
TRAVANCAS, Isabel. *Juventude e televisão*. Rio de Janeiro: FGV, 2007. 140 p.

Raphael Bispo*

Museu Nacional/Universidade Federal do Rio de Janeiro – Brasil

Quem consegue ser indiferente a um “campeão de audiência”? A antropóloga Isabel Travancas, em seu livro *Juventude e televisão*, nos mostra o quão difícil é para um produto jornalístico como o *Jornal Nacional* (JN) passar despercebido pelos mais desatentos dos telespectadores. Há 40 anos no ar, o telejornal consegue ser hoje captado pelas antenas de praticamente todos os lares do Brasil. Muitos brasileiros fazem suas refeições noturnas com os olhos atentos para as notícias transmitidas pela Rede Globo. Outros, por sua vez, ligam o aparelho eletrônico apenas por costume, e veem o jornal enquanto desempenham atividades paralelas. Mesmo diante de uma diversidade de maneiras de experimentar cotidianamente o programa televisivo, as pessoas em boa medida trazem as notícias e debates engendrados por ele para suas vivências diárias. Sendo assim, seja para criticá-lo ou apenas fornecer conversa com o outro, o JN inquieta os telespectadores.

A proposta de Travancas é um “estudo de recepção” do *Jornal Nacional*, nos termos dos pesquisadores da área de comunicação e afins. Como destaca a autora, os antropólogos têm contribuído para trabalhos sobre “recepção” televisiva por meio de uma abordagem mais etnográfica do tema. Longe de apenas buscar opiniões sobre aquilo a que assistem, a perspectiva antropológica procura compreender a maneira como determinados sujeitos interagem em seu cotidiano com os meios de comunicação. Sendo assim, com base nesta última proposta, a autora analisa as formas de assistir ao JN por jovens universitários moradores da cidade do Rio de Janeiro, sem abrir mão, é claro, das interpretações que fazem das notícias ali apresentadas.

Travancas concentrou sua pesquisa na frequência à casa de 16 estudantes da rede pública e particular do Rio de Janeiro. Eles eram na época da pesquisa

* Doutorando em Antropologia Social.

de campo alunos dos cursos de medicina e comunicação social, além de pedagogia e serviço social. Os jovens foram selecionados a partir de um questionário aplicado por ela em suas salas de aula, cujo objetivo principal era captar os seus gostos acerca da televisão.

Assim, o capítulo 1 de *Juventude e televisão* trata da análise desses 264 questionários, em cujas páginas os jovens se declaram assíduos telespectadores de programas jornalísticos e telenovelas, além de, mais importante, a grande maioria dizer assistir ao *Jornal Nacional* e quase a metade dela frequentemente (95,1% afirmaram que assistem ao programa e 47,2% destes com uma certa recorrência). As conclusões sobre os dados surpreenderam a pesquisadora, que por um momento acreditou que a juventude estaria afastada da mídia noticiosa. A ideia é compartilhada pelo próprio editor-chefe do telejornal, Willian Bonner, que numa entrevista concedida a Travancas (disponível no anexo 4 do livro) afirma que a juventude não é o “público-alvo” de seu programa. Assim declarou o jornalista:

Acho que a preocupação com faixa etária se daria se eu tivesse preocupado, se o foco número um do meu trabalho fosse audiência. Se fosse, eu teria, por exemplo, de melhorar a minha audiência com o público adolescente. Porque é um público muito menor do que nas demais faixas. Mas não é o meu foco. O meu foco é mostrar o que mais aconteceu de mais importante no Brasil e no mundo naquele dia. (p. 127).

Torna-se interessante perceber como o discurso do editor-chefe acerca do objetivo do JN acima explicitado, e bastante difundido em chamadas televisivas e publicitárias, é compartilhado por parcela dos jovens telespectadores que o assiste. Travancas transformou em categorias as qualidades e os defeitos do JN apontados pelos entrevistados nos questionários. As categorias positivas classificavam o telejornal de informativo, com notícias do Brasil e do mundo (bem próximo às características que Bonner classifica como o foco do JN), atual, variado, claro e completo. Por sua vez, as categorias negativas acionadas pelos estudantes foram de um programa tendencioso, manipulador, sem reflexão, parcial e fragmentado. A autora destacou que as categorias positivas e negativas apareciam numa mesma resposta. Assim, os jovens que elogiavam o telejornal também estabeleciam um senso crítico com relação às notícias por ele veiculadas.

No capítulo 2, a autora reflete sobre o processo de produção da notícia pelos jornalistas da televisão. Ela acompanhou durante todo um dia o intenso e desgastante esforço dos profissionais da redação do JN. Apesar de a pesquisa atentar para a recepção do noticiário – e não para a sua produção – Travancas nos fornece preciosas informações acerca da rotina dos jornalistas: as inúmeras reuniões diárias para discutir sobre as notícias que irão ao ar naquele mesmo dia; a distribuição das tarefas em equipe; a necessidade de fazer um jornal que privilegie não apenas as notícias negativas; a tensão e expectativa quando chega o *deadline* (os minutos finais antes do início do telejornal); a hierarquia e poder de interferência no programa entre os jornalistas da redação, entre outros dados. Para a autora, o JN aposta na agilidade e na rapidez das notícias curtas, selecionadas a partir de um amplo universo de fatos ocorridos desde o programa do dia anterior. Os critérios não são aleatórios e levam em consideração o “contrato” entre o veículo e o público que lhe seria mais fiel. Sendo assim, a tentativa de satisfazer a audiência faria do *Jornal Nacional* uma produção de entretenimento, que enfoca os acontecimentos mais fora do comum, excepcionais, e a vida privada de pessoas notórias.

O terceiro e último capítulo de *Juventude e televisão* consiste na apresentação dos dados da pesquisa etnográfica com os jovens universitários. Boa parte dos entrevistados dizia que o telejornal lhes conferia uma sensação de estarem informados sobre o que acontece no Brasil e no mundo. Assistir aos noticiários bem como ler jornais todos os dias é tido por eles como uma “necessidade básica” para se conseguir um espaço privilegiado no mercado de trabalho. Entretanto, essa perspectiva positiva dos telejornais levava os jovens a ponderar suas opiniões e destacar que os “assistiam conscientemente”. A entrada na universidade é um fator importante para se perceberem como mais críticos e preocupados com os meios de comunicação de massa. Dessa maneira, a trajetória do JN é narrada como permeada por manipulações e omissões de fatos, como o clássico caso da cobertura do movimento das “Diretas Já”, na década de 1980. Assim, o grupo pesquisado se achava preparado para fazer uma leitura mais crítica dos programas televisivos, diferentemente da população pouco escolarizada que, na opinião desses jovens, seria mais ingênua e facilmente manipulável.

Mesmo com o destaque ao caráter informativo do JN, os discursos da juventude constroem o programa como uma fonte de relaxamento, prazer e diversão. Não apenas as telenovelas e humorísticos, mas também o jornalismo

televisivo serve como forma de esquecer problemas do dia a dia e descansar depois de uma rotina intensa. Travancas acredita que tal percepção de entretenimento do JN se deve a dois fatores: primeiramente, pela “naturalização” da televisão no cotidiano desses jovens e a intimidade que eles estabelecem com ela, na medida em que suas relações com o aparelho são diferentes das gerações que experimentaram a entrada do veículo em seus lares a partir dos anos 1960. Por fim, tudo o que é retratado no jornalístico é visto pelos jovens espectadores como um “outro mundo” e não aquele mais próximo de seu cotidiano, favorecendo um distanciamento e pouco envolvimento dos jovens com aquilo que observam.

Juventude e televisão é mais uma contribuição aos estudos antropológicos sobre os *media* e a maneira como os indivíduos se relacionam com eles. Tradicionalmente, as experiências etnográficas têm dado pouca atenção a tal perspectiva analítica, mesmo quando o pesquisador constata a centralidade dos programas televisivos nas experiências cotidianas de muitos de seus interlocutores de pesquisa. Como nos mostra Travancas, costuma-se dizer que existem mais aparelhos de televisão do que geladeiras nos domicílios do Brasil. Logo, é importante que a antropologia dê maior dimensão em suas análises à maneira como os indivíduos experimentam o mundo através dos meios de comunicação.