

O Jornalismo no Cotidiano de Adolescentes Residentes na Maré: Diálogos sobre o Acesso aos Meios de Comunicação¹

Marcia Rodrigues Lisboa²
Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

A reflexão proposta origina-se de uma pesquisa qualitativa acerca das formas de apropriação por adolescentes residentes no complexo de favelas da Maré, no Rio de Janeiro, de produtos jornalísticos sobre temas relacionados ao cuidado e ao risco à saúde. O artigo aborda um aspecto da investigação: o acesso aos meios de comunicação, com foco na presença do jornalismo no cotidiano dos sujeitos da pesquisa. Analisa os processos e atores envolvidos no contato com conteúdos jornalísticos veiculados em diferentes suportes, problematizando os discursos que buscam naturalizar comportamentos multimidiáticos de jovens. Destaca o interesse dos participantes em acompanhar o noticiário de temas próximos ao contexto em que vivem, notadamente a respeito das ações no território.

Palavras-chave: Jornalismo; Adolescentes; Acesso aos meios de comunicação; Culturas juvenis.

1 Introdução

A pesquisa na qual se apoia este artigo analisou as formas de apropriação por adolescentes residentes no Complexo de Favelas da Maré, na zona norte do Rio de Janeiro, de produtos jornalísticos sobre temas relacionados ao cuidado e ao risco à saúde. O estudo qualitativo foi embasado em atividades realizadas, entre novembro de 2012 e junho de 2013, com três grupos de adolescentes, na faixa etária de 14 a 16 anos, sendo um deles composto por estudantes do 9º ano do Ensino Fundamental de uma escola pública municipal e os demais por participantes de projetos de duas organizações sociais.

A reflexão apresentada neste texto restringe-se a um dos aspectos da investigação, o acesso desses sujeitos a produtos jornalísticos. Identifica inicialmente a coexistência de múltiplos sentidos de “acesso”, termo com grande expressividade no contexto atual. Dentre os sentidos que o vinculam aos meios de comunicação, estão: a capacidade econômica de adquirir o produto e/ou o equipamento que viabiliza esse acesso (recursos para comprar um jornal ou revista impressos, um televisor, um computador ou um celular com dispositivo de conexão à internet); e a compreensão dos códigos de linguagem adotados pelos meios, o

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pesquisadora do Laboratório de Comunicação e Saúde (Icict/Fiocruz); doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS/Fiocruz).

que implica desde a decodificação da escrita no idioma em que foi registrada à familiaridade com o vocabulário.³

Em relação ao primeiro sentido, de vínculo entre o acesso aos meios e a posse e/ou o uso de equipamentos, destacam-se referências recorrentes ao computador, que abandona a condição de instrumento para se tornar a própria chave do conhecimento. Esta perspectiva, que ganhou projeção no Brasil a partir do final da década de 1980, embalando argumentos no âmbito das políticas públicas educacionais, ultrapassa as menções feitas ao livro, a produtos jornalísticos ou a equipamentos culturais como instrumentos de saber e poder.

O uso das tecnologias de informação e comunicação deixou de ser uma possibilidade para se tornar algo inexorável ao ato de conhecer. A expansão dos *gadgets*, direcionados especialmente a adolescentes e jovens, dá concretude à perspectiva do computador como extensão dos corpos de seus usuários e, portanto, aparato inseparável.

O aparelho, no entanto, não será alçado ao status de fonte do saber, a menos que tenha a funcionalidade de conexão com a internet em nível compatível com os formatos disponíveis de produtos, permanentemente atualizados. Não importa mais o produto, e sim a função, como antecipou Flusser (2002), em sua análise sobre a fotografia, escrita originalmente em 1983, que desloca a discussão sobre o poder dos meios da propriedade para o domínio tecnológico, cuja eficácia é mensurada por quesitos como mobilidade, velocidade e quantidade de dados disponíveis.

Um segundo aspecto ligado ao tema acesso à informação (e não apenas aos meios) é a ideia de que o conhecimento se dá pelo acúmulo de textos e materiais audiovisuais acionados. Embora a crítica a este modelo tenha tido grande repercussão a partir da década de 1970, com a contribuição fundamental de educadores como Paulo Freire⁴, ele está presente ainda hoje, em projetos político-pedagógicos e em construções midiáticas.

A associação dos adolescentes e jovens ao uso de computadores e à internet é reproduzida amplamente nos meios de comunicação, ressaltando com frequência o que seria uma habilidade inata para o uso de eletrônicos. Tal atributo alçaria esses sujeitos à

³ A expressão acesso à informação é também aplicada em ao menos duas situações que não serão objeto de discussão neste texto. Uma delas está inserida no debate sobre inclusão social de pessoas com deficiência. O termo acessibilidade sintetiza o conjunto de medidas e soluções tecnológicas adotadas por veículos de comunicação, canais de instituições públicas na internet e instituições para atender a esse público. A outra aplicação refere-se à liberação de dados sobre a administração pública aos cidadãos que queiram consultá-los, o que se tornou obrigatório no Brasil pela Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.

⁴ Guardadas as diferenças entre as linhas teóricas e objetos de estudo, outras referências importantes para a reflexão sobre este tema são Piaget, Freinet e Vygotsky, contemporâneos, que influenciaram educadores brasileiros para a formulação de novas práticas pedagógicas. Também se destacam as contribuições de Anísio Teixeira e, a partir da década de 1980, de Emília Ferreira.

condição de mediadores de inovações tecnológicas para suas famílias, com a dupla função de estimular os modos de consumo de todos (ROCHA; PEREIRA, 2009).

O interesse em mensurar o consumo midiático de adolescentes e jovens tem produzido grandes levantamentos nacionais, como o do instituto Datafolha, em 2008. Dentre as 1.541 pessoas (de 16 a 25 anos) que participaram da pesquisa, em 168 cidades brasileiras, a TV aberta foi citada por 33% como o meio de comunicação usado com mais frequência para se manterem informados; a internet, por 26%; os jornais, por 19%; o rádio, por 16%; as revistas, por 3%; e a TV por assinatura, por 2%. Entre os jovens de 16 a 17 anos e de 18 a 21 anos, a TV aberta e a internet empatam⁵. Os resultados foram publicados em um caderno especial do principal jornal do grupo, a Folha de S.Paulo.

Em 2013, o mesmo jornal destacou na capa de uma edição de domingo os resultados da pesquisa Solos Culturais⁶, que investigou os hábitos e as demandas culturais em cinco favelas do Rio de Janeiro. O título chamava atenção para o acesso à internet entre os indivíduos de 15 a 29 anos: “Morador de favela está 'superligado' à internet, diz pesquisa” (BRISOLLA, 2013).

Os dados nacionais e aqueles específicos sobre moradores de favelas cariocas trouxeram subsídios à pesquisa, que não prescindiu de levantamento próprio, orientado por questões como: Que meios de comunicação acessam? Têm acesso a conteúdos jornalísticos? Em quais suportes? Como acessam? Qual a motivação para o acesso? O que preferem? Alguém os estimula a buscar esses conteúdos? Confiam nessas informações?⁷

As perguntas foram consideradas em um contexto marcado pela velocidade de produção e circulação das notícias. Isto ocorre em todos os suportes, mas em especial na internet, que associa os atributos de instantaneidade e pulverização, característicos também do rádio e da televisão, à multiplicidade de produtores. Tema caro à investigação foi a participação do jornalismo neste cenário comunicacional de muitos para muitos.

2 Vivendo na Maré

O Complexo da Maré, ou simplesmente a Maré, é um conjunto de favelas à margem da Baía de Guanabara. Ocupa uma área total de 4,27 Km², onde vivem 129.770 pessoas, em 41.759 domicílios, segundo dados do Censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Do total de moradores, 18.779 estavam na faixa de 7 a 14

⁵ O texto que aborda esses dados foi intitulado “Internet persegue TV”, por Giulliana Bianconi, colaboração para a Folha. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj2707200823.htm>>. Acesso em 10out2013.

⁶ Análises da pesquisa estão disponíveis em publicação organizada por Barbosa e Dias (2013).

⁷ As duas últimas perguntas não foram objeto de análise neste artigo.

anos e 6.506, de 15 a 17 anos (IBGE, 2010). De acordo com a classificação do IBGE, 76.718 habitantes da região vivem em áreas denominadas aglomerados subnormais⁸, e 53.052 nas demais áreas.

A Maré está situada entre as duas principais vias de acesso à cidade, a Avenida Brasil e a Via Expressa Presidente João Goulart (Linha Vermelha), bastante próxima ao Aeroporto Internacional Maestro Antonio Carlos Jobim (Galeão), à Rodoviária Novo Rio e também ao Centro da cidade. É cortada pela Avenida Governador Carlos Lacerda, Linha Amarela, ligação entre a Ilha do Fundão e a Baixada de Jacarepaguá. Nos seus limites estão instituições de pesquisa e ensino – como a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), o Centro de Pesquisas da Petrobras (Cenpes) e o Centro de Pesquisas de Energia Elétrica (Cepel/Eletrobras) –; a Refinaria de Manguinhos; e o Centro de Preparação de Oficiais da Reserva (CPOR).

A região de manguezal e pântanos que começou a ser ocupada na década de 1940 tornou-se bairro em 1994, pelo Projeto de Lei nº 2119, mas apenas em 2012 teve as ruas mapeadas, por iniciativa das instituições locais Redes da Maré e Observatório de Favelas, com o apoio de associações de moradores e de outras organizações. A atualização da base cartográfica era um requisito para garantir que todas as ruas tivessem um Código de Endereçamento Postal (CEP). Inserido no projeto Censo Maré, o Guia de Ruas Maré 2012 foi o primeiro do gênero a registrar a cartografia de uma favela (REDES DE DESENVOLVIMENTO DA MARÉ, 2013; OBSERVATÓRIO DE FAVELAS, 2012).

Apesar da designação de “bairro”, os adolescentes que participaram da pesquisa usam preferencialmente os termos “favela” e “comunidade” em referência ao lugar onde moram. As duas formas de nomeação estiveram presentes nas falas espontâneas dos participantes e em discussões sobre o tema da pesquisa.

As 16 comunidades que integram o complexo apresentam diversidade de conformações, seja quanto ao tipo de terreno (um morro e áreas distintas de aterro) ou de habitação (há conjuntos habitacionais, construções de alvenaria e outras mais precárias). A

⁸ O IBGE adotou esta terminologia a partir do Censo de 2000, definindo “aglomerados subnormais” como: “um conjunto constituído de, no mínimo, 51 unidades habitacionais (barracos, casas, etc.) carentes, em sua maioria de serviços públicos essenciais, ocupando ou tendo ocupado, até período recente, terreno de propriedade alheia (pública ou particular) e estando dispostas, em geral, de forma desordenada e/ou densa. A identificação dos aglomerados subnormais é feita com base nos seguintes critérios: a) Ocupação ilegal da terra, ou seja, construção em terrenos de propriedade alheia (pública ou particular) no momento atual ou em período recente (obtenção do título de propriedade do terreno há dez anos ou menos); e b) Possuir pelo menos uma das seguintes características: urbanização fora dos padrões vigentes - refletido por vias de circulação estreitas e de alinhamento irregular, lotes de tamanhos e formas desiguais e construções não regularizadas por órgãos públicos; ou precariedade de serviços públicos essenciais, tais quais energia elétrica, coleta de lixo e redes de água e esgoto.” (IBGE, 2011).

pesquisa foi realizada em duas dessas comunidades: a Nova Holanda e a Vila do João, distantes cerca de dois quilômetros, em linha reta.

Duas características são emblemáticas no território: a presença de cerca de 40 organizações não governamentais, sendo algumas de grande repercussão social, a exemplo do Observatório de Favelas, a Redes de Desenvolvimento da Maré e o Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré (Ceasm), apoiadas por organizações como a Anistia Internacional; e o fato de abrigar um batalhão da polícia militar (22º BPM)

Na região, considerada estratégica pelos setores de segurança pública, o embate sobre temas relacionados à violência e aos direitos humanos tem grande repercussão, especialmente pela atuação das organizações sociais inseridas no território. Um exemplo foi a campanha realizada para alertar os moradores sobre seus direitos legais diante de abordagens policiais em suas casas.

Além desta forma de opressão, os moradores convivem com a violência promovida pelas organizações criminosas em disputa pelo território (facções ligadas ao comércio de drogas ilícitas e grupo de milicianos), impondo restrições de circulação. A implantação de Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) na Maré, no contexto das políticas de segurança pública estaduais do Rio de Janeiro, anunciada para o início de 2013, foi postergada. Em março de 2014, teve início a ocupação pelas Forças Armadas.

De forma abreviada, este é o contexto onde vivem os sujeitos da pesquisa. São adolescentes moradores da periferia da segunda maior cidade do Brasil, que abriga grandes contradições socioeconômicas e culturais. São adolescentes que enfrentam a discriminação pelo endereço (NOVAES, 2006). São adolescentes moradores da periferia em um território de confrontos armados e outras formas de violência, mas também de discussões e ações políticas sobre direitos humanos, direito à saúde, à educação e a bens culturais.

3. Sob o rótulo da multimídia

A investigação sobre a presença do jornalismo no cotidiano dos adolescentes foi conduzida em duas etapas, com pequenas variações, nos três grupos. Na primeira, cada participante respondeu individualmente a um questionário semiestruturado sobre as formas de acesso aos meios de comunicação, em especial a produtos jornalísticos; suas preferências em relação a esses conteúdos; e se eram estimulados por outras pessoas a acessarem determinado meio ou materiais específicos. Na segunda etapa, os adolescentes foram convidados a debater sobre os temas apresentados no questionário.

O acesso simultâneo a diferentes meios foi mencionado em dois grupos. O relato a seguir ilustra esta característica, trazendo um componente reflexivo que se aproxima da representação do adolescente como um indivíduo “multimídia”, permanentemente conectado com diferentes dispositivos. “Eu ligo o computador e a TV do lado. Aí, quando estou escutando a TV e mexendo no computador, ela [a mãe] diz: ‘Desliga a TV!’ E eu digo: ‘Estou escutando’” (Tiago⁹).

Esta sincronicidade de acesso aos meios, ou multimídia, para citar o neologismo usual, é associada, de forma recorrente, a adolescentes e jovens, em diferentes produtos midiáticos, seja em formato jornalístico, publicitário ou de entretenimento. Embora a relação orgânica com as chamadas novas tecnologias seja estimulada para todos, ela é naturalizada para quem ainda não chegou à idade adulta, por mais flexível que seja esta classificação¹⁰. Uma clara estratégia discursiva neste caminho é a disseminação do rótulo “geração digital”, que enquadra os sujeitos contemporâneos de determinada faixa etária pelo atributo da proximidade às tecnologias (FREIRE FILHO, 2008).

As frases adiante, capturadas nos encontros realizados com os três grupos revelam, no entanto, que há vários elementos a serem considerados na análise sobre o acesso simultâneo aos meios, a começar pela existência de outros atores envolvidos nesse contato. O hábito de ligar a TV, por exemplo, deve ser observado dentro do contexto cultural dos participantes da pesquisa, com alto valor simbólico.

Quem acordar primeiro, liga (Paula).

Acordando primeiro, quem liga sou eu. Agora se meu irmão acordar primeiro, quem liga é ele (Carol).

Televisão, você acorda para ir à escola e já liga, né? Chega da escola com a televisão ligada. Chega do curso, também. Praticamente o dia inteiro com TV (Vitor).

Eu já acordo e a televisão já tá ligada (Débora).

Mesmo aqueles que estudam no turno da manhã, têm algum contato com o meio antes de sair de casa, ainda que não tenham ligado o aparelho. Isto ficou mais claro no decorrer das dinâmicas com os grupos, quando os adolescentes faziam referências a conteúdos aos quais assistiram ou a trechos de programas que tiveram a audiência de familiares, conforme ilustra a citação ao programa Globo Repórter (TV Globo) por um participante: “Minha avó vê todo dia [todos os programas]” (Guilherme).

⁹ Para proteger a identidade dos participantes da pesquisa, todos os nomes foram alterados.

¹⁰ A variedade de classificações etárias de juventude é observada por autores como Freire Filho (2006) e Rocha e Pereira (2009).

A preponderância da televisão e da internet entre os meios de comunicação acessados pelos participantes da pesquisa não destoam dos resultados dos levantamentos sobre hábitos da população no país. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia, edição 2015, 95% dos entrevistados afirmaram ver TV, sendo que 73% têm o hábito de assistir a programas televisivos diariamente. O tempo médio de exposição ao televisor é de 4 horas e 31 minutos por dia, de segunda a sexta-feira, e 4 horas e 14 minutos nos fins de semana. Em relação à internet, o levantamento apontou que o acesso é de 48% da população no país, e a frequência média de uso é de 4 horas 59 minutos. (BRASIL, 2014).

Em outro levantamento, específico para alunos do 9º ano do Ensino Fundamental de escolas públicas e privadas no Brasil, a Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (Pense), de 2012 (IBGE, 2013), o hábito de assistir televisão por duas horas ou mais em um dia de semana comum alcançou 78% dos respondentes. O município do Rio de Janeiro apresentou maior frequência do hábito de assistir a duas horas ou mais diárias de televisão: 82,3%. Dentre os alunos de escolas públicas, o percentual foi superior (83,3%). Vale observar que o IBGE (2013, p. 58) justifica a delimitação do tempo de duas horas em referência à recomendação da Organização Mundial de Saúde (OMS) de que as crianças não devem estar mais que uma ou duas horas por dia em frente à TV ou diante de vídeo game.

As citações feitas a respeito do meio não respaldam a hipótese de que ao ficar ligada o dia todo, ela poderia ser colocada no mesmo nível de significação de um eletrodoméstico qualquer, tal qual uma geladeira, que está sempre em funcionamento, independentemente do ato de abri-la e fechá-la, para que cumpra sua função. A relação desses adolescentes com o meio televisão não se esgota na “passagem” obrigatória pelo ambiente onde está o aparelho. Ele é parte constitutiva da vida cotidiana, com capacidade de organizar o horário diário dos indivíduos, ordenar e impor rotinas diárias (THOMPSON, 1995, p.43).

Ao contrário da internet, cujo acesso é geralmente individual, a televisão, assim como o rádio, tem a capacidade de congrega pessoas no mesmo espaço físico, de modo especial, aquelas com restrições econômicas para o consumo de outros meios de comunicação e bens culturais. No Brasil, segundo dados agregados a partir do censo de 2010, a posse de televisão, tal qual a da geladeira, é quase universal (IBGE, 2013).

Todos os participantes da pesquisa acessam regularmente a internet. Em um dos grupos, houve maior destaque a este meio. Diante da pergunta sobre os meios de comunicação acessados, um adolescente respondeu: “Tem um que a gente acessa mais”. A resposta, “embutida” na fala, foi imediatamente completada por uma colega do grupo:

“Internet.” Os outros participantes confirmaram que o tempo de uso da internet, comparado àquele dedicado à televisão é muito superior, conforme revela o diálogo a seguir:

Muito mais (Lucas).

Hoje em dia, é (Débora).

A televisão seria o segundo [meio] (Gabriel).

Por quanto tempo, vocês calculam? (pesquisadora)

Bastante (Luís).

24 horas. Aqui, no celular! (Débora).

A última fala é representativa da disponibilidade de acesso ao meio. A mobilidade em relação a este suporte e a característica de uso individual do aparelho são fatores que contribuem para o tempo maior de conexão. Vale ressaltar, no entanto, que o recurso de conexão via telefone celular foi expresso por poucos participantes.

Embora o acesso à internet em casa não tenha sido unânime – do total de participantes, três disseram que usavam o meio em *lan houses* e um, na casa de amigos – observou-se a forte referência a este meio, corroborando a avaliação de Barbosa e Dias (2013) de que o adolescente morador de favela, em uma metrópole como Rio de Janeiro, compartilha desse universo informacional, por meio do consumo de signos e de marcações sociais em territórios virtuais.

4 Jornais, revistas e rádio: acesso aos ‘velhos’ meios

Jornais impressos foram referenciados por mais da metade dos adolescentes, enquanto as revistas tiveram menor indicação de acesso. Participantes dos três grupos citaram os jornais O Globo e Extra, enquanto os impressos O Dia e Meia Hora tiveram referências em dois grupos. A Folha Universal¹¹ foi mencionada por um adolescente, que disse ler a publicação “na rua”, onde é distribuída gratuitamente para todos, e não apenas para frequentadores da igreja evangélica que edita o periódico¹².

Notícias sobre futebol e pessoas famosas (jogadores e artistas) foram atrativos destacados para lerem jornais impressos. Uma adolescente afirmou que compra o jornal Meia Hora para ler notícias frequente sobre um MC do qual é fã. O interesse pela leitura de notícias sobre esportes apareceu em dois grupos.

¹¹ O diário da Igreja Universal do Reino de Deus foi nomeado pelo participante como “Jornal da Universal”.

¹² O adolescente informou depois que não frequenta nenhuma igreja evangélica.

A mediação de alguém da família no acesso aos jornais foi manifestada por alguns participantes. Uma delas informou que mesmo não tendo um interesse especial por jornal, lia porque a mãe comprava. Outra adolescente (participante de grupo diferente) afirmou gostar de ler o jornal impresso comprado diariamente pela mãe. A referência ao nome de um dos veículos que acessava provocou o seguinte debate com um colega do grupo:

O Dia. Não, Meia Hora (Débora).

Maior barraco (Lucas).

Mas é a mesma notícia que tem em todos os jornais. Só que tem que o tom é diferente (Débora).

Vai continuar sendo tragédia (Lucas).

O diálogo traz elementos para análise sobre a apropriação dos conteúdos produzidos por veículos de comunicação, especialmente aqueles dirigidos às classes populares. A rejeição do adolescente ao jornal, que remete ao apelo ao grotesco – por destacar, na capa, crimes e situações constrangedoras ou humilhantes –, contrasta com a avaliação da outra participante de que o conteúdo noticioso do jornal sobreviveria à linguagem.

As revistas foram menos citadas pelos participantes do que as demais mídias. Em dois grupos, apenas adolescentes do sexo feminino as citaram. O resultado não surpreende se considerarmos que o mercado editorial oferece títulos variados visando o consumo das adolescentes. Da sexagenária *Capricho*¹³ às mais recentes *Todateen*¹⁴ e *Atrevida*¹⁵, as revistas femininas e, em especial aquelas publicações dirigidas a adolescentes, têm sido objeto de estudos de pesquisas e produções acadêmicas, com importantes contribuições de pesquisadores como Freire Filho (2006), que analisou a construção discursiva da adolescência feminina nas páginas da revista *Capricho*, e Cláudia Pereira (2003), que estudou a mesma publicação e realizou uma investigação com adolescentes de camadas médias e altas, moradoras da zona sul do Rio de Janeiro a partir do rótulo “patricinha”.

Além das revistas dirigidas às meninas, foram mencionadas pelos participantes publicações encartadas nos jornais impressos.

Eu pego só encarte na banca (Manuela).

¹³ Ao longo de 30 anos foi uma revista de fotonovela, dirigida a mulheres de faixa etária inespecífica. A partir de 1982, voltou seu foco para jovens de 15 a 29 anos. Em 1985, se firma como uma revista para adolescentes, adotando o slogan "A revista da gatinha". Seu público-alvo passa a ser de meninas entre 13 e 17 anos. As informações estão disponíveis em: <http://capricho.abril.com.br/revista/historia.shtml>.

¹⁴ A publicação mensal da editora Alto Astral completou, em 2013, 18 anos de existência. É dirigida a meninas de 12 a 17. Disponível em: < http://www.dinap.com.br/site/noticias/conteudo_399405.shtml>. Seu preço de capa, no entanto, é inferior ao da concorrente “Capricho”: custa R\$ 3,99 e a *Capricho*, R\$ 4,99, o exemplar.

¹⁵ Criada em 1995, Editora Escala.

Eu gosto daquela “Canal”. Não tem aquela “Canal”? [suplemento do jornal Extra] (Carol).

A referência ao rádio, que a exemplo da televisão tem grande capacidade de expansão para o ambiente coletivo, foi mais expressiva em um dos grupos, ainda que tenha sido citado nos demais, tanto nos questionários quanto na dinâmica. O meio é bastante acessado por eles para ouvir música. Neste caso, a audiência é individual, notadamente pelo aparelho de telefone celular.

A posse de rádio no país não é universal como a da televisão no Brasil, conforme os dados do censo de 2010, mas a grande maioria da população tem acesso a este bem. Em relação à população que vive em favelas (aglomerados subnormais, segundo o IBGE), o percentual dos domicílios com aparelhos de rádio varia de 68,42% a 95,26%, enquanto para aqueles que não moram nessas áreas, vai de 81,84 e 95,26%. Na Maré, 33.412 domicílios têm acesso ao rádio, o que representa 77,61% do total (IBGE: 2013),

Ressalta-se que a audiência dos adolescentes pesquisados ao noticiário jornalístico pelo rádio foi sempre vinculada ao hábito de um familiar, particularmente a mãe.

Todo dia, quando acorda, minha mãe liga o rádio e escuto as notícias que passam. (Bianca).

Minha mãe liga, para escutar a FM O Dia (Débora).

5 Itinerários e interesses em veículos jornalísticos

A televisão foi considerada por adolescentes de um dos grupos como o meio a partir do qual têm o primeiro contato com uma informação. Em seguida, se o assunto interessar, tomam a iniciativa de aprofundá-lo por meio de buscas na internet. Uma participante discordou dos colegas, registrando sua crítica ao noticiário televisivo. O argumento, porém, confirma a perspectiva da busca de mais informações pela internet: “Eu acho que na televisão é muito resumido. Vou direto para o site, que aprofunda mais” (Rafaela).

Em outro grupo, a primeira referência à TV foi negativa: “Só tem desgraça” (Lucas). A fala remete a uma crítica em relação ao noticiário, especialmente a programas que apelam ao grotesco. Guarda correspondência com a avaliação feita anteriormente pelo mesmo adolescente sobre o jornal Meia Hora.

Os telejornais foram mencionados em vários momentos da pesquisa. Houve, porém, diferenças significativas entre os participantes quanto às referências e ao interesse por programas nesse formato. Em um dos grupos, uma participante ressaltou que quando mencionou a televisão, pensou logo em telejornal. Outro integrante do mesmo grupo

avaliou alguns telejornais: “Acho que a Record tem muito conteúdo. A única coisa é que repete muito as notícias. Mas também assisto à Rede Globo”.

Em outro grupo, apenas um integrante citou o telejornal como produto televisivo pelo qual tinha interesse. Os demais participantes disseram que não assistiam ou que assistiam raramente. No entanto, os telejornais “Jornal Nacional”, da Rede Globo, e “SBT-Rio”, do SBT, foram citados em outro momento das discussões em grupo.

Seja para “aprofundar” as informações da TV ou no contato inicial, o acesso à internet segue lógicas e fluxos bastante distintos, decorrentes, em grande medida, das características e possibilidades de cada suporte¹⁶. A afirmação “São tantos que é difícil responder”, diante da pergunta sobre os produtos (sites, blogs etc) que acessavam, expressa essa diferenciação. Com base nas dinâmicas realizadas nos grupos, observou-se que o uso de buscadores para acessar conteúdos de interesse inibe também a atenção para os títulos de domínios e páginas visitadas.

Uma das questões relevantes para a compreensão das formas de acesso dos participantes da pesquisa à internet refere-se à seleção da página inicial do navegador. Embora este quesito não tenha atualmente o mesmo papel dos primórdios da *World Wide Web* – quando era preciso gravar o endereço da página que se pretendia visitar para acessá-la, e não apenas digitar algumas palavras no campo do localizador (*Uniform Resource Locator*) –, guarda importância simbólica, além de valor comercial.

O buscador Google foi a página inicial mais citada pelos participantes da pesquisa, seguido pela rede virtual Facebook. Em um dos grupos, houve referência a dois portais de empresas jornalísticas: R7 e Globo.com. O acesso a esses canais apareceu nas dinâmicas com os grupos. “Eu chego da escola e vejo todas as notícias pelo site.”(Mariana). Em outro grupo, a busca do noticiário foi uma das três motivações expressas para o acesso a sites. Além desta, citaram: curiosidades e acontecimentos históricos.

As notícias sobre acontecimentos em favelas mobilizaram a atenção dos participantes da pesquisa, particularmente aquelas relacionadas às comunidades onde vivem. Este registro foi sendo construído ao longo das dinâmicas, e não apenas por meio das respostas ao questionário. As formas de expressão a respeito do tema variaram de acordo com o contexto de discussão nos grupos. Um aspecto comum a todos foram as alusões a conteúdos jornalísticos com essa temática.

¹⁶ A televisão e a internet estão abordadas aqui em seu sentido estrito, como suportes distintos; o que não significa desconsiderar a perspectiva de convergência midiática, que não foi objeto de estudo.

Ao se referirem a esses materiais jornalísticos, os adolescentes os nomearam de maneiras variadas, tais como: “notícias do cotidiano”, “coisas mais próximas de mim”, “assuntos do dia a dia”, “temas atuais” ou “temas reais”. A fala a seguir aponta o interesse por assuntos relacionados a políticas públicas para as favelas, mas também a pluralidade de motivações para o acesso a produtos jornalísticos. “Eu gosto muito de ver sobre temas atuais, e não só reais. Gosto muito de ler sobre mitologia e sobre coisas fictícias; e também sobre temas atuais, como a pacificação de favelas, essas coisas” (Daniela).

Um colega de grupo restringiu sua preferência a conteúdos não ficcionais: “Geralmente, vejo o que está acontecendo atualmente; não gosto de ver coisa mais fictícia; prefiro algo mais realista” (Guilherme).

Outros participantes da pesquisa especificaram os assuntos de notícias que costumavam acessar: “roubos”, “policiais”, “bandos”, “mortes em favelas”, “a violência que vem acontecendo”, “segurança social”, “assuntos sociais e polêmicos”, “vandalismos”, “acontecimentos das ruas”, “notícias sociais”, “notícias sobre o mundo”, “as novidades”, “tudo o que rola no país”, “acontecimentos que têm importância para o pessoal da minha localidade”, “histórias e tragédias”.

A forte presença de temas relacionados à violência dentre os conteúdos jornalísticos que despertam interesse perpassou os encontros com os três grupos. Em diferentes momentos, os participantes manifestaram indignação com situações de violência noticiadas pelos veículos acessados, incluindo as que ocorreram em outros estados e países. Como contraponto, destaca-se a resposta de uma adolescente ao questionário, no qual manifesta sua preferência em acessar “notícias boas”.

O noticiário sobre as ações policiais em favelas, especificamente nas comunidades onde moram, foi mencionado nos três grupos como motivador de leitura de jornais impressos. “Se sair assim ‘Operação na favela, no Complexo da Maré, na comunidade Nova Holanda’, eu vou rapidinho no jornal lá pra ver o que tá acontecendo...” (Carol).

A fala aponta a permanência de um dos pressupostos clássicos de noticiabilidade: a proximidade. Cabe aqui a análise de Sodré (2009, p.58):

O sensível é uma categoria importante para se entender essa operação, uma vez que o local e o singular induzem emocionalmente à identificação do leitor com o acontecimento que, comunicado de forma apenas abstrata ou conceitual, poderia não mobilizar a atenção pública.

O interesse em acessar conteúdos jornalísticos sobre política e economia foi manifestado por dois adolescentes de um dos grupos, enquanto em outro grupo, a única

citação teve caráter de rejeição: “Vários assuntos, menos política” (Manuela). No terceiro grupo, embora não tenham nomeado a política como tema preferencial para o acesso a produtos jornalísticos, uma adolescente fez referência indireta, manifestando preferência por “assuntos relacionados ao estado de cultura e desenvolvimento do Brasil e às mudanças ocorridas no Rio de Janeiro” (Sabrina).

O gosto por acompanhar notícias e reportagens sobre moda e maquiagem também apareceu na pesquisa, citado apenas por meninas, marcando uma preferência de gênero. Outros temas listados pelos participantes de um dos grupos foram: notícias sobre meio ambiente, saúde, educação e novas tecnologias.

6 Diálogos possíveis

Ao dar ressonância às vozes de adolescentes residentes na Maré sobre a presença do jornalismo em seu cotidiano, a investigação iluminou, em primeiro lugar, o senso comum que aponta o baixo acesso a produtos jornalísticos por parte de indivíduos dessa faixa etária, particularmente aqueles oriundos de classes populares, associado ao desinteresse por esses materiais. Essas construções guardam correspondência com representações de adolescentes e jovens, em especial moradores de favelas, categoria sob forte escrutínio.

A busca por identificar os meios de comunicação acessados pelos participantes da pesquisa, de forma direta ou indireta, em particular produtos jornalísticos nos diferentes suportes (impressos, no rádio, na TV, na internet ou em todos, simultaneamente), levou em conta a permeabilidade dessa experiência, caracterizada por apelos de variadas matrizes, acoplados a mídias tradicionais ou a novas tecnologias.

O acesso, portanto, não está limitado à compra do jornal impresso, ao fato de o próprio adolescente ligar o aparelho de rádio ou de TV, sintonizar a rádio pelo celular para ouvir notícias ou navegar intencionalmente em sites e portais de empresas jornalísticas. O cardápio de produtos jornalísticos hoje está disponível em suportes diferentes e em formatos variados. Intencionalmente ou não, chega-se a ele por um clique no *link* que alguém postou em uma rede social na internet; por uma rápida virada de olhos em direção ao apresentador do telejornal em exibição na TV do bar no caminho de casa, reverberando aquilo que foi classificado como notícia, pelo filtro de jornalistas (produtores, repórteres e editores), para ter espaço na grade daquela edição; pela conversa ouvida no ônibus; e por tantas outras situações cotidianas (não exclusivas de quem vive nas grandes cidades, mas de forma potencializada nesses locais).

Alguns achados da pesquisa:

- A presença ativa de produtos jornalísticos no cotidiano dos participantes.
- A mediação da família no acesso a conteúdos jornalísticos no suporte televisivo e particularmente da mãe, no acesso a jornais impressos e ao rádio, o que inclui a escolha da publicação e da emissora.
- O uso da internet para o aprofundamento das informações acessadas na TV. A navegação parte preferencialmente de mecanismos de busca.
- A forte referência a temas do cotidiano, em especial aqueles relacionados à violência, dentre os conteúdos jornalísticos que despertam interesse e a percepção sobre o tratamento dado a essas notícias.

A compreensão de que o jornalismo não tem a prerrogativa de ser um intermediário exclusivo entre informações/discursos produzidos por públicos restritos e os consumidores dos veículos de comunicação não destitui sua potência de fazer circular aquilo que foi definido como notícia. A investigação com os adolescentes residentes na Maré apontou que ele continua a ocupar um importante espaço discursivo no cenário atual, dentro do campo de disputas de hegemonia.

Referências

BARBOSA, Jorge Luiz; DIAS, Caio Gonçalves (Org.). **Solos culturais**. Rio de Janeiro: Observatório de Favelas, 2013.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014.

BRISOLLA, F. Morador de favela está 'superligado' à internet, diz pesquisa. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 17 fev. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/02/1231878-morador-de-favela-esta-superligado-a-internet-diz-pesquisa.shtml>>. Acesso em: 10 out. 2013.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FREIRE FILHO, João. Novas perspectivas para o estudo da relação entre discursos midiáticos, juventude e poder. **Compós**, Belo Horizonte, ago. 2006. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/82/82>>. Acesso em: 5 ago. 2013.

_____. Retratos midiáticos da nova geração e a regulação do prazer juvenil. In: BORELLI, Silvia; FREIRE FILHO, João (Org.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: Educ, 2008.

IBGE. Conceitos. 2011. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/aglomerados_subnormais/agsn2010.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2013.

_____. Censo 2010. Disponível em <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em 3 dez. 2013

_____. Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar 2012. Rio de Janeiro: Ministério da Saúde, IBGE e MPOG, 2013.

NOVAES, Regina. Os jovens de hoje: contextos, diferenças e trajetórias. In: ALMEIDA, Isabel Mendes de e EUGENIO, Fernanda (orgs). **Culturas jovens: novos mapas do afeto**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

PEREIRA, Cláudia da Silva. Adolescente, feminino plural: um corpo em construção. **Gênero**, Niterói, v.4, n.1, p.151-168, 2.sem. 2003.

REDES DE DESENVOLVIMENTO DA MARÉ; OBSERVATÓRIO DE FAVELAS. **Guia de ruas Maré 2012**. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <http://redesdamare.org.br/wpcontent/uploads/2012/10/GuiaMare_Web.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2014.

ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia. **Juventude e consumo: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Teoria social crítica da era dos meios de comunicação de massa. 6ª ed. Petrópolis: Vozes, 1995.