



A representação juvenil em meios massivos – um estudo de veículos identificados como grande imprensa em Juiz de Fora¹

Cláudia Regina Lahni²

Fernanda Coelho³

Maria Fernanda de França Pereira⁴

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

Resumo: Este artigo tem por objetivo fazer uma reflexão sobre a presença e a representação juvenil nos principais veículos de comunicação de massa de Juiz de Fora. Para isso escolhemos quatro mídias diferentes: o portal Acessa.com, o telejornal MGTV, o jornal impresso Tribuna de Minas e o programa jornalístico da Rádio Solar. A cada semana foi coletado material de um veículo e através de uma análise de conteúdo é apontada de que forma os jovens são apresentados à sociedade ou como são excluídos dos espaços midiáticos.

Palavras-chaves: jornalismo, cidadania, identidade, juventude e jornalismo local.

Objetiva-se, neste artigo, apresentar uma reflexão sobre a presença e a representação juvenil em meios de comunicação de massa de Juiz de Fora. Foram definidos, para isso, quatro diferentes veículos, identificados como principais: o portal Acessa.com, o telejornal MGTV, o jornal impresso Tribuna de Minas e o programa jornalístico da Rádio Solar. A cada semana foi coletado material de um veículo e através de uma análise de conteúdo é apontado de que forma os jovens são apresentados à sociedade ou como são excluídos dos espaços midiáticos.

Cidadania e identidade são entendidas aqui principalmente enquanto exercício dos direitos, defesa de sua manutenção e ampliação. Para Maria de Lourdes Manzini-Covre (2001, p.11), “cidadania é o próprio direito à vida no sentido pleno”. Entretanto, “trata-se de um direito que precisa ser construído coletivamente, não só em termos do atendimento às necessidades básicas, mas de acesso a todos os níveis de existência” (Manzini-Covre, 2001, p.11), incluindo o que, para ela, é o mais abrangente, o papel das pessoas no universo. Embora direitos fundamentais ainda estejam longe de grande parte da população brasileira, outros estão surgindo, sendo reivindicados e oficializados por

¹ Trabalho apresentado ao NP Comunicação, Espaço e Cidadania do XIV Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste.

² Jornalista formada pela PUC-Campinas, mestra e doutora em Comunicação pela ECA-USP, professora da graduação e do mestrado da Facom-UFJF. crlahni@yahoo.com.br.

³ Mestranda do PPGCOM/UFJF. Bolsista FAPEMIG. fernandahauck@yahoo.com.br

⁴ Mestranda do PPGCOM/UFJF. fernandinha_fp@yahoo.com.br



lei. Afinal, os direitos do cidadão estão relacionados ao momento histórico, à organização da sociedade e ao desenvolvimento tecno-científico e cultural.

Também concordamos com a avaliação de Stuart Hall e Denise Cogo, que apontam a importância da comunicação para a identidade de grupos diversos. Hall (2002:71) argumenta que “a identidade está profundamente envolvida no processo de representação”. Ora, os meios de comunicação de massa assumem um papel de destaque, na sociedade atual, podendo reconfigurar identidades a partir das representações que delas fazem, além de se constituírem em espaços para a discussão de temas necessários. Atentos a essa importância, movimentos sociais articulam suas estratégias e políticas de visibilidade identitária, em âmbito local, nacional ou mesmo transnacional, como aponta Cogo (2004).

A pesquisa na internet, impresso, televisão e rádio foi feita durante o período de 11 de fevereiro a 5 de março de 2008⁵.

Jornalismo digital e portal

Com o advento da internet, assim como ocorreu com o surgimento de outras tecnologias, criam-se novas relações e novos paradigmas comunicacionais. Dentro do ciberespaço, se desenvolveu, peculiarmente, um modo de fazer jornalismo:

O jornalismo digital é todo produto discursivo que constrói a realidade por meio de uma singularidade dos eventos, tendo como suporte de circulação as redes telemáticas ou qualquer tipo de tecnologia por onde se transmitam sinais numéricos e que comporte a interação com os usuários ao longo do processo produtivo. (GONÇALVES apud PINHO, 2003, p.58)

Dentro do jornalismo digital temos vários formatos, como os portais, que surgiram entre 1997 e servem como “porta de entrada” (FERRARI, 2004, p.17) para a WWW (World Wide Web). E, além de ter como produto principal informações jornalísticas, oferecem ferramentas de busca, comunidades, comércio eletrônico, e-mail gratuito, entretenimento e esportes, previsão do tempo, chat, discos virtuais, home pages pessoais, mapas, páginas amarelas e outros. Para Pinho (2003, p.122), o conceito de portal é usado para:

Designar os sites de busca que, além dos diretórios de pesquisa, começaram a oferecer serviços de e-mail gratuito, bate-papo em

⁵ Isso foi depois do carnaval e, portanto, com as aulas do ensino médio em atividade. Também já tinha passado o vestibular. As aulas da Universidade Federal começaram em 3 de março, o que entendemos não prejudicar nossa análise.



tempo real e serviços noticiosos. Hoje os portais são entendidos como todo e qualquer site que sirva para a entrada dos usuários na World Wide Web, a primeira parada a partir da qual os internautas decidem os passos seguintes na rede mundial.

A seguir conheceremos nosso objeto de estudo, o portal Acessa.com, sobre o qual fizemos uma análise de conteúdo do jornalismo feito pelo site, focando principalmente na representação dos jovens e assuntos relacionados à juventude.

O portal Acessa.com disponibiliza 22 cadernos (na verdade o portal chama esses cadernos de canais), que são Agenda, Astral, Casa & Etc, Cidade, Colaboradores, Coluna Social, Direito & Justiça, Direitos Humanos, Economia, Educação, Esporte, Infantil, Mulher, Negócios, Nossa Gente, Política, Só Sabor, Tecnologias, Turismo, Vestibular, Vida Saudável, e Xiis. O portal também apresenta seções especiais que variam de acordo com a época do ano, como a análise foi feita em fevereiro e março seguem os seguintes especiais: Circuitos de Minas, Frutas, Meio Ambiente, Miss JF, Páscoa e Zona Pink. E são oferecidos alguns serviços como Aniversariantes, Boletim, Cartões, Catálogo Empregos, Enquetes, Instituições, Mão na Massa, Mapas, Seu Evento, Sua Empresa, Sua Notícia, Sua Receita, Vaga em República e Voip.

Análise de Conteúdo do portal Acessa.com

O foco da análise de conteúdo é a representação juvenil no portal, no período entre 11 e 15 de fevereiro de 2008. Dentre os 22 cadernos da Acessa.com, apenas um é dirigido especificamente para os jovens. O caderno Xiss se restringe à cobertura de festas e shows e a entrevistas com músicos amadores e famosos. Podemos concluir que essa seção para jovens apresenta duas problemáticas. A primeira seria o conteúdo, que está esvaziado de cidadania e não gera nenhum questionamento social, reduzindo os jovens a “baladeiros”. E a outra questão é a não representação dos jovens de baixa-renda, pois os eventos divulgados se limitam aos que as classes média e alta frequentam.

Durante o período de análise foram coletadas 40 matérias do site, sendo que cinco se dirigiam direta ou indiretamente aos jovens. Como na época houve a segunda etapa do vestibular na Universidade Federal de Juiz de Fora, tivemos duas publicações com o tema; “Vestibular é um concurso cuja meta é eliminar” (11/02) e “Resultado do vestibular será divulgado nesta segunda-feira” (15/02), ambas as matérias são do caderno Educação.



Outra matéria dessa mesma seção divulga a abertura de inscrição para cursinho vestibular gratuito, vale ressaltar a importância dessa matéria, já que se destina aos jovens de baixa-renda, que não têm condições de pagar seus estudos. Porém a matéria é do dia 24 de janeiro e foi recolocada na página principal porque era a última semana para as inscrições. Nenhuma dessas matérias do caderno Educação teve como fonte os jovens, a voz é dada somente às fontes especializadas.

No dia 13 de fevereiro, foi publicada no caderno de Tecnologias a matéria “Jogos violentos no computador”, porém a abordagem defendia a prática desses jogos, mostrando que se bem administrados podem ser benéficos às crianças e adolescentes, pois seria um meio de aprender a lidar com emoções como agressividade e violência. Aqui temos o depoimento de um estudante retratando sua relação com os jogos.

Já no caderno Xiss, no dia 11 de fevereiro, tivemos uma entrevista com a banda juizforana Supersônico, que contou um pouco da sua história e do repertório musical. Os personagens dessa matéria são jovens de classe média e estudantes universitários, com voz ativa na matéria.

Concluimos durante esse período de análise, que a representação juvenil no portal ACESSA.com é limitada as classes média e alta, porém mesmo esses jovens são poucos utilizados como fonte e personagem nas matérias. E ao pensarmos em questões sociais e de cidadania, o jornalismo do portal, praticamente, não tem contribuído para a formação crítica dos jovens.

Jornalismo impresso

O impresso foi a primeira forma de jornalismo e ainda se mantém como um dos meios mais tradicionais de comunicação. Muitos afirmaram que com o advento do jornalismo digital sua morte estaria decretada, entretanto essas colocações parecem ter sido equivocadas, pois o impresso continua forte.

Para Benette (1998) o jornalismo impresso tem características e uma estrutura muito particular:

Tal estrutura se concentra num núcleo textual que é a notícia. A notícia [...] é o foco gerador que estará sempre presente nas mais variadas formações textuais do jornal impresso: os assim chamados gêneros discursivos. Neles reside a noção de jornal como sistema modelizante. Portanto, para o jornal ser jornal é, antes de mais nada, necessário que haja informação, mas não qualquer informação, mas sim a narração resumida dessa informação tendo como princípio o novo, aquilo que não é conhecido do público-leitor (BENETTE, 1998).



Neste trabalho, escolhemos para representar o meio impresso o jornal Tribuna de Minas, que foi lançado em 1º de setembro de 1981, pelo empresário e médico, dono da gráfica Esdeva, Juracy Azevedo Neves. Seu formato é standart, com 10 páginas no 1º Caderno (caderno principal). O caderno Dois, voltado para cultura, tem seis páginas durante a semana. No domingo as páginas aumentam respectivamente para 12 e oito. Segundo Fernandes (2006, p.5), o jornal “vende durante a semana em torno de 15 mil exemplares e no domingo, 20 mil”.

O periódico traz suplementos semanais, nas quartas “Casa e Cia”, nas quintas “Carro e Cia” e aos domingos tem o “Caderno de TV”, além é claro de o caderno de classificados diariamente. O jornalismo diário do Tribuna de Minas é feito por 10 editores e 25 repórteres. A seguir, veremos o tratamento jornalístico dado à juventude juizforana.

Análise de conteúdo do jornal Tribuna de Minas

O Tribuna de Minas foi estudado no dia 16 e 17 de fevereiro e depois do dia 19 ao 21 do mesmo mês, já que dia 18 era uma segunda-feira e nesse dia o jornal não é publicado. Se na mídia anterior verificamos pouca presença dos jovens nos noticiários, nesse veículo teremos uma presença mais recorrente. Em cinco dias de análise contabilizamos nove reportagens, notícias ou nota.

No sábado, dia 16 de fevereiro, o jornal publicou uma matéria sobre a 1º Conferência Municipal e Regional da Juventude de Juiz de Fora e da Zona da Mata Mineira, cujo título era “Redução da maioria é debatida”. Essa matéria não teve foto e seu tamanho era 14X11cm. Diferentemente do que aconteceu com as outras matérias analisadas a seguir, aqui teremos uma jovem sendo fonte e com uma opinião contundente sobre a questão da redução da maioria penal, “Eu sou totalmente contra essa medida reacionária dos políticos. Essas pessoas precisam de opções para sobreviver sem se submeter ao submundo do crime. O governo tem a obrigação de proteger os jovens e não de se proteger deles” (Tribuna de Minas, 16/02/2008, p.4). Ainda neste mesmo dia uma nota foi publicada sobre um adolescente que foi apreendido com papelote de cocaína. No dia 17 de fevereiro nada foi publicado sobre o objeto de nossa pesquisa e no dia 18, segunda-feira, o jornal não foi publicado.

Na terça-feira, 19 de fevereiro, detectamos quatro matérias relacionadas com o tema juventude. A manchete principal do jornal era “Ponto de corte sobe na maioria dos



curso da UFJF” e tinha uma foto colorida (30X15cm), onde jovens comemoravam a aprovação no vestibular. A matéria ocupou uma página toda, apresentou dois subtítulos e reproduziu a mesma foto da capa, porém em preto e branco e medindo 17x11cm. Entretanto nenhum jovem foi fonte da matéria. Uma nota sobre o atropelamento de um jovem e duas matérias de interesse para os jovens foram publicadas. A primeira era “Programa oferece cursos gratuitos”, que tratava da divulgação de cursos profissionalizantes para adolescentes com 14 anos de idade; já a segunda tinha como título “Começa cadastramento de estudante”, nesse caso a notícia informa sobre o cadastramento eletrônico que deve ser feito por estudantes que moram longe de suas escolas para que possam usar o cartão eletrônico recém implantado na cidade. Em nenhum dos assuntos os jovens foram ouvidos como fontes.

Em 20 de fevereiro, apenas uma nota é publicada sobre um adolescente que foi agredido por jovens do bairro Juizforano Vila Esperança I. Também não há fontes.

No último dia de nossa análise, tivemos a publicação de uma nota sobre um garoto com suspeita de ter contraído febre maculosa e uma matéria sobre trotes na universidade: “UFJF condena trotes considerados abusivos”. Este conteúdo ocupou meia página do jornal e tinha uma foto preto e branco, medindo 19,5 X 11,5 centímetros. Mais uma vez alunos são fotografados, só que dessa vez fazendo matrícula para a universidade. Nessa matéria são utilizadas duas jovens como fontes, opinando sobre os trotes dados a estudantes que acabaram de ingressar na UFJF. Ambas se posicionam contra a brincadeira, caracterizando-a de mau-gosto.

Ao contrário de algumas matérias, em que o jovem autor de ato infracional é tratado por “menor” ou “marginal”, nas matérias analisadas não foi detectado nenhum termo indevido para se referir a esses jovens. As palavras mais recorrentes para falar de indivíduos entre 12 e 21 anos era jovem, adolescente, estudante, garoto, menino e calouro.

O que ocorre no caso do Tribuna de Minas não é a falta de espaço para pautas de importância para a juventude, vimos um número significativo e com assuntos diversos ligados aos jovens. O problema é a pouca utilização desses como fontes jornalísticas. Em apenas duas matérias, do total de 12 relacionados à juventude, tivemos três jovens, todas mulheres, opinando sobre o assunto tratado.

O perfil das fontes e das fotografias utilizadas no jornal sempre retrata um jovem sadio e consciente; política e socialmente. É um cidadão, que, embora jovem, já é responsável pelos seus atos e, principalmente, um vencedor. Em todas as fotos só havia



pessoas brancas. Enquanto as notas que envolviam adolescentes que cometeram ato infracional eram de tamanho reduzido e não ofereciam nenhuma fonte.

Concluimos que esse veículo abre grande espaço para retratar o jovem universitário e politizado, geralmente de classe média e alta. Em momento algum temos a imagem de um jovem considerado “problemático”, abafando-se assim a desigualdade social entre os adolescentes, como se esses estivessem fora desse conflito. O espaço dado às questões sociais que envolvem adolescentes se reduz a pequenas notas, na tentativa de tornar invisível a pobreza. Os adolescentes das classes populares não são fontes.

A Televisão e o Telejornalismo

Em seu livro *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*, Dominique Wolton (1996) inicia sua abordagem sobre o veículo destacando que poucas atividades tão amplamente utilizadas têm sido, há tanto tempo, objeto de uma tal preguiça intelectual, de um tal conformismo crítico e, por último, de uma tal submissão às modas de momento. O autor conclui que: “A televisão é, portanto, um dos símbolos mais espetaculares da democracia de massa e constitui, sem dúvida, uma das razões de estar investida de todas as esperanças, sem ser capaz de satisfazê-las”. (WOLTON, 1996, p.11).

O que verificamos atualmente, é que a televisão não tem satisfeito as esperanças mais prementes da sociedade e em especial, dos grupos sociais menos favorecidos. Aqueles que não detêm poder econômico ficam à mercê do processo produtivo da televisão: não há espaço para as minorias. Negros, homossexuais, jovens oriundos das camadas menos favorecidas da sociedade não têm espaço para falar e tão pouco são retratados de forma digna e coerente na TV, a eles, geralmente, restam estereótipos.

A importância do telejornalismo no Brasil é percebida, por exemplo, ao levarmos em conta que num país como o nosso, onde a taxa de analfabetismo é de 13,3%, o telejornal é considerado um dos principais meios de informação para milhões de pessoas.

A partir de dados como esse, que revelam a importância e a influência da televisão como disseminadora de idéias, produtora de conceitos e preconceitos e da agenda de assuntos da sociedade, é possível justificar a análise de um telejornal local. O ponto central de tal análise é a abordagem dada a um segmento específico de nossa sociedade: os jovens.



O objeto de pesquisa é o MG TV. O telejornal é produzido e veiculado pela TV Panorama, afiliada da Rede Globo em Juiz de Fora, em duas edições. A TV Panorama entrou no ar em abril de 1980, como TV Globo Juiz de Fora, apresentando o programa TV Mulher. A partir de 1997, adotou o nome TV Panorama, quando foi vendida pela Família Marinho ao empresário Omar Resende Perez. Antes disso, a Globo era exibida através de um canal de microondas via TV Globo Minas, desde 1968. Atualmente é a retransmissora da Rede Globo na Zona da Mata, Campo das Vertentes e Serra da Mantiqueira. Em 2007 o empresário mineiro Omar Resende Peres Filho associa-se à Rede Integração, com sede em Uberlândia.

A primeira edição do MG TV, que foi analisada nesse artigo, é transmitida de segunda a sábado às 12 horas e quinze minutos e dura aproximadamente trinta minutos. A segunda edição vai ao ar às 19 horas e dura cerca de vinte minutos. Para a realização desse artigo foram gravadas cinco edições do programa. As três primeiras gravações se deram nos dias 23, 25 e 26 de fevereiro e as duas outras edições foram gravadas nos dias 5 e 6 de março. Todos os programas foram gravados em mídia digital, na casa de uma das autoras, em Juiz de Fora, Minas Gerais.

Análise de conteúdo do MG TV

Dia 23 de fevereiro - sábado: A única matéria referente aos jovens foi sobre um estudante juizforano que foi selecionado pelo projeto Jovem Embaixador para representar o Brasil e aprimorar o inglês nos Estados Unidos. O projeto seleciona jovens de 15 a 18 anos, de baixa renda, que estudem em escola pública e que tenham conhecimento da língua inglesa. O rapaz, entre outras coisas, destacou que o jovem norte-americano tem muito mais espaço na sociedade brasileira que o brasileiro. A matéria foi veiculada no segundo bloco, depois de uma notícia sobre a queda de um avião e antes de uma matéria sobre moda e teve 3 minutos de duração.

É interessante repararmos aqui que o jovem retratado não representa a maioria da juventude no Brasil. O jovem é sim, de baixa renda e oriundo de escola pública, mas, tem domínio do inglês o que, em geral, as escolas públicas não oferecem. As imagens limitam-se ao close do jovem e às fotos tiradas por ele na sua viagem aos Estados Unidos.

Dia 25 de fevereiro – segunda-feira: A única matéria relacionada à juventude foi sobre o aumento da procura das casas para alugar. Nessa matéria, as repúblicas, forma de moradia em que jovens universitários vindos de outras cidades dividem apartamento



e despesas, foram apresentadas como as principais responsáveis por tal aumento. A matéria foi a última do segundo bloco e foi antecedida por uma notícia sobre uma contaminação alimentar ocorrida em uma fábrica em Ubá e teve 1 minuto e quarenta segundos de duração.

Nessa edição o jovem retratado também não representa a maioria dos jovens no Brasil. Aqui ele é membro da elite intelectualizada brasileira. É aquele que pode pagar por uma educação que o conduza à universidade pública e pelas despesas de se estudar fora de sua cidade de origem. As imagens aqui são, na sua maioria, de entrevistados: corretores de imóveis e estudantes.

Dia 26 de fevereiro- terça-feira: Nesse programa houve duas matérias seguidas relacionadas à juventude: A primeira falou sobre uma iniciativa da Universidade Federal de Juiz de Fora para melhorar o desempenho dos vestibulandos em física, a matéria que tem as menores notas no vestibular. Essa matéria veio depois de uma sobre os cuidados na compra de carros semi-novos e durou dois minutos. A outra foi sobre o Instituto Federal de Tecnologia, que terá sede em Juiz de Fora, e durou 1 minuto e 40 segundos. Ambas as matérias foram apresentadas no terceiro bloco. Na primeira delas as imagens foram de cursinhos e de estudantes e, na segunda, as imagens foram do Colégio Técnico Universitário e de estudantes.

Como nas matérias anteriores, o jovem abordado não é um representante da maior parte dos jovens do Brasil. Aqui, ele compreende uma minoria que tem acesso à universidade ou a bons colégios, o que na maioria das vezes significa dizer colégios particulares.

Essa semana de gravação sucedeu a liberação dos aprovados no vestibular da Universidade Federal de Juiz de Fora e por isso, o tema vestibular foi tão recorrente no telejornal.

Dia 05 de março- quarta-feira: Não houve nenhuma matéria relacionada aos jovens. Dia 06 de março- quinta-feira: A única matéria com alguma relação à juventude foi sobre o CPF. Foi dito que menores de 18 anos precisam estar acompanhados de responsável legal para conseguir o documento. Foi apenas uma nota seca.

Em todas as edições analisadas pudemos reparar que não há grande espaço para a juventude. Quando esse espaço existe, não são os jovens que têm voz para falar de si mesmos e, tão pouco, os jovens das camadas menos favorecidas da sociedade são retratados. Essa constatação torna-se ainda mais preocupante se observarmos que é



comum o noticiário dedicar um bloco inteiro para falar do Tupi, o time de futebol da cidade. Os jovens têm espaço muito menor que o time de futebol.

A importância do rádio

Não é de hoje que o rádio é apontado como um veículo de comunicação muito buscado, compreendido e, inclusive, companheiro de quem recebe sua mensagem. Afinal, como bem apontou Gisela Swetlana Ortrivano (1985), o ouvinte não precisa ser alfabetizado para compreender a mensagem do rádio e isso é relevante num país em que 15% da população adulta ainda é analfabeta, de acordo com relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), divulgado em julho de 2001 pelo Último Segundo. Enquanto a televisão utiliza cada vez mais, além da imagem, o gerador de caracteres, veiculando gráficos e escritos diversos, o rádio, constituído apenas de som, permite que o ouvinte também realize outra atividade qualquer ao mesmo tempo em que ouve e entende o que está sendo transmitido.

O rádio tem baixo custo em relação a outros meios de comunicação. Se pensarmos no equipamento necessário para produzir e transmitir, é menos caro o de rádio do que o de televisão. Quanto à recepção, um aparelho portátil de rádio pode ser comprado a R\$ 2,00 (e um conjunto de pilhas a R\$ 1,00) – como destacou Sonia Virgínia Moreira (2002) em palestra intitulada “Rádio: atualidade e perspectivas”. A transmissão ao vivo – e com ela a participação do ouvinte, em especial por telefone, – é mais fácil do que para outros meios. O conjunto dessas especificidades faz do rádio o mais abrangente meio de comunicação e o de maior penetração no país.

Moreira (1998:112) menciona dados do início dos anos de 1990, publicados pelo Jornal do Brasil (em 14 de outubro de 1990), mostrando que o rádio atinge 90% da população, enquanto a televisão, 63%. Em outra obra, a autora cita números da Anatel, de 1999, segundo os quais estavam em operação no país 3.083 emissoras de rádio, sendo 1.578 canais AM, 1.363 canais FM, 62 transmitindo em ondas curtas e 80 em ondas tropicais. Essas emissoras alcançavam cerca de 39 milhões de domicílios brasileiros, que possuíam pelos menos um aparelho de rádio. Juntas, as emissoras AM e FM atingiam 90% do público ouvinte (Moreira, 2000:19).

Em reflexão sobre a abrangência e a penetração do rádio e, portanto, dever de responsabilidade, Maria Elisa Porchat afirma:

A força e o poder do rádio surpreendem a todo momento. A informação repercute de forma instantânea, direta e indiretamente. Um



ouve, fala para o outro e todos acompanham o fato, num alcance espantoso. A consciência disto é fundamental nas atividades do jornalismo. Consciência da capacidade que tem de atingir todas as faixas do público, de mobilizar e agitar a cidade; de unir e politizar a população (Porchat, 1993:35).

Bernardo Kucinski considera que “o rádio é o mais democrático meio de comunicação de massa no Brasil, o mais diversificado e heterogêneo”. Porém, conforme o autor, “a distribuição de sua propriedade tem papel decisivo na manutenção do clientelismo político e dos currais eleitorais em cidades médias e pequenas”. Ele lembra que “enquanto nas democracias liberais avançadas as concessões de rádio obedecem a critérios formais e suas programações também têm de se ater ao princípio da neutralidade político-partidária, no Brasil as licenças de rádio foram concedidas por critérios de favoritismo, ou como moeda de barganha política pelo presidente ou pelo ministro das Comunicações”. Diante disso, “as emissoras de rádio tornaram-se assim máquinas eleitorais de políticos conservadores” (Kucinski, 1998:17).

Sonia Virgínia Moreira cita que o Brasil adotou o modelo de radiodifusão norte-americano, por volta de 1932, e então passou “a distribuir concessões de canais a particulares, fato que ajudava a reforçar a exploração comercial do veículo” (Moreira, 2000:28).

Para Ortriwano, a mudança na forma das concessões seria o primeiro investimento a ser feito no campo do rádio:

O que falta ao rádio? Fundamentalmente, falta investir no rádio, e não apenas financeiramente. Esse investimento começa pela própria reformulação do sistema de concessões, a fim de que os canais deixem de ser predominantemente outorgados aos aquinhoados pelas benesses do poder e passem a ser usufruídos por aqueles realmente interessados em um meio de comunicação pleno de possibilidades a serem exploradas. Que convivam emissoras estatais (cumprindo o papel da utilização social) com emissoras comerciais cujo interesse seja efetivamente a comunicação. Mas que existam os canais de uso comunitário, produzindo e difundindo mensagens da e para a comunidade. (Ortriwano, 1987:22)

Esse investimento praticamente ainda não se concretizou. E, diante das desigualdades das concessões, os movimentos sociais populares têm atuado pela democratização da comunicação, com a organização de rádios comunitárias. Tanto que o país possui cerca de 20 mil emissoras comunitárias em operação, sendo uma minoria com autorização do Ministério das Comunicações.



Rádio e juventude em Juiz de Fora

Para esta pesquisa definimos como objeto de análise o noticiário As Primeiras do Dia, da Rádio Solar AM, a qual pertence ao Grupo Solar, formado pela Solar AM, Solar FM e Tribuna de Minas – com versão na internet -, pertencente a Juracy Neves.

Conforme o site da emissora⁶, o programa As Primeiras do Dia é o único noticiário geral da grade de programação da Rádio Solar AM 1.010 Khz. A Solar AM vai ao ar diariamente, das 5 da manhã até a meia-noite, com a seguinte programação de segunda a sexta-feira: Hora Sertaneja; As Primeiras do Dia – Noticiário; Juiz de Fora no Ar; Rádio Vivo; Encontro com Deus; Rádio Vivo; Clube Sertanejo; Ronda Policial; Super Bate-Bola; A voz do Brasil; Som da Terra; Encerramento. Aos sábados os programas no ar são: Manhã Sertaneja; As Primeiras do Dia – Noticiário; Juiz de Fora no Ar; Rádio Vivo; Encontro com Deus; Clube Sertanejo; Nas Ondas do Rádio; Som da Terra; Encerramento. Aos domingos a programação é a seguinte: Solar AM Show, 1a. Parte; Missa – Transmissão ao Vivo da Catedral Metropolitana; Solar AM Show, 2a. Parte; Tarde de Sucessos; Máquina do Tempo; Arquivo Musical; Encerramento. Como podemos perceber, de acordo com a classificação da emissora, As Primeiras do Dia é o único noticiário geral; além dele, a Solar apresenta Ronda Policial e Super Bate-Bola – Noticiário Esportivo, que são informativos.

Para este estudo, fizemos rádio-escuta e gravamos cinco edições consecutivas do As Primeiras do Dia, de sexta (29/02/2008) a quarta-feira (05/03/2008) – no domingo, o noticiário não é veiculado. O As Primeiras do Dia tem duração de 15 minutos e conta com um apresentador, que faz a locução de manchetes, matérias, notas e chamadas de notícias com sonoras (de temas locais), que são apresentadas por repórteres; as matérias de esporte têm outro apresentador. O noticiário tem dois blocos; no primeiro estão as notícias internacionais, nacionais e previsão do tempo; depois do intervalo, estão as notícias da cidade e região e esporte. Em média são apresentadas doze matérias (considerando-se as notas de esporte como uma).

Através de nossa análise percebemos: No dia 29/02, apenas uma matéria fazia referência indireta a jovens, a que teve como tema trote solidário e doação de sangue. Entretanto, nenhum estudante ou outra pessoa, de 12 a 18 anos, envolvida com o tema foi ouvida. No dia 1º/03, duas matérias faziam referência à juventude: uma teve como

⁶ O endereço é www.radiosolar.com.br e, para este trabalho, foi acessado em 24 de fevereiro de 2008. O site da Rádio Solar, na parte dedicada à Solar AM, apresenta os seguintes itens: Programação, Receitas, Locutores e Fale Conosco.



tema o cadastramento de calouros da UFJF que não tinham lugar para morar, na qual nenhum estudante foi ouvido. A segunda matéria teve como tema obesidade em jovens de 10 a 19 anos, que foi apresentada como crescente e resultado de fatores culturais, como má alimentação. Nenhum jovem foi ouvido. No dia 03/03, uma matéria fazia referência à juventude: o tema foi a recepção dos calouros da UFJF. No dia 04/03, tivemos 14 matérias no total das quais três diziam respeito à juventude: uma foi sobre a ação nacional dos Conselhos de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente; os Conselhos Tutelares (que trabalham em conjunto aos CDDCA) são a principal porta de entrada para denúncia contra a violação dos direitos da criança e do adolescente e, conforme a matéria, em 80% dos casos esses órgãos funcionam de forma precária. A outra matéria foi sobre trote solidário. Já a terceira matéria teve como tema o projeto Expresso Cidadania que visa a estimular a participação política dos jovens de 16 a 18 anos, a partir do pedido de confecção do Título de Eleitor e votação nas próximas eleições; a matéria informava a participação do TRE (Tribunal Regional Eleitoral) de Minas Gerais no projeto. Nenhuma apresentou sonora com adolescentes. No dia 05/03, não houve matéria com referência a jovens.

Assim, de forma quantitativa tivemos 60 matérias no total das quais sete faziam referência à juventude, ou seja, 11,66%. Dessas nenhuma apresentava a participação direta do jovem como entrevistado. Também, quanto ao conteúdo, das sete matérias, quatro se referiam aos universitários citando principalmente a Universidade Federal de Juiz de Fora (57,14% do total sobre jovens); em uma o tema era obesidade (questão de saúde); uma teve como tema o Conselho de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente; e uma outra teve como tema a participação política do jovem.

Diante disso, consideramos que o rádio não foi usado em seu potencial de abrangência e contribuição para a cidadania dos adolescentes. Afinal, em nenhuma matéria ele foi ouvido. Além disso, só uma matéria tratava sobre participação política e uma outra tratava de direitos, portanto, do exercício de direitos de jovens de todas as classes sociais.

A maior parte das matérias tinha como tema a universidade. Sabemos que, embora meta, essa ainda não é alcançada por todos, em especial das classes populares. A análise, assim, indica pouco espaço para os jovens e ainda menos para os jovens pobres.

Considerações Finais:



Além de pesquisa bibliográfica, este artigo realizou análise de conteúdo para a verificação da representação juvenil nos principais meios de comunicação de massa da cidade de Juiz de Fora. Elegemos quatro veículos diferentes, o portal Acessa.com, o jornal impresso Tribuna de Minas, o telejornal MGTV e jornal da Rádio Solar.

A representação juvenil no portal Acessa.com é limitada à classe média e alta, porém mesmo esses jovens são poucos utilizados como fonte e personagem nas matérias. A cobertura do portal destinada aos jovens é, basicamente, de eventos. O Tribuna de Minas abre grande espaço para retratar o jovem universitário e politizado, geralmente de classe média. O espaço dado às questões sociais que envolvem adolescentes se reduz a pequenas notas, na tentativa de tornar invisível a pobreza.

Nas edições analisadas do MGTV, detectamos que não há grande espaço para a juventude. Quando esse espaço existe, não são os jovens que têm voz para falar de si mesmos e, tão pouco, os jovens das camadas menos favorecidas da sociedade são retratados. A Rádio Solar, assim como nas demais mídias analisadas, o jovem não foi utilizado como fonte. Do total de 60 matérias, apenas 11,66% faziam referência a temáticas relacionada a juventude, porém não houve adolescentes como fontes.

Concluimos que a grande mídia em Juiz de Fora abre espaço significativo para os jovens quando a pauta é universidade. Porém foi recorrente na avaliação o uso somente de fontes oficiais, excluindo os jovens como personagens e cidadãos. De uma maneira geral, percebemos que o jornalismo local não tem contribuído para a formação da identidade e para o exercício da cidadania desses jovens, descumprindo assim sua função social de formar.

Referências bibliográficas:

BENETTE, Djalma. Jornalismo impresso diário como sistema modelizante. 1998. Disponível em www.pucsp.br/pos/cos/cultura/midia.htm. Acessado em 13 de março de 2008

COGO, Denise. Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais. In: PERUZZO, Cicília M. Krohling. Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. São Paulo, Angellara, 2004, p. 41-56.

FERRARI, Pollyana. Jornalismo Digital. São Paulo: Contexto, 2004.

FERNANDES, Livia. Tribunas de Minas: O diário feito para o juizforano consumidor. Juiz de Fora, 2005.



KUCINSKI, Bernardo. A síndrome da antena parabólica – ética no jornalismo brasileiro.

São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 1998.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro, DP&A, 2002.

MANZINI-COVRE, Maria de Lourdes. O que é cidadania. São Paulo, Brasiliense, 1995.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Rádio: atualidade e perspectivas. Campos (RJ), IX Sipec (Simpósio da Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste), Paineis Rádio no Brasil, Pioneirismo e Perspectivas, 2002.

_____. O rádio no Brasil. Rio de Janeiro, Mil Palavras, 2000.

_____. Rádio palanque. Rio de Janeiro, Mil Palavras, 1998.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A informação no rádio – Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 3 ed., São Paulo, Summus Editorial, 1985.

_____. Rádio: um meio poderoso e mal aproveitado. In: ORTRIWANO, Gisela Swetlana (org.). Radiojornalismo no Brasil – dez estudos regionais. São Paulo, COM-ARTE, ECA-USP, 1987.

PINHO, J. B. Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003.

PIVARI, Renta Brum. MGTV e JA: telejornalismo em duas versões. Juiz de Fora, 2003. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora.

PORCHAT, Maria Elisa. Manual de radiojornalismo – Jovem Pan. 3 ed., São Paulo, Ática, 1993.

WOLTON, Dominique. Elogio do grande público: Uma teoria crítica de televisão. São Paulo: Editora Ática, 1996.