos questionários, retornou ao foco da discussão já no primeiro momento do grupo focal. Também chama a atenção o fato de a política, em seu sentido mais amplo – como foi demonstrado no capítulo 2 –, ter permeado os diversos assuntos apontados, não só como uma fonte de problemas, mas também como um caminho para a solução de impasses sociais.

D: A desigualdade. O país está melhorando, mas ainda tem muita desigualdade, muita diferença entre pobres e ricos. Existe racismo também. Ficar falando de racismo toda hora é meio chato, mas, apesar das políticas do Governo para inserir mais a população que é menos favorecida, acho que ainda falta muito.

E: Para mim, o único problema, o problema que vai abranger isso tudo é a educação. Enquanto não se pensar que a educação é a prioridade, que é a base da nação, ninguém resolve a desigualdade, o problema do lixo, da corrupção. Porque não vai resolver a corrupção prendendo todo mundo. E a população brasileira é malandra, esperta. Você tem que ter educação para o cara saber que, na hora que ele for votar, ele tem que olhar o político e saber. Não pode vender o voto dele. Para mim, a educação é a base de tudo. Você só resolve com a educação.

Nas respostas acima, D e E demonstraram a noção de política como função do Estado, ao abordarem a necessidade de mais “políticas públicas”, mas também como aquilo que é público e social. Há ainda a compreensão da política como atividade exercida na administração da Nação e como uma forma de estabelecimento da democracia, ao possibilitar o voto e a escolha do representante. O conceito relacionado ao poder – no caso citado por E, ao poder que o cidadão eleitor tem – também evidenciou, a partir de exemplos simples, a maturidade que alguns integrantes do grupo possuem sobre o entendimento do que seja a política. No decorrer da discussão, D novamente colaborou com essa visão mais ampla ao dizer: “Política não é só deputado. É quando você conversa com alguém, discute um tema. O ser humano é um ser político”.

A participação política também foi abordada na discussão e revelou que, assim como já havia sido apontado nos resultados dos questionários, poucos jovens têm participação política intensa, mas muitos participam, ainda que esporadicamente, de movimentos sociais ou de atividades não governamentais. No entanto, eles ainda não compreendiam as novas possibilidades de participação em sociedade como “participação política” ativa. O integrante G foi o único que revelou ser filiado a partido político.

Mediadora: E você, A, participa de algum grupo, seja na associação de bairro, na igreja?

A: Eu tinha um grupo na escola, mas bem distante da política. Todo mundo tinha quase a mesma opinião, já tinha uma ideia, então a participação política propriamente não existia.

Mediadora: Então você acha que essa não seria uma forma de participar politicamente?

A: Seria, mas se tivessem pelo menos duas ou mais opiniões diferentes. Aí, sim, teria debate. Mas como todo mundo tinha basicamente a mesma opinião. Mesmo sendo político, não teria tanto...

O trecho acima exemplifica como A limitou o entendimento de participação política à visão reducionista do que seja a própria política. Já E portou-se de maneira peculiar, pois em alguns momentos apresentava visão focalizada sobre a política e em outros demonstrava compreendê-la em relação a outros aspectos, como foi demonstrado no primeiro exemplo transcrito. Para entender como cada jovem contextualizou o tema, suas falas foram destrinchadas e algumas são citadas no quadro a seguir:

Quadro 11: Como os adolescentes demonstram perceber a política		
Tipo de entendimento	Participante	Percepções e termos usados
Amplio	D E F G	- Durante toda a entrevista fez referências à política de maneira abrangente: “O ser humano é um ser político” “Vi temas mais midiáticos que políticos” “Acho que a política é tudo que a gente faz no dia a dia. A convivência a gente sabe que é política. E a participação em grupos, surge a política no meio, a opinião.” “A política é como a gente lida com as pessoas e como a gente lida com o mundo. Participar de partido político, de campanha, PET...”
Focalizado	C	- Política como função do Estado: “... a política é o que faz esse país funcionar. O que move a educação é a política, a saúde, tudo”

	E	- Política relativa ao público e social: “Política é tudo. Dia a dia, convívio.”
Reduccionista	A	“Todo mundo tinha quase a mesma opinião, já tinha uma ideia, então a participação política propriamente não existia.”
	B	“Se fosse para votar, seria o pessoal que entende de política.”

As posições dos jovens durante o GF também permitem traçar observações sobre o comportamento e a atitude política dos participantes. Para tal, eles foram enquadrados nas seguintes categorias: aqueles mais decepcionados e pessimistas e os mais esperançosos e otimistas em relação à participação política.

Quadro 12: Visão sobre a participação política		
Aspectos mais nítidos	Participante	Percepções e termos usados
Positiva/otimista	D	“A partir do momento que você se torna atuante. Quando você vê que você pode fazer a diferença, tudo muda. [...] Acho que todo mundo tem oportunidade de se sentir atuante.”
Negativa/pessimista	B	“Ninguém faz nada.”
	C	“As pessoas ficam falando para fazermos as coisas que elas mesmas não fazem.”
	E	“A participação do jovem é mínima. Parece que está tudo parado, principalmente aqui em Juiz de Fora. Está deserto. Ninguém faz nada.”
	F	“[...] os jovens estão muito desmotivados.”
	G	“Acho que o grande problema é a apatia do povo.”

Apesar da nítida visão desmotivada e negativa sobre a participação política da população brasileira atualmente, como foi demonstrado nas falas de cinco dos sete adolescentes, o grupo se demonstrou mais otimista em relação ao futuro. Nenhum deles disse ser impossível ou extremamente difícil aumentar a participação e todos fizeram propostas para reverter o quadro vivenciado. O trecho abaixo demonstra esse aspecto:

D: É... Acho que todo mundo tem oportunidade de se sentir atuante. Mas acho que tem que ter mais formas de você se inserir na política. Lá na escola, não tem grêmio, não tem nada. Se tivesse uma tentativa dos professores e dos alunos, a gente teria mais contato com a política, entendeu? Você não ia ficar pensando que é só corrupção. Não é só corrupção... É você fazer diferente, discutir ideias... Entendeu? É criar propostas, ter discussão, não só impor. Falar de democracia é isso. Não pode ter um diretor que vai falar: “É isso e acabou”. Ninguém vai discutir nada. Se tivesse mais associações de moradores, mais grêmios, se cada vez mais jovens procurassem

os partidos, para ver o que discutem, quais são as propostas, acho que ficaria diferente.

G: Tem projetos em que as pessoas discutem várias propostas. Vão lá, debatem, formulam, sei lá..., tipo um documento para discutir projetos. Acho que tinha que ter em vários âmbitos. Na educação, saúde. Tem muita gente com ideia boa, que não participa de política, mas poderia participar.

É importante frisar que o participante A se demonstrou um pouco tímido e distante das discussões em alguns momentos, sendo necessário que a mediadora se dirigisse diretamente a ele para motivar maior participação. Ainda assim, em diversas situações, ele não opinou ou, quando o fez, apresentou lapsos¹⁰ e falhas lógicas¹¹ em suas falas. Tais características não podem deixar de ser observadas, já que o comportamento demonstrou, em algumas circunstâncias, falta de conforto e certo distanciamento do jovem em lidar com alguns dos temas propostos. Apesar da tentativa de participar e do nítido desejo de colaborar com a conversa, os assuntos aparentaram ser, para ele, menos recorrentes no cotidiano do que para os demais. Por isso, no momento da análise, surgiu a dificuldade de classificá-lo em algumas categorizações criadas, como a demonstrada no Quadro 12.

Já C, com perfil oposto, demonstrou-se participativo ao extremo. Respondia a todos os questionamentos, ainda que não fossem dirigidos diretamente a ele, e apresentou familiaridade com os temas da discussão. No entanto, por vezes, sua personalidade ativa deixava um ou outro mais inibido e exigia que a mediadora direcionasse o olhar e as perguntas aos demais participantes, como forma de estimular a participação equilibrada.

Retomando os aspectos da enunciação, algumas outras características merecem ser destacadas. Uma delas diz respeito à maneira como os participantes falam de si e a forma como abordam o outro. Em relação às opiniões sobre a participação política, C disse faltar incentivo à participação, no entanto, não se colocou, em seu discurso, como agente ativo capaz de proporcionar mudança.

Ao ser questionado se participava de algum grupo ou associação, C utilizou de álibis¹² e lugares comuns como fuga à resposta, por se sentir incomodado com a questão. Na verdade, ele justificou sua falta de participação a partir de um lugar comum: a afirmação de que a

¹⁰ Conforme Bardin (1977, p. 226), lapsos são elementos atípicos carregados de sentido, espécies de irrupções irracionais no contexto racionalizado e a queda brusca da defesa. “[...] nos lapsos passa-se qualquer coisa involuntária e uma idéia, uma palavra, substitui a ideia ou a palavra prevista pela consciência.”

¹¹ Falhas lógicas costumam ser acompanhadas de perda do domínio do discurso; é um desejo de demonstração, tentativa de raciocínio que se rompe na argumentação.

¹² Bardin (1977, p.227) explica que álibis seriam argumentos usados como forma de resolver conflitos e contradições, associando fatos incompatíveis e a justificação – que pode ocorrer por meio do uso dos lugares comuns e jogos de palavras – para afirmar as próprias convicções. Lugares comuns e jogos de palavras podem ser usados em momentos de descontração, mas também com a função de desviar a atenção e recusar uma questão.

sociedade, em geral, não tem interesse em participar: “Bom... Primeiro, muito pouca gente realmente está a fim de formar algum grupo, nem que seja para ir assistir uma reunião na Câmara, que é aberta.”

Outro uso recorrente foi o da exemplificação, principalmente citando o outro como agente e não a si. As passagens “Mas os jovens estão muito desmotivados. Pensam assim: ‘Ah, não tem outro mesmo, então não vou votar em ninguém’” e “O cara não teve educação desde cedo...” demonstram estratégias usadas para reforçar que estão falando sobre um agente externo e não sobre eles mesmos.

É interessante notar que, apesar de ser um grupo restrito e com fortes traços de homogeneidade em algumas dimensões, surgiram visões diferenciadas e apontamentos de vários tipos sociais que podem ser observados em outros grupos. Um dos aspectos interessantes do GF é permitir a interação grupal, ainda que haja divergência de opiniões, e sugerir perfis e discursos que também poderiam surgir em uma amostra maior de pessoas.

Outro ponto interessante da discussão ocorreu quando o assunto se desviou para uma polêmica sobre a obrigatoriedade do voto. Mesmo não sendo um tema proposto, a mediadora deixou que a conversa fluísse, por ser de interesse para a pesquisa.

B: [...] Eu penso que o voto não deveria ser obrigatório. A partir do momento que o voto é obrigatório, que a massa é influenciada pela televisão, por coisa que não é séria, pela novela. A massa vota em um candidato que não tem nada a ver com a política. Igual a Margarida [candidata do PT à Prefeitura de Juiz de Fora nas eleições de 2008], o pessoal ouviu: ‘a Margarida é isso’, aí a massa ficou influenciada e não vota nela.

C: Se o voto não fosse obrigatório, ninguém ia votar...

F: É, ninguém votaria.

E: Eu sou a favor do voto obrigatório. Se o voto não fosse obrigatório, a pessoa que não gosta de política seria dominada por quem gosta.

B: Depende. Aí é que está. A pessoa que gosta de política, com o tempo, aprende.

E: A elite dominou no século XIX, na primeira metade do século XX inteira, dominou o Brasil quando o voto não era obrigatório. Quem domina até hoje é a elite. Imagina se o voto fosse livre...

B: Por isso é que eu defendo que seja facultativo.

D: Tem que mudar a cultura. Mudaria o que as pessoas aprenderam desde criança. “Nossa, votar é importante”. Agora, se fosse facultativo, ninguém iria votar.

B: Se fosse para votar, seria o pessoal que entende de política. Ou seja, poderia haver políticos melhores.

Alguns falam juntos: Mas e se as outras pessoas quiserem votar?

B: Esses poderiam votar.

E: Não é que não querem. Pega o Sertão do Nordeste. O cara não teve educação desde cedo... Mas coloca o cara para votar... Se ele tiver que escolher...

B: Então, você acha que esse cara deveria votar?

E: Acho que deveria. Tudo depende da educação. Ele deveria receber educação.

A discussão sobre o voto revela uma visão equivocada de B sobre a participação, que, segundo ele, deveria ser restrita aqueles com mais condição intelectual e que “gostam de política”. No entanto, ainda que os demais colegas tenham discordado dele, B demonstrou firmeza e não voltou atrás em sua opinião, revelando que não queria ser influenciado pela opinião do grupo. Ainda assim, a força do grupo sobre o indivíduo se fez presente, pois, a partir desse momento, B, que teve intensa participação no início do GF e foi o proponente da discussão sobre a obrigatoriedade do voto, passou a se comportar de forma mais retraída e a opinar menos sobre as questões formuladas (ver Apêndice E).

Tal observação revela um dos traços interessantes da política entendida em sua forma clássica, que abrange a relação humana e a possibilidade de poder que um homem exerce sobre o outro – o que reforça a necessidade de a comunicação (inclusive a de massa) ser sempre uma variável a ser considerada na formação das opiniões individuais e da opinião pública. Esse processo envolve a disputa pelo discurso dominante e o jogo de poder presente no debate discursivo.

Em outro momento do grupo focal, foi a vez de F ser alvo da discordância da maioria. Após assistir a algumas matérias veiculadas no Jornal Nacional, F disse que o telejornal demonstrou parcialidade e portou-se a favor da candidata Dilma Rousseff (PT) desde o início das eleições. Os colegas contrariaram F, que, adotando postura diferente de B no caso acima, calou-se sem mais insistir em sua opinião, como que consentindo com a opinião da maioria. Aparentemente, os demais convenceram F, mas, após o silêncio momentâneo, o adolescente não se sentiu constrangido e continuou participando dos outros temas discutidos da mesma maneira que antes do momento de discordância.

Caso a pesquisa tivesse se desenvolvido a partir de entrevistas individuais, as circunstâncias de tensão e de mudança de comportamento dos indivíduos em função do grupo não ocorreriam, o que dificultaria a percepção desses aspectos. Isso justifica, mais uma vez, a opção pelo grupo focal.

5.3 A MÍDIA COMO ALVO

O segundo momento do grupo focal teve a proposta de incentivar a discussão acerca do consumo midiático, em especial do Jornal Nacional (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 assistem com pouca frequência e que preferem 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 é incômodo para os adolescentes assumir que veem e gostam 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, como a Band, 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 é 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 têm 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 enquadra aqueles que têm 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.

Quadro 13: Principais impressões dos adolescentes sobre os meios de comunicação

Aspectos mais nítidos	Participante	Percepções e termos usados
Visão apocalíptica	A	“A mídia desmotiva o jovem. [...] mostram fulano desviou tanto, fulano saiu com tanto na cueca. Então vai desmotivando mais ainda.”
	B	“A partir do momento que o voto é obrigatório, que a massa é influenciada pela televisão, por coisa que não é séria, pela novela. A massa vota em um candidato que não tem nada a ver com a política.”
	C	“Tenho até medo de assistir qualquer jornal...”
	D	“A gente é muito manipulado. Eu me sinto manipulada.”
	F	“[...] eles tentam te usar, te manipular. Te manipulam muito a pensar como eles. Não só o Jornal Nacional, como todos os programas que passam.”
Visão de negociação simbólica	E	“Você tem que olhar, diferenciar, o que pode ter... Ver o que está se passando e coisas que você pode tirar dali.”
	G	“O jovem tem capacidade de discernir. Só falta vontade.”

Os cinco integrantes que aparentaram ter visão “apocalíptica” atribuíram à mídia grande poder de persuasão e manipulação e acabam culpabilizando-a pela falta de motivação da sociedade e pela baixa participação política, como se o que é veiculado nos meios de comunicação de massa 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, não agem 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 comenta 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 (ver transcrição no Apêndice F) veiculadas 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 na cabeça.

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 – tornam-se aqueles mais patentes para o público e também corroboram, como foi demonstrado pelos adolescentes, para a fixação de uma visão negativa e pessimista sobre o fenômeno político e a participação da população.

5.4 O QUE OS JOVENS PENSAM DO JN?

O terceiro e último momento do grupo focal (GF) foi marcado por discussões sobre as entrevistas no estúdio do Jornal Nacional (JN) antes e depois de Dilma Rousseff ter sido eleita, a edição especial do telejornal após a vitória da petista, as razões pelas quais as pessoas referem-se negativamente à política, e sobre o fato de a televisão e o JN ainda serem as principais formas de acesso da população às informações.

Assim como estudos mais amplos (ABRAMO e BRANCO, 2008) já apontavam, foi demonstrado pela aplicação do questionário e também pelo GF 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 GF, 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 interessam 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.

F: Do que te interessa...

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”, ressalta 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...”, observa 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.

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, como as veiculadas após a vitória de Dilma

Rousseff, por exemplo, 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 afirma 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”, defende 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 deste 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.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há várias possíveis definições do que vem a ser a política. Um dos intuitos deste trabalho foi demonstrar que, independentemente do conceito majoritário fixado socialmente, a riqueza do fenômeno político encontra-se na pluralidade, na possibilidade de representar muitos aspectos. Portanto, não coube aqui eleger se a definição de política mais adequada seria aquela que se refere a tudo que é civil, público, social e sociável, ou a que aborda a política como função do governo, como ciência do Estado ou como estudo do poder, dentre tantas outras. A pesquisa se ateve a valorizar a amplitude de seus aspectos e buscou verificar se o Jornal Nacional, da Rede Globo, seria capaz de, durante o período eleitoral de 2010, fazer referência à política de maneira mais abrangente e não meramente focada na disputa pelo pleito.

A partir de utilização do modelo do Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (Doxa), do Iuperj, e da análise de conteúdo de 268 notícias veiculadas no JN entre junho e novembro daquele ano, a pesquisa demonstrou que, no período eleitoral propriamente dito (principalmente em setembro e outubro), houve mais recorrência de matérias vinculadas à política do que nos outros momentos. Também foi notório o agendamento do telejornal conforme o período de campanha.

Se, em junho – quando o jornal apresentou aproximadamente 20 notícias por dia –, houve no máximo três notícias relativas à política por edição, na primeira semana de novembro, após o encerramento das eleições, uma das edições foi totalmente dedicada ao tema, enquanto, em outros dias, o assunto sequer foi abordado. Tal constatação também oferta uma diferenciação significativa entre o telejornalismo e o jornalismo impresso. Enquanto nos jornais e revistas há certa regularidade da temática política, devido à existência de editorias bem definidas, no JN isso não ocorre e o que recebe mais espaço é o factual, normalmente atrelado a valores-notícia pautados pela lógica do espetáculo, do escândalo e do agendamento eleitoral, deixando em plano secundário outros sentidos e possibilidades de se apresentar a política.

Essas observações respondem a alguns questionamentos feitos no início deste trabalho e demonstram que, na busca pela objetividade e pelo fortalecimento como instituição social, muitas vezes o jornalismo vem se restringindo a repetir estereótipos e conceitos reducionistas sobre a política. A prática jornalística televisiva, em especial, pode estar negligenciando o cumprimento de outras funções, como as de informar a população com mais profundidade e

de incentivar o público a questionar a maneira como a política vem sendo abordada majoritariamente pelo senso comum.

A análise de enquadramentos, também inspirada no modelo Doxa, que classifica as notícias em “corrida de cavalos”, temáticas, episódicas e personalistas, serviu para jogar luzes sobre os recortes prioritários utilizados na cobertura política. Além da presença constante da divulgação de resultados das pesquisas de intenção de voto e da ênfase na disputa pelo pleito, que proporcionou categorizar 30 notícias como “corrida de cavalos”, 83 notícias de agenda como temáticas e quase todas as veiculadas no período de análise como episódicas, chamou a atenção o expressivo uso de matérias personalistas.

Do total de notícias, 45 foram consideradas personalistas, sendo que as matérias de agenda diária dos candidatos, apesar de se aproximarem mais das características temáticas e episódicas, também têm traços de personalismo, ao valorizar mais os candidatos do que seus partidos, destacar hábitos pessoais e curiosidades em detrimento da apresentação de propostas. Essa constatação demonstra a tendência, já apontada pela literatura, de um novo cenário contemporâneo, marcado pela valorização do candidato e desvalorização da identificação partidária, e pela prevalência dos fatores de curto prazo como instrumentos de decisão do voto.

Outro ponto que merece ser destacado é o fato de em nenhuma das sete semanas de análise os nomes de dois dos candidatos à Presidência – José Eymael (PSDC) e Ivan Pinheiro (PCB) – terem sido mencionados. Conforme informações do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o Brasil teve nove candidatos disputando o pleito em 2010. Contudo, o JN manteve o foco nos três primeiros colocados nas pesquisas, garantindo pouquíssimo ou quase nenhum espaço aos demais concorrentes.

Essa percepção foi apontada pelos sete adolescentes que participaram do grupo focal realizado com o objetivo de complementar a pesquisa qualitativa deste estudo. Durante o encontro que durou aproximadamente uma hora e 30 minutos, os estudantes de 17 e 18 anos conversaram sobre política, participação e também sobre a cobertura do JN. Propositamente, o grupo focal foi realizado 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. Após essa constatação inicial, os adolescentes puderam assistir a algumas matérias exibidas no JN no período de análise. Entre elas, os participantes acompanharam trechos de duas

entrevistas concedidas por Dilma Rousseff (PT) aos apresentadores do telejornal (na época Fátima Bernardes e William Bonner). Uma delas ocorreu quando Dilma ainda era candidata e a outra foi ao ar logo depois de ela ter sido eleita como a primeira mulher presidente do Brasil.

Por meio da comparação entre duas entrevistas, a pesquisa já havia inferido que o JN garantiu tratamento diferente à entrevistada nas duas ocasiões. Na primeira entrevista, enquanto candidata, Dilma encontrou mais dificuldade para expor suas ideias e recebeu perguntas com tom mais crítico e direcionado. No segundo momento, com Dilma já eleita, ela recebeu outro tipo de recepção. Com mais liberdade para falar e questionada sobre temas e situações que não a deixavam em “saia-justa” como na sabatina anterior, ela, inclusive, teve sua história registrada em diversas reportagens exibidas na mesma edição do telejornal.

Seis dos sete componentes do grupo focal perceberam imediatamente após a exibição a diferença de tratamento. Apenas um participante acreditava que o JN teve postura equânime em relação à Dilma e ao PT, mas se deixou convencer pela maioria durante as discussões em grupo.

Em relação aos enquadramentos majoritários das edições veiculadas entre 1º e 6 de novembro – semana que seguiu a vitória de Dilma –, destacaram-se as notícias episódicas e personalistas, que privilegiaram, respectivamente, a personalidade e trajetória pessoal da presidente eleita, o acontecimento e a agenda.

Uma das hipóteses de partida para essa pesquisa foi a de que o JN abordaria a temática política majoritariamente de modo negativista – ainda que em um momento de celebração como o período de eleições –, e que isso contribuiria para reforçar a visão pessimista da sociedade, em especial dos jovens que foram objeto de estudo desta dissertação. Apesar de a hipótese ter sido comprovada a partir da análise de valoração das notícias, que revelou maior quantitativo de matérias de valência negativa (93) do que neutra (86) e positiva (89), a pequena diferença nos números revela algo mais significativo.

A análise demonstrou que, no contexto normal, o JN veiculou mais matérias de valência negativa (em relação à política). Contudo, às vésperas e imediatamente depois do primeiro e do segundo turno das eleições, houve grande quantitativo de notícias positivas, demonstrando que, nesses momentos, a tendência do telejornal é valorizar assuntos que remetam à importância da democracia e da participação, além de destacar propostas e termos favoráveis à política, sem focar desavenças, atos relacionados apenas à corrupção e ataques pessoais.

Um exemplo marcante foi a cobertura pós-eleição na primeira semana de novembro de 2010. Das 19 matérias sobre política veiculadas nesse período, dez foram classificadas como positivas. Além disso, a edição de 1º de novembro – que abordou a vitória de Dilma Rousseff – pode ser considerada histórica, pois teve os 47 minutos de telejornal dedicados à política, o que é algo incomum.

Portanto, cabe concluir que, nas situações acima mencionadas, houve cobertura diferenciada do JN, que cotidianamente (conforme o período correspondente às outras etapas da pesquisa) priorizou notícias de valência negativa e neutra sobre a política, ou sequer abordou o tema quando não havia informações factuais, como é comprovado pelas edições dos dias 4, 5 e 6 de novembro, que não exibiram nenhuma matéria sobre o assunto.

Os jovens participantes do grupo focal 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 suas opiniões estavam carregadas de sentidos que também faziam transparecer mais o lado negativo do fenômeno político. Apesar de todos terem demonstrado consciência de que a política é algo mais amplo do que a disputa eleitoral e a corrupção, esses aspectos foram recorrentes em suas falas, expressando visões permeadas pelos conceitos reducionistas.

Como a preocupação desta dissertação era focada nas narrativas identitárias políticas e no consumo midiático juvenil, a aplicação de um questionário a 107 estudantes de duas escolas da rede pública e uma particular de Juiz de Fora (MG) – Escola Estadual Delfim Moreira, Instituto Estadual de Educação e Cave/Granbery – permitiu compreender melhor alguns aspectos do público-alvo da pesquisa.

Um dos itens que integrou o questionário visava entender quais seriam as fontes de informação política prioritárias desses jovens. Entre as possibilidades de resposta estavam escola e livros, família, jornais e revistas impressos, rádio, televisão e internet, que deveriam ser enumerados por ordem de importância. Dos 93 estudantes que preencheram corretamente o item, 54 marcaram a TV como primeira opção e 19, a internet. Esse resultado confirma o pressuposto deste estudo de que a televisão ainda concentra-se como meio de informação prioritário e atesta a procedência na escolha de um produto jornalístico desse veículo para integrar a pesquisa.

Este mesmo item revelou a diferença de importância da internet para estudantes da rede privada e da pública. A partir de dados coletados no próprio questionário, conclui-se que os alunos das escolas estaduais encontram-se nas classes sociais menos abastadas, enquanto os da rede particular concentram-se nas classes B e A. Sendo assim, a possibilidade de acesso à internet dos alunos com melhor condição financeira parece ser maior, o que também torna esse instrumento como fonte usada com mais frequência. Dos 45¹³ estudantes do Cave/Granbery, 27 (60%) incluíram a internet como primeira ou segunda fonte de informação mais importante, enquanto dos 48¹⁴ da rede pública, 20 (41,66%) fizeram essa mesma opção, sendo que a maioria deles colocou a internet na segunda posição.

Ainda que os jovens ouvidos no grupo focal tenham admitido assistir ao JN, alguns demonstraram preconceito em relação ao telejornal. Eles disseram que o veem e que levam em consideração as notícias, mas buscaram justificativas para assumir que o noticiário tem importância para eles. Preferiram compará-lo com outros telejornais que consideram mais interessantes, ainda que quase todos tenham assumido assistir com mais frequência ao JN.

Outro aspecto revelado pelo questionário foi a visão negativa e desconfiada do fenômeno político e a decepção com a atual estrutura democrática. No item que solicitava aos participantes que citassem livremente as três primeiras palavras que vinham à mente ao pensar em política, os termos mais recorrentes foram corrupção e corrupto, mencionados por 87 dos 107 participantes. Além dessas, boa parte das demais palavras citadas têm viés pessimista, como burocracia, desonestidade, dinheiro, ladrões, mensalão, roubo e vergonha, dentre outros termos.

Essa relação da política ao aspecto nocivo representa algo sintomático ao revelar a desmotivação desses jovens em enxergar os outros sentidos factíveis desse fenômeno e possibilidades de mudança. O resultado sugere também que, se a mesma questão for feita a outros setores populacionais, respostas semelhantes podem surgir, já que há indícios na literatura utilizada para esta pesquisa de que a visão desmotivada e negativa sobre a política e a participação da população não fica restrita aos jovens, mas compreenderia a maior parte da sociedade brasileira.

A mesma opinião pessimista foi demonstrada nas falas de cinco dos sete adolescentes que integraram o grupo focal. No entanto, é válido ressaltar que, apesar de desacreditados com o presente, os estudantes participantes do grupo se demonstraram otimistas em relação ao

¹³ e ¹⁴ Número de alunos que tiveram a questão validada, já que o item de 14 questionários foi anulado, porque os estudantes não responderam ou responderam incorretamente.

futuro. Segundo eles, a possibilidade de participação em grêmios estudantis, o desenvolvimento de mais oportunidades de engajamento nas comunidades onde vivem, a ampliação dos fóruns de discussão e o maior interesse individual podem fazer com que a população demonstre-se mais atuante.

A pesquisa também demonstrou que, como já havia sido apontado pela bibliografia estudada, apesar da força e da importância que ainda tem, a escola vem perdendo espaço como instituição prioritária de formação, à medida que algumas de suas funções podem estar sendo substituídas pelos meios de comunicação de massa. O fato de, em resposta ao questionário aplicado, os adolescentes de Juiz de Fora terem atribuído à escola papel menos relevante para mantê-los informados politicamente é uma característica que precisa ser considerada. Durante o grupo focal, os estudantes também disseram sentir falta de espaços para discussão política nos colégios e de estímulo para desenvolverem olhar mais crítico acerca das informações que recebem.

Por fim, é possível afirmar que, apesar da tendência à descrença política e da visão amplamente difundida de que o jovem é desinteressado e avesso à política, a realização do grupo focal, os temas discutidos e as propostas apresentadas pelos sete participantes podem ser interpretados como evidências que auxiliam na desconstrução parcial desse tipo de estereótipo.

Ainda que os dicionários conceituem a juventude como uma parcela da população desmobilizada, e que haja indícios de discursos dominantes que afirmam ser o jovem atual menos participativo e mais “apolitizado” do que as gerações anteriores, a literatura apresentada nesta dissertação demonstrou que novas formas de participação política vêm sendo desenvolvidas, e a aplicação dos questionários e realização do grupo focal revelaram que, quando estimulados, os adolescentes têm a possibilidade de cultivar o interesse por discutir política em relação com o consumo midiático. Falta ao jornalismo – pelo menos aquele produzido por muitos dos grandes veículos de comunicação – perceber que pode e deve exercer papel mais ativo nesse processo.

7 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.

ABREU, Lidiane. Descrença afasta jovens da política. **Tribuna de Minas**, Juiz de Fora, 1º out. 2010. Caderno Voto e Cidadania, p.3.

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

_____; MENDES, Gabriel; FIGUEIREDO, Marcus. **Tomando partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006**. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/viewFile/1688/1432>>. Acesso em: 11 jul. 2010.

ALMEIDA, Loriza Lacerda. **A juventude e suas representações**. Revista da UFG, v. 6, n.1. Disponível em: <http://www.proec.ufg.br/revista_ufg/juventude/representa.html>. Acesso em: 21/08/2007.

ARISTÓTELES. **Política**. Trad. Roberto Leal Ferreira. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

AURÉLIO dicionário eletrônico: século XXI. Nova Fronteira e Lexikon Informática, 1999.

BAQUERO, Marcello; BAQUERO, Rute; HAMMES, Lúcio Jorge. **Desconfiança, capital social e cultura política: os jovens no Brasil**. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/snep/resumos/2010/cult_pol/2010_cp_024.pdf>. Acesso em: 6 dez. 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2008.

BAUMAN, Zigmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

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

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro, RJ. 7 reimpressão. 1 ed. Campus, 1992.

_____; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. 5 ed. Brasília: Editora UNB, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2000.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **O que é participação**. 7ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRESCIANI, Débora; PORCELLO, Flávio A. C. **Noticiabilidade e espaço temporal: Critérios editoriais e rotinas produtivas do noticiário de curta duração**. 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Rio de Janeiro, nov.2011.

BUCCI, Eugênio. A crítica de televisão. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre a televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004. p. 27-42.

CÂMARA JF. Disponível em: <<http://www.camarajf.mg.gov.br/index.php?page=cm>>. Acesso em: 15 jan. 2012.

CÂMARA DOS DEPUTADOS Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/responsabilidade-social/parlamentojovem>>. Acesso em: 15 jan. 2012.

CASTRO, Lúcia Rabello de. **Participação política e juventude: do mal-estar à responsabilização frente ao destino comum**. In: Revista de Sociologia e Política, Curitiba, v. 16, n. 30, p. 253-268, jun. 2008.

CAVE. Disponível em: <<http://www.cave.com.br>>. Acesso em: 7 jan. 2011.

CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. Trad. Maria de Lourdes Menezes. 2.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000. (p.1-65).

COSTA. Antônio Firmino da. **Identidades culturais urbanas em época de globalização**. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais, v.17, n.48, p.15-30, fev.2002.

COSTA, Cristiane. **Uma teoria do escândalo político**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp021020023.htm>>. Acesso em: 5 jul.2010.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo brasileiro: a estrutura narrativa das notícias em TV**. Tese apresentada à Universidade Metodista de São Paulo como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora em Comunicação Social. São Bernardo do Campo, 2003.

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

DALLARI, Dalmo de A. **O que é participação política**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

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

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

EMERIM, Cárilda. **Muvuca: ensaios sobre o texto televisivo**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação – ênfase em Semiótica, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2000.

_____. **A produção do telejornal: da tevê aberta para a web**. 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Rio de Janeiro, nov.2011.

ENTMAN, Robert N. **Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm**. Disponível em: <http://www.unc.edu/~fbaum/teaching/POLI891_Sp11/articles/J-Communication-1993-Entman.pdf>. Acesso em: 3 fev. 2012.

FERREIRA, Giovandro Marcus. Pierre Bourdieu 1930-2002: Tradição e originalidade. Disponível em: <<http://www.hommemoderne.org/societe/socio/bourdieu/mort/oi30012.html>>. Acesso em: 18 jan. 2009.

FOUCAULT, MICHEL. **A arqueologia do saber**. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 6.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000. (p.1-85).

FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade e outros escritos**. 3.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

GABRET, Débora Lapa. **Os frames de Dilma Rousseff no telejornalismo: suspeição e competência**. 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Rio de Janeiro, nov.2011.

GENTILLI, Victor. **Democracia de Massas: Cidadania e Informação**. Dissertação apresentada à ECA-USP – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1995.

GITLIN, Todd. **The whole world is watching: mass media in the making and unmaking of the new left**. Berkeley: University of California Press, 1980. (p.6-50)

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis, Vozes, 1985.

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

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.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

IBGE. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/resultados_do_censo2010.php>. Acesso em: 5 jan. 2010.

JORGE, Vladimir Lombardo. **Meios de comunicação de massa e Poder Legislativo: uma análise da cobertura do Congresso Nacional pelos jornais brasileiros, 1985 a 1990.** Tese apresentada ao Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ) como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutor em Ciências Humanas: Ciência Política, Rio de Janeiro, 2003.

JUIZ DE FORA CONVENTION. Disponível em: <<http://www.juizdeforaconvention.com.br>>. Acesso em: 7 jan. 2011.

KAPLÚN, Mario. **Una pedagogia de la comunicación.** Madrid: Ediciones de la Torre, 1998.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno.** Bauru: Edusc, 2001.

LEAL, Adriana Lins. **A influência das pesquisas de intenção de voto na decisão eleitoral: um estudo da eleição presidencial brasileira de 1994 no Distrito Federal.** Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência Política da UNB, Brasília, 1995.

LEAL, Paulo Roberto Figueira. **A construção discursiva da identidade política liberal na contemporaneidade...** In: COUTINHO, Iluska; SILVEIRA JÚNIOR, Potiguara Mendes da. (Org). Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

_____. **A nova ambiência eleitoral.** In: Lumina, Juiz de Fora: Facom/UFJF, v.5, n.2, p.67-77, jul./dez. 2002.

LEAL, Plínio Marcos Volponi. **Análise de enquadramento noticioso televisivo: o Jornal Nacional e a representação dos atores envolvidos no Caso do Morro da Providência.** Intercom: Curitiba, set 2009.

_____. **Análise de enquadramento noticioso na cobertura do escândalo dos Sanguessugas.** Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/An%C3%A1lise_de_enquadramento_noticioso_na_cobertura_do_esc%C3%A2ndalo_dos_Sanguessugas:_uma_abordagem_do_jornalismo_pol%C3%ADtico_impreso>. Acesso em: 24 mar. 2010.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MAIA, Aline. **Telejornalismo e Identidade: Estudo de recepção do Jornal Nacional entre jovens da periferia de Juiz de Fora – MG.** Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da UFJF como requisito para obtenção de grau de Mestre em Comunicação, Juiz de Fora, 2009.

MANZINI-COVRE, Maria de Lourdes. **O que é cidadania.** São Paulo: Brasiliense, 2001.

MORETZSOHN, Sylvia. Disponível em: **O caso Tim Lopes: o mito da “mídia cidadã”**. <<http://bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-tim-lopes.html>>. Acesso em: 21 jan. 2011.

PAIS, José Machado. **Culturas Juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional da Casa da Moeda, 1993.

PARLAMENTO JOVEM. Disponível em:

<<http://www.almg.gov.br/acompanhe/eventos/hotsites/2011/pjminas/index.html>>. Acesso em: 15 jan. 2012.

PEREIRA, Thiago Ingrassia. **O que os jovens pensam da política? Um estudo sobre cultura política na escola**. Disponível em:

<http://www6.ufrgs.br/sncp/resumos/2010/cult_pol/2010_cp_028.pdf>. Acesso em: 6 dez. 2010.

RANCIÈRE, Jacques. **Os nomes da história: um ensaio de poética do saber**. Trad. Eduardo Guimarães; Eni Orlandi. São Paulo: Educ/Pontes, 1994.

REDE GLOBO. Direção Geral de Comercialização. Disponível em: <

<http://comercial2.redeglobo.com.br/programacao/Pages/jornal-nacional.aspx#>>. Acesso em: 24 jan. 2012.

STÜMER, Adriana e SILVEIRA, Ada Cristina Machado da. **A casa da vovó na TV: a captura de uma identidade étnica e sua representação televisiva** *in* UNIrevista. Vol. 1, nº 3, jul. 2006.

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

TSE. Campanha de esclarecimento do TSE Eleições 2010. Disponível em:

<http://www.tse.jus.br/internet/institucional/arquivo/Relatorio_Sensus_Fields_TSE.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2012.

VIZEU, Alfredo (org). **Sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____; PORCELLO, Flávio Antônio Camargo; MOTA, Célia Ladeira; (orgs).

Telejornalismo: a nova praça pública. Florianópolis: Editora Insular, 2006.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ed. Ática, 1996.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomás Tadeu (Org.). **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2005. p.7-72.

APÊNDICE A

Questionário aplicado

n°

Nome: _____

Data de nascimento: ___/___/___

Sexo: Feminino () Masculino ()

Escola: _____

Ano (série): _____

Questionário n°

Quantos dos itens abaixo você possui em casa?

ITENS / Quantidade	0	1	2	3	4 ou mais
Televisão					
Rádio					
Banheiro					
Automóvel					
Empregada mensalista					
Máquina de lavar					
Videocassete e/ou DVD					
Geladeira					
Freezer (seja separado ou na geladeira duplex)					

Marque qual é o grau de instrução do chefe de família (seja seu pai, sua mãe, seu avô...):

- () Analfabeto ou Primário incompleto (até 3ª série do ensino fundamental)
() Primário completo (até 4ª série do ensino fundamental) ou fundamental incompleto
() Fundamental (até 8ª série/ 9º ano) completo
() Ensino médio completo ou superior (faculdade) incompleto
() Superior completo (faculdade concluída)

1) Cite três palavras que vem à cabeça quando pensa em política:

_____, _____ e _____

2) Enumere de 1 a 6 quais são suas principais fontes de informação sobre a política.

Considere 1 sua principal fonte de informação e 6 a que menos o informa.

- () Escola e livros () Jornais e revistas impressos () Televisão
() Família () Rádio () Internet

3) Como você avalia sua participação política? () Muito participativo () Participativo () Pouco participativo

4) Como você avalia a participação política da juventude em geral?

- () Muito participativa () Participativa () Pouco participativa

5) De quais grupos você é membro ou participa? (É possível marcar mais de uma opção)

- () Grêmios estudantis () Associação de bairro () da Igreja () Teatro, dança ou música
() Partido político () Movimento negro ou feminista () Outros () Não participa de atividade associativa

6) Você votou nas últimas eleições (em 2010)?

- () Sim* () Não – Razão de não ter votado: _____

*Se você participou do último processo eleitoral (em 2010), se lembra de todos os candidatos nos quais votou (presidente, dois senadores, governador, deputados federal e estadual)?

- () Sim () Não () Lembra de alguns – Se sim, quais? _____

7) Cite os nomes que lembrar dos candidatos à presidência que o Brasil teve em 2010: _____

APÊNDICE B

Comparativo do tempo dedicado às notícias de política no Jornal Nacional no período analisado

Quadro 14: Tempo / total de notícias em junho				
Data	Nº total de notícias	Tempo total aprox. da edição	Nº notícias sobre política nacional	Tempo total notícias de política nacional
9/6/10	22	34 minutos	2	4 min 20s
10/6/10	18	34 minutos	3	9 min
11/6/10	22	33 minutos	1	1min 55s
12/6/10	20	33 minutos	2	5min 50s
14/6/10	24	34 minutos	2	1min 5s
15/6/10	19	32 minutos	2	3 min
16/6/10	16	33 minutos	5	5min 25s

Quadro 15: Tempo / total de notícias em agosto				
Data	Nº total de notícias	Tempo total aprox. da edição	Nº notícias sobre política nacional	Tempo total notícias de política nacional
16/8/10	24	32 min	6	10min40s
17/8/10	15	22 min	4	8min20s
18/8/10	13	20 min	4	10min35s
19/8/10	19	18 min	5	9min55s
20/8/10	17	20 min	4	7min45s
21/8/10	16	22 min	7	10min20s

Quadro 16: Tempo / total de notícias em setembro				
Data	Nº total de notícias	Tempo total aprox. da edição	Nº notícias sobre política nacional	Tempo total notícias de política nacional
13/9/10	13	19 min	6	14m05s
14/9/10	18	21 min	9	11min45s
15/9/10	17	22 min	9	16min25s
16/9/10	11	25 min	8	20min50s
17/9/10	14	24 min	11	18min30s
18/9/10	13	18 min	6	6min30s
27/9/10	17	18 min	7	9m40s
28/9/10	18	22 min	10	14min20s
29/9/10	15	18 min	10	16min05s
30/9/10	14	25 min	10	19min

Quadro 17: Tempo / total de notícias em outubro

Data	Nº total de notícias	Tempo total aprox. da edição	Nº notícias sobre política nacional	Tempo total notícias de política nacional
1/10/10	19	33 min	9	13min25s
2/10/10	20	38 min	16	29min40s
4/10/10	25	43 min	20	38m55s
5/10/10	25	28 min	9	10min55s
6/10/10	24	35 min	7	10min45s
7/10/10	27	28 min	4	6min30
8/10/10	23	21 min	4	3min15s
9/10/10	17	17 min	2	3min
25/10/10	25	25 min	6	6m50s
26/10/10	23	28 min	7	12min45s
27/10/10	19	26 min	3	10min45s
28/10/10	20	24 min	7	11min55
29/10/10	20	25 min	5	7min50s
30/10/10	27	39 min	17	26min10

Quadro 18: Tempo / total de notícias em novembro

Data	Nº total de notícias	Tempo total aprox. da edição	Nº notícias sobre política nacional	Tempo total notícias de política nacional
1/11/10	14	47 min	14	47min
2/11/10	27	18 min	2	5min40s
3/11/10	15	25 min	3	9min40s
4/11/10	21	26 min	-	-
5/11/10	23	20 min	-	-
6/11/10	19	21 min	-	-

APÊNDICE C

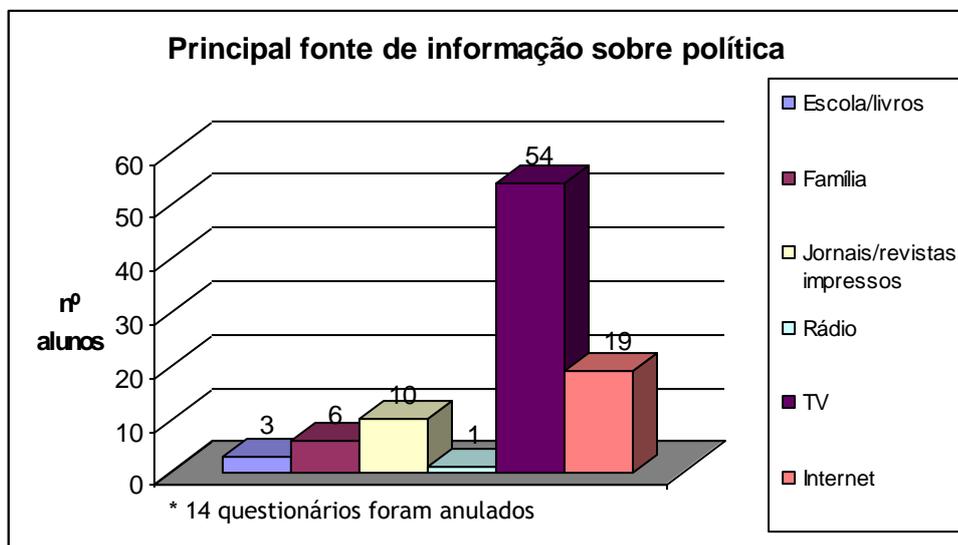
Quadro demonstrativo das palavras citadas pelos 107 jovens que participaram da pesquisa

Quadro 19: Cite três palavras que vêm à cabeça quando pensa em política	
Palavras mais citadas	Nº de vezes
Administração	2
Anti-ética	1
Bandidos	1
Bem-estar	1
Brasil	1
Brasília	5
Burocracia	9
Caixa Dois	1
Camaradagem	1
Candidatos	1
Candidatura	1
Cidadania	2
Circo	2
Cobrança	1
Comodismo	1
Compromisso	3
Congresso	1
Controle	1
Corrupção / corrupto	87
CPI	1
Decepção	1
Decisão	1
Demagogia	1
Democracia	14
Descompromisso	1
Descumprimento	1
Desenvolvimento	1
Desigualdade	4
Desinteresse	3
Deslealdade	1
Desleixo	1
Desonestidade	8
Desordem	1
Desorganização	1
Despreocupação	1
Despreparo	1
Desrespeito	1
Desvio	1
Dilma	1
Dinheiro	6
Dinheiro na cueca	1
Direito(s)	4
Economia	1
Educação	1
Eleições	10
Escândalo	2
Esperança	5
Esquecimento	1
Ético	1
Falcatrua	1
Falsidade	1
Falta de interesse	1

Governo	3
Grandes salários	1
História	1
Honestidade	1
Ideologia	1
Impostos	1
Impunidade	1
Incompetência / Incompetente	2
Injustiça	1
Insatisfação	1
Instabilidade	1
Irresponsabilidade	2
Jeitinho	1
Ladrões	1
Leis	5
Liberdade	1
Lula	3
Melhoria(s)	2
Mensalão	6
Mentira	1
Ministério	1
Mudança	3
Não democrático	1
Necessidades básicas	1
Nepotismo	1
Ordem	2
Organização	1
Palhaçada	1
Partido(s)	2
Planalto/Palácio do Planalto	2
Poder	3
Polêmica	1
Política exterior	1
População	1
Pouca informação	1
Precariedade	1
Presidente	5
Promessa(s)	3
Propaganda/campanha eleitoral	3
Propina	2
Reforma	2
Relacionamento	1
Responsabilidade	3
Roubo	8
Senado	2
Sociedade	4
Solução	1
Título de eleitor	1
Transformação	1
Vergonha	2
Voto	6

APÊNDICE D

Gráfico 13: Avaliação sobre as principais fontes de informação feita pelos 107 jovens que responderam aos questionários:



Resultado somado das três escolas

Ordem de importância:	1º	2º	3º	4º	5º	6º
Número de estudantes que citou as principais fontes de informação por ordem de importância						
Escola/livros	3	7	13	19	33	18
Família	6	9	25	21	17	15
Jornais/revistas impressos	10	17	24	23	14	5
Rádio	1	3	12	12	17	48
TV	54	23	4	5	4	3
Internet	19	34	15	13	8	4

Resultado isolado Instituto Estadual de Educação

Ordem de importância:	1º	2º	3º	4º	5º	6º
Número de estudantes que citaram as principais fontes de informação por ordem de importância						
Escola/livros	1	2	1	6	9	6
Família	2	0	5	6	6	6
Jornais/revistas impressos	2	6	8	5	2	2
Rádio	1	0	6	4	6	8
TV	18	4	1	1	1	0
Internet	1	13	4	3	1	3

Resultado isolado Escola Estadual Delfim Moreira

Ordem de importância	1º	2º	3º	4º	5º	6º
Número de estudantes que citaram as principais fontes de informação por ordem de importância						
Escola/livros	0	1	4	4	7	7
Família	2	2	4	4	3	8
Jornais/revistas impressos	3	6	7	5	2	0
Rádio	0	2	3	5	7	6
TV	12	6	1	0	2	2
Internet	6	6	4	5	2	0

Resultado isolado Cave/Granbery

Ordem de importância	1º	2º	3º	4º	5º	6º
Nº de estudantes que citaram as principais fontes de informação por ordem de importância						
Escola/livros	2	4	8	9	17	5
Família	2	7	16	11	8	1
Jornais/revistas impressos	4	5	9	13	10	3
Rádio	0	1	3	3	4	34
TV	24	13	2	4	1	1
Internet	12	15	7	5	5	1

APÊNDICE E

Transcrição do grupo focal

Os nomes dos sete participantes foram substituídos pelas letras A, B, C, D, E, F e G.

PARTE 1: DISCUSSÃO GERAL

Mediadora: Quais os problemas que mais preocupam vocês na nossa sociedade?

A: Corrupção. A todo momento, a corrupção aumenta na Câmara.

B: Transporte, de modo geral. Em Juiz de Fora, acho que o preço da passagem não corresponde à qualidade do transporte.

C: Acho que a hipocrisia das pessoas. As pessoas ficam falando para fazermos as coisas que elas mesmas não fazem. Como para salvar o meio ambiente. Por exemplo, o lixo. Todo mundo defende que se faça a coleta seletiva, mas ninguém faz a sua parte.

B: Concordo. Meu tio, por exemplo, faz a coleta seletiva, sempre coloca o lixo na frente da casa dele separado. Aí o caminhão passa e recolhe tudo junto. Ninguém faz.

Mediadora: Então outro problema para você é a falta de uma política de meio ambiente?

B: A falta de uma política e de não se cumprir na prática o que dizem.

D: A desigualdade. O país está melhorando, mas ainda tem muita desigualdade, muita diferença entre pobres e ricos. Existe racismo também. Ficar falando de racismo toda hora é meio chato, mas apesar das políticas do Governo para inserir mais a população que é menos favorecida, acho que ainda falta muito.

E: Para mim o único problema, o problema que vai abranger isso tudo é a educação. Enquanto não se pensar que a educação é a prioridade, que é a base da nação, ninguém resolve a desigualdade, o problema do lixo, da corrupção. Porque não vai resolver a corrupção prendendo todo mundo. E a população brasileira é malandra, esperta. Você tem que ter educação para o cara saber que na hora que ele for votar, ele tem que olhar o político e saber. Não pode vender o voto dele. Para mim, a educação é a base de tudo. Você só resolve com a educação.

F: Para mim outro problema é a saúde. Quem não tem plano de saúde, quem precisa, sofre aqui. Está horrível.

Mediadora: Aqui em Juiz de Fora ou no Brasil?

F: Em Juiz de Fora. Teve uma época que eu estava ruim (de saúde). Meu pai perdeu o trabalho e a gente perdeu o plano de saúde. Peguei dengue. Aí eu tive que ir para o hospital público. É um descaso... Você vê gente, muito pior que você, chorando, e ninguém atende nada. Eu tive que fazer um plano para poder me tratar.

G: Acho que o grande problema é a apatia do povo. Por exemplo, na questão do transporte, a Prefeitura aumentou a passagem, e nenhuma alma foi reclamar. Ninguém se juntou para fazer nada. Na saúde, o Governo do estado faz um enorme Palácio da Saúde que não atende ninguém, enquanto todos os hospitais ficam lotados. Então para quê fazer um Palácio da Saúde tão grande, só para os secretários ficarem lá? Na faculdade há uma certa organização, mas está muito distante da realidade do povo que não tem ligação com a universidade. Existe muita distância entre faculdade e escola secundária. A Prefeitura manda e desmanda e...

Mediadora: Isso desestimula vocês a participarem?

G: Acho que sim. Se houvesse um grêmio na escola, as pessoas que já tivessem um lado político iriam participar. A universidade poderia ajudar os secundaristas, por exemplo, a organizarem os grêmios.

C: As escolas não estimulam isso. Não tem uma aula de ética. Tem gente que chega ao terceiro ano (do ensino médio), à faculdade, e não sabe nada de política. Naquele questionário aplicado, foi perguntado quantos candidatos (à presidência o Brasil) teve e a maioria só lembrou três. Não tem aula de política nas escolas secundaristas.

G: É. Mas o que adianta ter aula de política, filosofia, sociologia... se não for para debater? Fazer trabalho só não adianta. Tem mais uma matéria, mas não leva ao debate, às reflexões.

Mediadora: Aí volta novamente no problema da educação. Mas e a política, é um assunto que interessa a vocês? Gostam de discutir política? Achrom importante?

C: Sim.

Mediadora: Por quê?

C: Porque a política é o que faz esse país funcionar. O que move a educação é a política, a saúde, tudo.

D: Política não é só deputado. É quando você conversa com alguém, discute um tema. O ser humano é um ser político.

Mediadora: No questionário aplicado, muitos de vocês disseram que integram algum grupo ou associação, mas não se consideraram participativos politicamente. Por quê? Para vocês, o que é política e o que é participação?

C: Cai na questão do grêmio. Falta estímulo para participar.

Mediadora: Você participa de algum grupo ou atividade?

C: Bom... Primeiro, muito pouca gente realmente está a fim de formar algum grupo, nem que seja para ir assistir uma reunião na Câmara, que é aberta.

B: É. Ninguém faz nada.

Mediadora: E você, A, participa de algum grupo, seja na associação de bairro, na igreja?

A: Eu tinha um grupo na escola, mas bem distante da política. Todo mundo tinha quase a mesma opinião, já tinha uma ideia, então a participação política propriamente não existia.

Mediadora: Então você acha que essa não seria uma forma de participar politicamente?

A: Seria, mas se tivessem pelo menos duas ou mais opiniões diferentes. Aí, sim, teria debate. Mas como todo mundo tinha basicamente a mesma opinião. Mesmo sendo político, não teria tanto...

Mediadora: E para você, F, o que seria política e participação?

F: Acho que a política é tudo que a gente faz no dia a dia. A convivência a gente sabe que é política. E a participação em grupos, surge a política no meio, a opinião. Mas os jovens estão muito desmotivados. Pensam assim: 'Ah, não tem outro mesmo, então não vou votar em ninguém.' Ou então: 'Vou anular meu voto, porque essa é a melhor coisa que eu faço.' A gente tem que votar mesmo. Mas aí cai naquela questão. Olhar mais quem é a pessoa, a vida social, do que a proposta política. Ele pensa: 'essa pessoa teve um caso com não sei quem, então não vou votar nela não'. No meu ponto de vista, eles não olham a proposta política, só estão olhando a vida pessoal do candidato.

G: A política é como a gente lida com as pessoas e como a gente lida com o mundo. Participar de partido político, de campanha, PET... E eu também acho que as pessoas, como foi no caso da Margarida (Salomão – candidata do PT à Prefeitura de Juiz de Fora em 2008), por exemplo, o pessoal levou em consideração, o outro candidato jogou com isso, questões pessoais. Se tivesse uma organização maior acho que mais jovens participariam da política.

E: Política é tudo. Dia a dia, convívio. A participação do jovem é mínima. Parece que está tudo parado, principalmente aqui em Juiz de Fora. Está deserto. Ninguém faz nada. Este ano tem eleições, vamos ver o que vai ser.

B: A Margarida.... Eu penso que o voto não deveria ser obrigatório. A partir do momento que o voto é obrigatório, que a massa é influenciada pela televisão, por coisa que não é séria, pela novela. A massa vota em um candidato que não tem nada a ver com a política. Igual a Margarida, o pessoal ouviu: 'a Margarida é isso', aí a massa ficou influenciada e não vota nela.

C: Se o voto não fosse obrigatório, ninguém ia votar...

F: É, ninguém votaria.

E: Eu sou a favor do voto obrigatório. Se o voto não fosse obrigatório, a pessoa que não gosta de política seria dominada por quem gosta.

B: Depende. Aí é que está. A pessoa que gosta de política com o tempo aprende.

E: A elite dominou no século XIX, na primeira metade do século XX inteira, dominou o Brasil quando o voto não era obrigatório. Quem domina até hoje é a elite, imagina se o voto fosse livre...

B: Por isso é que eu defendo que seja facultativo.

D: Tem que mudar a cultura. Mudaria o as pessoas aprenderam desde criança. ‘Nossa, votar é importante’. Agora, se fosse facultativo, ninguém iria votar.

B: Se fosse para votar, seria o pessoal que entende de política. Ou seja, poderia haver políticos melhores.

Alguns falam juntos: Mas e se as outras pessoas quiserem votar?

B: Esses poderiam votar.

E: Não é que não querem. Pega o Sertão do Nordeste. O cara não teve educação desde cedo... Mas coloca o cara para votar... Se ele tiver que escolher...

B: Então, você acha que esse cara deveria votar?

E: Acho que deveria. Tudo depende da educação. Ele deveria receber educação.

B: Mas...

PARTE 2: MÍDIA E POLÍTICA

Mediadora: A discussão está interessante e vocês ressaltaram outras questões. Vamos voltar só um pouquinho para o foco. 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?

Exceto G e E, todos gesticulam que sim com a cabeça.

A: Jogo rápido...

E: Assisto, mas prefiro a Bandeirantes ou a internet.

G: Eu não.

Mediadora: Assiste a outro telejornal?

G: Assisti o da Bandeirantes. O JN, se o político tem algum projeto, ele não passa. O que é do interesse da Globo, eles divulgam, o que não é, não divulgam.

Mediadora: Mas para saber isso você assistiu em algum momento...

G: Assisti. Tipo... Ao falar de política, de projetos, o Jornal Nacional sempre trata só de discussões, só problemas.

Mediadora: Durante a campanha você chegou a assistir algum dia?

G: Vi o jornal nos dias dos debates. Achei o tempo insuficiente, as perguntas foram tendenciosas. Faltou debate de projeto e ficou mais na... política. Tal candidato apoiado por tal pessoa. Focaram nos problemas dos governos anteriores. Acho que tinha que focar mais nos projetos, para a pessoa poder falar mais.

Mediadora: E você, F, assistiu durante a campanha?

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.

Mediadora: Vocês costumam fazer comparação entre a cobertura dos noticiários, entre televisão, jornal impresso?

Os participantes gesticulam que sim.

C: Lá em casa, a gente assiste a uns quatro jornais. Começa 18h, 19h, 20h... Na minha opinião, o Jornal da Band é um dos melhores. Band mostra mais a notícia crua. Mas não tem como ser imparcial.

Mediadora: Então agora vamos exibir algumas matérias sobre temas que marcaram esse processo eleitoral e foram veiculadas no Jornal Nacional. Peço para que prestem atenção, para que depois possam comentar e fazer observações tanto sobre os assuntos como sobre a cobertura.

Exibição de três reportagens

Mediadora: Vocês se lembravam de algumas dessas discussões apresentadas nas reportagens do período eleitoral?

F: Lembro que esses temas foram bem recorrentes. Lembro mais daquele, proibindo a expressão... Das campanhas, na época estavam censurando muito os programas da Globo, o Casseta e Planeta. Os programas que estavam brincando com os políticos. Eu acho que não tem que censurar não. Mas as matérias mostraram muito a opinião só de dois candidatos. E isso não é muito correto né!? Tem que mostrar a de todos.

Mediadora: E você se lembra de outras temáticas que tenham sido abordadas na campanha?

F: Não... não me lembro de outras temáticas. Do que lembrei agora é porque vi a notícia de novo.

Mediadora: D. Você se lembrou dessas e de outras temáticas? Veio a sua memória esse processo eleitoral?

D: Eu me lembro pouco do debate da liberdade de expressão. Lembro mais do último (assunto) falando da corrupção. Para mim, a cobertura é sensacionalista. Mostra o que acha que deve. Não lembro mais de nenhum outro tema, porque esse último aí ficou mais é... O pessoal ficou sabendo mais porque era corrupção. Era a Dilma. Porque ela também era ministra da Casa Civil. E só foi tendo mais corrupção depois disso. Tanto que agora outros ministros foram caindo, um depois do outro. Mas isso ainda não afeta a popularidade dela (Dilma). O pessoal é bem a favor dela.

C: O que eu lembrei mais foi a questão da corrupção mesmo, e do caso da Erenice Guerra. As propostas..., acho que foram muito confusas. Parecia que ninguém tinha muita proposta definida: 'Vou fazer isso, isso e isso'. Parecia que mudavam o discurso de acordo com a pesquisa, mas sem se aprofundar em nada. A única que tinha um programa mais específico era a Marina Silva, que focava a educação e o meio ambiente.

Mediadora: Acha que faltou ao jornalismo focar as propostas?

C: Acho. As propostas ficaram muito no superficial. Só focaram as propostas que todo candidato faz. Falaram em melhorar a saúde, a educação, e salvar a economia. Mas falar os métodos, os projetos que tinham para isso, nenhum focou muito.

Mediadora: A.

A: Focou sempre nos dois candidatos (Dilma e Serra). Aos outros, não deram importância. A TV já tinha predefinido quem iria para o segundo turno. Lembrei do caso do Israel Guerra, das denúncias. Não vi os debates, mas o que eles mostraram na TV depois.

Mediadora: E você, E, se lembra de mais alguma proposta?

E: Vi temas mais midiáticos que políticos. Como em relação ao aborto. Não sei se começou com o Serra ou a Dilma... Houve uma discussão desnecessária sobre o assunto, parece que para tirar o foco de outras coisas. Lembro até de uma comparação entre a capa da Veja com a da Isto é. A mesma capa. Mas a Veja criticando a Dilma e a Isto é criticando o Serra em relação ao aborto.

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.

C: É, teve o caso da bolinha, da fita crepe. Tamparam alguma coisa sobre o Serra...

Risos

C: Foi muito falado.

Exibição de mais duas matérias do JN, uma que focou as pesquisas de intenção de voto e outra, de agenda, enfocando a questão do aborto.

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.

E: A única coisa foi deixar de lado os outros candidatos. Focando nos três principais.

Mediadora: O que em geral vocês acham que as notícias de agenda conseguem demonstrar?

C: O que é notícia de agenda?

Mediadora: Quando fala a agenda dos candidatos naquele dia. Aquelas notícias que focam o que cada candidato fez, do que participou, o que falou em um dia de campanha...

C: Acho que focaram mais em dois ou três candidatos. Trataram o resto um pouco assim: ‘já perderam’, e focaram mais os outros.

F: De certa forma, a proposta verdadeira do candidato não é mostrada. Os candidatos falam o que a população de determinada região que eles visitam quer escutar. Eles não mostram aquele plano mesmo, que quando você vai na internet você puxa, que é outra coisa, muito diferente do que eles falam. Por isso eu acho que a Marina não conseguiu subir mais, porque não mostraram as propostas dela. Mostraram pedaços, não deixaram ela falar, e os outros candidatos sempre falavam as mesmas coisas. Acho que a popularidade influenciou. Acho que no caso da Dilma influenciou o fato de ela ser a candidata mais forte, do Lula. Acho que a proposta é o que menos valeu nessa eleição, ninguém pegou para ler mesmo.

E: Eu concordo em alguns aspectos. Eu penso que a agenda é algo muito superficial. Deveria não só mostrar a notícia, mas fazer uma reportagem e mostrar mesmo a campanha.

D: É... A Dilma na CNBB só mostrou que ela queria o apoio da religião. E a religião é formadora de opinião. Mostrou ela conversando com padre, com bispo, que são formadores de opinião. Você vê que... É uma coisa que eu sou contra. Bispo, padre... não tinham que se candidatar a nada, porque eles formam opiniões. Eles estão lá, numa reunião, conversando com fiéis, você tem igreja para tudo quanto é lado, e eles estão lá pedindo voto. Não tinha que ter nada disso. Essa discussão de Dilma e Serra sobre aborto não tinha nada a ver com o aborto, tinha a ver com briga por religião. Queriam o apoio da religião.

G: Mas o problema que levou ela a buscar o apoio dos padres é porque teve um boato na internet de que a Dilma e o PT eram contra a família. Daí ela buscou o apoio da religião para refutar essas coisas que estavam rolando na internet.

D: Religião não tem nada a ver com política. Religião é só sua. É a mesma coisa que opinião. Eu não vou discutir religião com você, falando o que eu acredito e o que você acredita. Isso não interessa. Por isso eu acho que religião e política juntas não funcionam.

G: A religião é usada como um meio de afastar um candidato, polemizar.

C: É. E a questão do aborto não levou a nada. O aborto é uma questão social, mas não é tão pertinente em uma campanha. Tem educação, tem saúde, tem transporte. Por que você falar só da liberação do aborto? Não deve ser a discussão principal.

Vários concordam.

E: É mesmo. Não mudou nada. Até agora não mexeram em nada.

Mediadora: Está ótimo. Gente, agora vamos para uma terceira parte. Já passou o processo eleitoral, a Dilma venceu as eleições, e vamos assistir mais um trequinho do primeiro Jornal Nacional, na segunda-feira, depois da vitória da Dilma.

Exibição da escalada do JN e da primeira matéria do telejornal em 1º de novembro de 2010.

PARTE 3

Mediadora: O que notaram neste trecho exibido? Querem fazer algum comentário sobre essa primeira matéria ou sobre a escalada do telejornal?

D: Do jeito que o Bonner falou, parecia que ele estava apoiando a Dilma. Estava feliz.

E: A Globo sempre está do lado de quem ganha.

D: Ele não estava sério. Parecia que estava feliz, apoiando.

G: É. Depois que acabou a campanha...

D: Não falaram da proposta, mas ressaltaram o fato de ser mulher...

C: Focaram mais na mulher que na proposta.

Mediadora: A.

A: Foi aí que falaram em proposta. Falaram da erradicação da miséria e... Falaram abertamente em uma proposta.

G: Depois que a campanha terminou, buscaram o apoio dela. Mas mostrar o avião do JN no Ar eu achei totalmente desnecessário.

Todos riem.

Mediadora: F.

F: Mostrou que o Jornal Nacional apoiou e estava do lado dela. Foi o que deu para ver.

Mediadora: Vocês notaram alguma diferença entre essa matéria do dia seguinte às eleições e as matérias em geral que a gente mostrou? Vocês disseram que eles pareciam estar alegres nessa última...

Alguns falam ao mesmo tempo.

F: Esta deu para confirmar o que estávamos suspeitando, que a Globo estava tentando manipular e queria que a Dilma fosse eleita. Esta matéria confirmou que eles gostaram do resultado, que era o que eles estavam esperando.

G: Eu acho que não. No debate, foram muito antipáticos com ela. Dificultaram. Perguntaram não sobre propostas, mas sobre o caso do ministério. Depois que ela ganhou, buscaram o apoio corporativo dela.

Alguns falam ao mesmo tempo.

Mediadora: Então vocês notaram uma postura diferente?

C: É. A Globo apoiava muito mais o Serra, mas, agora, que ela ganhou, adotaram uma postura assim: ‘Vamos esperar para ver. Não vamos sair criticando.’

Mediadora: E vocês acham que os jovens em geral assistem ao Jornal Nacional e buscam informação política?

C: Acho que assistem para saber mais as notícias. De acidentes, crime...

B: Notícia em geral...

C: É o mais assistido. Muita gente assiste só ele (ao Jornal Nacional). Tem gente que assiste a vários, para ter mais opiniões. Mas a maioria é Jornal Nacional

G: Hoje em dia a internet também tem influência muito grande. Você pode ver praticamente todos os jornais, inclusive internacionais, pela internet.

Mediadora: Então agora eu vou passar um último vídeo para vocês. São as duas entrevistas da Dilma no estúdio do JN. Uma de agosto e a outra do primeiro dia depois que ela foi eleita. Separei os trechos por assunto. Coloquei um trecho da mais recente e outro da última entrevista sobre cada assunto para vocês assistirem.

Após mostrar o primeiro trecho

Mediadora: Depois de ver esse trecho das edições do JN com as duas entrevistas de Dilma, que observações vocês gostariam de fazer?

A: O Bonner até acomodou a cadeira para ela, naquela cordialidade toda. Na primeira (entrevista), ela chegou e já começou o debate.

C: Ele falou: ‘É uma honra tê-la aqui, é uma deferência.’ Alguma coisa assim que ele falou. E na primeira ele falou: “A senhora não tem experiência nenhuma. A senhora se considera preparada?”. O tratamento foi completamente diferente.

G: A primeira começa com uma crítica.

F: É. Começa criticando o Lula por ter indicado ela. Mesmo sendo uma forma de falar de propostas, é estranho falar de cara assim. Na segunda entrevista, eles já falam: 'o que você achou da indicação do Lula...' A pergunta foi diferente nos dois contextos.

G: Mas acho que houve desconhecimento. Porque antes de o Lula definir o nome dela, a base votava que queria ela presidente. A base decidiu. Não foi uma coisa como o Lula decidiu e acabou.

Mediadora: D.

D - Dá para notar a diferença.

Os demais balançam a cabeça concordando.

Mediadora: Então vou colocar mais um trecho.

Após mostrar o segundo trecho

Mediadora: E aí, o que vocês acharam?

C: Na segunda entrevista você vê o elogio, na outra, a crítica.

A: No primeiro também eles não deixaram muito ela falar. Estavam sempre tentando atrapalhar que ela falasse alguma coisa. No segundo, deixaram ela mais à vontade.

E: Eles mesmos se contradizem.

B: Criticaram também o PT. Primeiro falaram da economia, depois do desenvolvimento... e não deixaram ela falar.

G: Interrompiam ela toda hora. Não precisava interromper assim.

B: É. Eles tinham 14 minutos.

Vários falam ao mesmo tempo.

D: Primeiro mostra que ela maltrata os outros. Depois, o temperamento duro dela. Ela cobra muito...

F: Concordo.

Mediadora: Saindo um pouco do tema do Jornal Nacional, mas continuando a nossa discussão, por que acham que as pessoas, em geral, costumam falar da política de forma negativa?

F: Sempre tem corrupção, o ano inteiro. Mas mostram mais no período de campanha. A própria televisão desmotiva a gente. Só mostra tudo de errado. Ou tentam dizer o que a gente deve fazer, como na época do Collor. 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.

G: Há uma generalização. Pega um exemplo e mostra. Não mostra o poder transformador da política, o movimento social, as políticas públicas...

C: O povo fica mais admirado quando tem um político honesto e que faz o trabalho dele, do que quando aparece um corrupto. Quando aparece um político honesto, é visto como herói.

D: Nem passa político honesto.

E: A população está desmotivada. Há uma desmobilização. Acontece um monte de coisas, mas os jornais caem em cima da corrupção, desmotivando ainda mais as pessoas. Por isso, está no nível que está hoje.

C: É. Acho até que foi na MTV, não lembro o ano, que teve uma propaganda que falava: "Eleição é só cachorro xingando cachorro. Então vote nulo."

A: A mídia desmotiva o jovem. Além de mostrarem isso, mostram fulano desviou tanto, fulano saiu com tanto na cueca. Então vai desmotivando mais ainda.

Mediadora: Mas vocês acham que os atos de corrupção devem ou não ser mostrados?

C: Devem ser mostrados esses casos, mas não como uma coisa corriqueira. Não como se fosse normal.

G: Tem que mostrar corrupção, mas também projetos. Tem que ser divulgado o outro lado.

F: É. Para se comparar. Tem que mostrar o passado político, mas também o que fez de bom para a sociedade. E isso não mostra. Todo mundo só mostra a coisa ruim.

C: Tinha que ter uma emissora independente, para mostrar os projetos de todos os partidos. Para mostrar esse partido fez isso de bom, aquele fez isso. Mas é difícil, porque tem que ter anunciantes.

Mediadora: Vocês acham que a sociedade e, em especial os jovens, tem poder de discernimento de crítica perante aquilo que assistem?

D: Acho que não. A gente é muito manipulado. Eu me sinto manipulada. A opinião...

Mediadora (*direcionando a pergunta aos demais*): Vocês se sentem manipulados?

C: É. Tenho até medo de assistir qualquer jornal...

B: Concordo...

E reage discordando e diz que não se acha manipulado.

Mediadora: E, e você? Acha que tentam, mas que no seu caso não conseguem, é isso?

E: É estranho falar. Igual a Globo, começou uma série política, totalmente de direita, mostrando um presidente totalmente de direita. É uma forma de manipulação...

Mediadora: Você fala do Brado Retumbante?

E: É. Aquele personagem é um cara muito semelhante ao Aécio Neves. Você tem que olhar, diferenciar, o que pode ter... Ver o que está se passando e coisas que você pode tirar dali.

G: O jovem tem capacidade de discernir. Só falta vontade. Às vezes tem tantas outras atividades que ele está em contato, que acaba ficando de lado esta participação na vida pública.

Mediadora: No questionário aplicado, a televisão foi considerada pela maioria de vocês como a principal forma de acesso à informação política. A internet ocupou a segunda posição. Por que vocês acham que TV ainda é prioritária para vocês jovens nesta faixa etária?

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.

F: Do que te interessa...

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.

Mediadora: Está ótimo. Vocês acham que o jornalismo em geral, e também o Jornal Nacional, contribuem para que as pessoas pensem de forma negativa sobre política e a entendam como algo meramente eleitoral?

G: Contribui. Até pela quantidade de gente que assiste. A televisão todo mundo assiste. E vai massificando na cabeça, fixando.

Mediadora: E de que forma que as pessoas poderiam enxergar a política de maneira mais positiva e ampla?

D: A partir do momento que você se torna atuante. Quando você vê que você pode fazer a diferença, tudo muda. A partir do momento que você faz parte de uma associação de

moradores, que pode fazer diferente para a sua comunidade, que você pode fazer que a autoridade olhe para ela, isso faz a política diferente. Você começa a achar que a política é uma forma bem diferente de olhar a sociedade.

Mediadora: Você acha que depende de cada um?

D: É... Acho que todo mundo tem oportunidade de se sentir atuante. Mas acho que tem que ter mais formas de você se inserir na política. Lá na escola não tem grêmios, não tem nada. Se tivesse uma tentativa dos professores e dos alunos, a gente teria mais contato com a política, entendeu? Você não ia ficar pensando que é só corrupção. Não é só corrupção... É você fazer diferente, discutir ideias... Entendeu? É criar propostas, ter discussão, não só impor. Falar de democracia é isso. Não pode ter um diretor que vai falar: 'É isso e acabou'. Ninguém vai discutir nada. Se tivesse mais associações de moradores, mais grêmios, se cada vez mais jovens procurassem os partidos, para ver o que discutem, quais são as propostas, acho que ficaria diferente.

G: Tem projetos em que as pessoas discutem várias propostas. Vão lá, debatem, formulam, sei lá..., tipo um documento para discutir projetos. Acho que tinha que ter em vários âmbitos. Na educação, saúde. Tem muita gente com ideia boa, que não participa de política, mas poderia participar.

C: Acho que as pessoas têm uma ideia muito assim: O político se elegeu representando você, e você não tem direito de reclamar. Você não é atuante, não é candidato, não pode fazer nada. Só que na verdade, você que manda no político. Você o elegeu para te representar. Então, se você for atuante você pode mudar, você pode lutar. A política é o instrumento. Não são eles que mandam, e a gente obedece.

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, porque...

Mediadora: E de que forma os meios de comunicação e o jornalismo poderiam contribuir para ampliar essa visão sobre a política?

G: Seria preciso que escutassem mais, promovessem debate para a sua programação. Mudar até a relação mídia e sociedade. Acho que é tudo imposto. Já tem um império, tem poder financeiro. Fica tudo como está, inclusive na política.

Mediadora: E você, F? Tem alguma observação.

F: Realmente. Ela falou do interesse financeiro. Quem está te patrocinando, você tende a levar o lado dele, a opinião mais dele. Teria que ser mais imparcial mesmo. Tentar colocar mais opiniões e os dois lados da política.

D: Acho que tem que ter isso, até mesmo para escolher. Tem que ouvir os dois lados. Você não pode tomar uma decisão ouvindo um lado só. Teria que colocar um lado falando, outras pessoas discutindo, outras opiniões diferentes... Acho que isso iria contribuir. Por isso eu acho que a televisão também não pode só colocar uma opinião, entende? Muita gente vê televisão e

aquilo vai levá-la a votar. Não é falar que o brasileiro não sabe votar, que ele é burro, porque não é. Ele é influenciado.

G: Muita revista, jornal, tem matéria paga. Cadê o respeito ao leitor? Tem interesse por trás.

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.

Mediadora: Por que vocês acham que isso ocorre?

Alguns falam ao mesmo tempo.

Mediadora: Então, outra pergunta. O Jornal Nacional fala para o jovem? Vocês se sentem inseridos, interessados? Acham que fazem parte desse público?

C: Pelo contrário. Acho que as matérias são mais para distanciar do que para aproximar do jovem.

A: Muitas vezes eles só dão maior destaque para a política em momento de eleição. Às vezes eles falam assim: 'Fulano acabou de fazer isso' e já mudam de assunto completamente. Falam e mudam.

C: 'Fulano desviou não sei quanto, mas olha o resultado do Brasileirão quanto foi.'

Os demais riem.

Mediadora: Gente, mais algum comentário? Há algo a mais que vocês gostariam de falar e não puderam?

Ninguém responde.

Mediadora: Vocês consideram importante essa discussão?

B: Acho. Porque quando mostram o jovem, acho que afasta muito. Quando mostra os jovens no Jornal Nacional, por exemplo, em atitude de greve. Só mostra baderna do jovem, mas não mostra o jovem com o objetivo de alguma coisa.

F e B começam a falar juntos.

F: Veem o jovem como delinquente, só sabe beber e bater com o carro. Só dá baderna. Acho que jovem não quer se ver assim na televisão. O Jornal Nacional parece que é para quem é mais velho. O jornal que passa meio-dia na Globo já é mais...

C: Jornal Hoje.

F: Jornal Hoje. É mais para o jovem, até porque o jovem costuma estar em casa nesse horário.

C: É triste o Jornal Hoje...

F: Mas quase todo mundo assiste.

C: O Evaristo disse que tem que ser uma coisa mais light... Porque é na hora do almoço...

A: Cuidar de carro, culinária... Já o mundo é em um minuto...

E: E a culinária em uma hora.

G: Culinária...

Vários discordam de F e falam ao mesmo tempo

Mediadora: Voltando... Então que jornal vocês consideram mais sério, mais interessante...?

C: Aquele da meia-noite. O Jornal da Globo. É mais interessante, apesar de ter o William Waack.

E: O jornal das sete (19h) da Band.

A: O jornal do SBT. O do mesmo horário do Jornal da Globo também tem muito ibope.

Mediadora: Mas então por que vocês assistem mais ao Jornal Nacional?

D: Culturalmente é o Jornal Nacional.

Alguns falam ao mesmo tempo.

D: Você deixa a TV ligada e assiste antes da novela.

G: Os pais estão vendo o JN, e você é obrigado a assistir.

A: É a base familiar.

D: Todo mundo assiste Globo. Tem muita gente que só assiste a Globo. Começa no jornal da manhã e vai até o Big Brother. Que eu acho muita palhaçada e invasão de privacidade...

A: Isso não nos leva à nada. Vamos ver outro canal.

C: Estupraram uma menina na casa?

Alguns tentam responder. Dispersão do foco da discussão.

D: Não é assim que a gente vive...

Mediadora: Gostaria de agradecer a vocês. Só o fato de terem vindo até aqui é uma forma de participação política.

APÊNDICE F

Transcrição das matérias veiculadas no JN e exibidas no Grupo Focal:

1. Dilma e Serra participam do 8º Congresso Brasileiro de Jornais

O candidato do PSDB fez críticas ao governo e ao PT. A candidata petista rebateu as críticas. Os dois defenderam a liberdade de expressão

O 8º Congresso Brasileiro de Jornais reúne mais de 700 profissionais. Um encontro que busca caminhos para importantes desafios, como manter a qualidade de grande parte do conteúdo disponível na internet.

“O jornalismo só se enriquece diante dessa perspectiva. Abre-se ao jornalismo de qualidade, ao jornalismo benfeito, ao jornalismo responsável, uma oportunidade extraordinária de chegar aos consumidores, de chegar aos seus leitores de uma maneira cada vez mais fácil, mais instantânea e mais objetiva. O grande desafio é o da preservação do jornalismo de qualidade, do jornalismo responsável.” [Disse o vice-presidente da Associação Nacional de Jornais (ANJ), Nelson Sirotsky].

A liberdade de expressão é outro tema discutido no congresso. Os palestrantes de hoje citaram exemplos recentes de restrições ao trabalho da imprensa. O Governo de Hugo Chávez foi lembrado durante os debates. Esta semana, jornais da Venezuela foram proibidos pela Justiça de publicar imagens referentes à onda de violência no país. Para a imprensa independente da Venezuela, é uma forma de censura do Governo.

“Infelizmente, há países vizinhos, como Venezuela e Bolívia, que sofrem com a restrição à imprensa, com governos autoritários. Mas nós sabemos que no Brasil nós temos uma situação diferenciada, principalmente porque nós temos uma sociedade muito mais complexa e muito mais atenta em relação à liberdade de expressão.” [fala da presidente da ANJ, Judith Brito]

Os candidatos José Serra e Dilma Roussef participaram desse congresso no Rio e destacaram a importância da liberdade de imprensa.

Os dois candidatos, José Serra, do PSDB, e Dilma Roussef, do PT, estiveram no 8º Congresso Brasileiro de Jornais em momentos diferentes.

José Serra fez críticas ao governo e ao PT. Disse que organizam congressos e conferências com o objetivo de controlar o trabalho da imprensa. O candidato do PSDB defendeu o direito à liberdade de expressão.

“Meu compromisso é com a democracia e não há democracia sem liberdade de imprensa, sem liberdade de expressão e de informação. Eu, na presidência da República, vou respeitar até o fundo da alma essa liberdade de expressão e de informação, porque ela é a garantia da democracia” [fala de Serra].

Mais tarde, Dilma Rousseff também participou do evento. A candidata rebateu as críticas defendendo os encontros promovidos pelo governo para discutir temas que ela considera importantes, como o papel da imprensa. Dilma Rousseff também defendeu a liberdade de expressão.

“Eu prefiro é mais que mil vezes, um milhão de vezes, o som de vozes críticas, de críticas duras, de críticas que muitas vezes, inclusive, possam te ferir, do que o silêncio dos calabouços da ditadura nesse país” [fala de Dilma].

Dilma e Serra foram ao Rio, exclusivamente, para o 8º Congresso Brasileiro de Jornais. Todos os principais candidatos foram convidados para participar do encontro que tem como tema central a liberdade de imprensa na era digital.

O ministro-chefe da Secretaria de Comunicação Social da presidência da República, Franklin Martins, divulgou nota em que rebate as críticas de José Serra, dizendo que, para o governo, a liberdade de imprensa é sagrada.

2. Justiça Eleitoral proíbe divulgação de pesquisas de intenção de voto para governador no Paraná

Coligação que apoia o candidato do PSDB, Beto Richa, conseguiu o impedimento da divulgação das pesquisas Datafolha, Ibope e Vox Populi.

No Paraná, a coligação que apoia o candidato a governador Beto Richa, do PSDB, pediu e conseguiu que a Justiça Eleitoral proibisse a divulgação das últimas pesquisas de intenção de voto no estado.

Na reta final da campanha, os eleitores do Paraná têm menos informações para decidir seus votos. A coligação Novo Paraná conseguiu na justiça a proibição da divulgação de pesquisas de três institutos: Ibope, Datafolha e Vox Populi.

Desde julho, 15 pesquisas com eleitores do Paraná foram divulgadas pelos três maiores institutos do país. Todas mostravam o candidato tucano à frente de Osmar Dias, do PDT. Só que na última pesquisa do Datafolha que teve a publicação autorizada, por exemplo, os dois candidatos apareciam tecnicamente empatados. Pros adversários, foi isso que motivou o pedido de censura.

Beto Richa tem outra explicação. Ele alega falhas nas metodologias utilizadas para barrar a divulgação: “O que está havendo é o seguinte: eu até estava viajando, e nossa equipe jurídica, que tem procuração para defender os interesses da nossa coligação, entendeu que haviam algumas imprecisões, algumas distorções no formulário dos institutos de pesquisa” [fala de Beto Richa].

O Tribunal Regional Eleitoral aceitou o argumento. Embora, em um dos despachos, o juiz auxiliar Luciano Carrasco diga que causou surpresa o pedido não ter sido feito na divulgação das pesquisas anteriores.

A proibição provocou reações: "Lamentamos que a população tenha sido prejudicada, por se ver privada de uma informação política como os outros estados todos" [disse o representante da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa Fernando Ribeiro].

"É um prejuízo grande para a democracia, e um prejuízo grande para o próprio processo eleitoral, para o seu fortalecimento. A transparência é essencial em todos os segmentos da nossa vida" [fala de Ophir Cavalcante, presidente da OAB].

Em nota, a Associação Nacional de Jornais disse que considera medidas judiciais dessa natureza como censura prévia e violação ao princípio da liberdade de expressão assegurada pela Constituição Federal.

3. Empresa de transporte aéreo nega relação com filho de ministra da Casa Civil Israel Guerra havia admitido que foi contratado para ajudar na renovação de uma licença da empresa MTA na Anac. O procurador-geral da República disse que considera graves as denúncias de tráfico de influência que envolvem o filho de Erenice Guerra.

O procurador-geral da República, Roberto Gurgel, disse nesta quarta-feira que considera graves as denúncias de tráfico de influência que envolvem o filho da ministra-chefe da Casa Civil, Erenice Guerra.

Nesta quarta, o advogado da empresa de transportes aéreos MTA, que mantém contratos com os Correios, negou ligação com Israel Guerra.

Na última sexta-feira, o próprio Israel tinha admitido que foi contratado para ajudar na renovação de uma licença da MTA na Agência Nacional de Aviação Civil (Anac).

De manhã, na agenda da ministra-chefe da Casa Civil estava previsto que Erenice Guerra participasse de uma cerimônia pública às 15h. Duas horas depois, outra agenda foi divulgada, com outro compromisso, em vez do evento.

Erenice não aparece publicamente desde que estourou o escândalo em que o filho dela, Israel Guerra, é suspeito de tráfico de influência. Israel trabalhou na renovação da licença de voo da MTA Linhas Aéreas junto à Agência Nacional de Aviação Civil no ano passado. Depois da regularização na Anac, a empresa fechou quatro contratos com os Correios, somando quase R\$ 60 milhões.

A própria ministra já admitiu a interlocutores no governo que seu filho recebeu cerca de R\$ 100 mil pelo serviço feito a Fábio Barakat, que se dizia representante da MTA em Brasília. Mas Erenice diz que não houve nenhuma irregularidade. Tudo teria sido um trabalho de consultoria.

No processo da Anac de renovação da licença, um parecer alerta que não foi possível verificar se a MTA continuava obedecendo ao limite imposto de capital estrangeiro. Segundo o código brasileiro da Aeronáutica, o capital brasileiro tem que ser de pelo menos quatro quintos, ou seja, 80%.

Os três aviões DC-10, usados pela empresa para transportar as cargas dos Correios, são da norte-americana Centurion Cargo, com sede em Miami. O endereço é o mesmo da filial da MTA nos Estados Unidos e que está registrado no processo da Anac.

As equipes também foram aos endereços fornecidos pela MTA à Anac, em várias cidades brasileiras. Não foi localizado nenhum escritório da empresa. Apenas despachantes comerciais que representam várias companhias, inclusive a MTA. Na sede, em Campinas, São Paulo, o porteiro contou que, há duas semanas, todos se mudaram.

Por e-mail, a Anac informou que os sócios são os brasileiros: Jorge Augusto Dale Cradock, com 80%, e Anna Rosa Pepe Blanco Cradock, com 20%.

O casal mora num prédio no Rio de Janeiro. Segundo o advogado da empresa, eles são os únicos responsáveis pela MTA. O advogado também negou que a empresa tenha tido qualquer relação com Israel Guerra ou a família.

“Não tem nenhuma ligação. Nunca trabalhou defendendo os interesses da companhia. Nunca foi contratado pela companhia. A companhia nunca fez nenhum tipo de pagamento a ele por qualquer serviço ou qualquer ligação com ele. Nem com ele, nem com a ministra e nem com ninguém da família” [fala do advogado].

Apesar da declaração do advogado, o próprio Israel Guerra já tinha admitido em e-mail à revista Veja que trabalhou no embasamento jurídico da renovação da licença da MTA para a Anac.

Nesta quarta, o procurador-geral da República, Roberto Gurgel, que vai investigar o caso, disse que considera as denúncias graves.

O presidente da Ordem dos Advogados do Brasil, Ophir Cavalcante, pediu nesta quarta-feira o afastamento imediato da ministra-chefe da Casa Civil.

Para Ophir Cavalcante, as acusações que envolvem Erenice Guerra são gravíssimas e a presença da ministra no governo pode influenciar as investigações internas.

4. Ibope divulga pesquisa com intenções de voto para a presidência da República
Se a eleição fosse nesta quarta-feira (29), Dilma Rousseff, do PT, venceria no primeiro turno.

O Ibope divulgou mais uma pesquisa sobre a corrida presidencial, encomendada pela Confederação Nacional da Indústria. Segundo o instituto de pesquisa, se a eleição fosse nesta quarta-feira, a candidata Dilma Rousseff, do PT, venceria no primeiro turno. A vantagem de Dilma sobre os demais candidatos somados ficou em nove pontos, a mesma diferença da última pesquisa do Ibope, divulgada na sexta-feira passada. A margem de erro é de dois pontos percentuais, para mais ou para menos.

Dilma Rousseff tinha 51%, manteve o índice, foi a 50% e agora manteve os 50%. Com a margem de erro, tem de 48% a 52%.

José Serra, do PSDB, tinha 27%, depois 25%, 28% e agora está com 27%. Com a margem de erro, tem de 25% a 29%.

Marina Silva, do PV, tinha 8%, depois 11%, 12% e agora está com 13%. Com a margem de erro, tem de 11% a 15%.

Os demais candidatos não pontuaram individualmente, mas, somados, alcançaram 1%. Brancos e nulos foram 4%. Indecisos, também 4%.

Considerando apenas os votos válidos, Dilma Rousseff tem 55%, e, por isso, seria eleita presidente no primeiro turno, se a votação fosse agora. Nessa simulação, José Serra tem 29% e Marina Silva, 14% dos votos válidos.

O Ibope simulou um segundo turno entre Dilma Rousseff e José Serra. Dilma tinha 55%, depois 56%, 54%, e agora está com 55%. Com a margem de erro, tem de 53% a 57%.

Serra tinha 33%, depois 31%, 32% e agora manteve os 32%. Com a margem de erro, tem de 30% a 34%.

Brancos e nulos somaram 7% nessa simulação. Indecisos, 5%.

O Ibope ouviu 3.010 eleitores, do dia 25 ao dia 27 de setembro, em 191 municípios.

5. Dilma Rousseff faz campanha contra o aborto

A candidata do PT disse que considera o ato uma violência contra a mulher. Ela afirmou que as mulheres que recorrem ao aborto em condições precárias correm risco de vida e devem ser atendidas.

A candidata à presidência pelo PT, Dilma Rousseff, afirmou, nesta quarta-feira, que é contra o aborto. No fim da manhã, a candidata recebeu a visita de mais de 30 líderes religiosos de igrejas evangélicas e católicas. Durante quase três horas, eles discutiram assuntos como aborto, drogas e a adoção de políticas sociais voltadas para a família.

Depois da reunião, Dilma saiu da casa acompanhada pelos líderes religiosos e falou sobre aborto: “Quando a gente fala em valorização da vida, eu queria deixar claro que eu, pessoalmente sou contra o aborto. Já disse lá no debate da CNBB, porque acho o aborto uma violência contra a mulher. Não acredito que haja uma mulher que não considere o aborto uma violência contra ela” [disse a candidata].

Dilma disse ainda que as mulheres que recorrem ao aborto em condições precárias devem ser atendidas, pois correm risco de vida.