

O telejornal de Bart e Lisa Simpson

Igor Sacramento

Toda mídia imagina seu público. O *Jornal Nacional* também imagina o seu: o Homer Simpson, um homem que já passou dos 40, que está infeliz com o trabalho, que tem que sustentar a mulher e três filhos (dois adolescentes e uma criança), que tem como maior diversão a cerveja com os amigos no, de sempre, Bar do Moe e que já está acomodado demais para mudar. Um homem médio da classe média; é preguiçoso e tem raciocínio lento. Como disse o editor-chefe do telejornal mais importante do país, William Bonner, numa polêmica reunião de pauta em que professores universitários estavam presentes, o programa é feito para que “o Homer possa entender” (Leal Filho, 2005). Se ele não entende, não entra.

Todavia, Bart e Lisa também assistem ao programa; gostam e desgostam, aceitam e questionam assim como os Homers do Brasil. Fazem isso por eles mesmos ou pela formação social que os constitui? No fundo, há mesmo diferenças entre esses extremos?

Isabel Travancas, no recém-lançado *Juventude e televisão* (2007), propõe um estudo da recepção daquele noticiário televisivo a partir de um grupo de 16 jovens universitários cariocas de diferentes classes sociais, estilos de vida, bairros de moradia, carreiras e religiões. Cinco são alunos de Serviço Social; cinco, de Comunicação Social; três, de Pedagogia; e três, de Medicina. Cinco moram na Zona Sul; dois, na Tijuca; cinco na Zona Norte; uma, na Barra; dois, na Cidade de Deus; e dois são de fora do Rio de Janeiro, residentes no alojamento estudantil da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Os entrevistados foram selecionados de uma amostra muito maior. A pesquisadora colheu 264 questionários respondidos por outros estudantes de universidades públicas e particulares. Ao longo do trabalho, ela faz uma análise estática minuciosa dos dados obtidos. A maioria dos jovens tem entre 20 e 22 anos, com a exceção de dois que têm mais de 30, mas que foram incluídos “porque se mostraram interessados em participar e disponíveis para a recepção” e, além disso, “seus depoimentos apresentaram aspectos interessantes para analisar a questão do estudante universitário” (Travancas, 2007:75). Como ela afirma, a situação de universitário tem uma transitoriedade própria da juventude.

Travancas (2007:61) também faz questão de frisar que está lidando com uma categoria privilegiada na cultura de massa das sociedades capitalistas e que é mais ampla do que simplesmente faixa etária. Todavia, a autora não define a amplitude que enxerga na

· TRAVANCAS,
· Isabel.

· *Juventude e*
· *televisão: um*
· *estudo de*
· *recepção do*
· *Jornal Nacional*
· *entre jovens*
· *universitários*
· *cariocas.*

· Rio de Janeiro:

· FGV,

· 2007

juventude, mas a trata como uma “transitoriedade entendida como etapa de transição, que implica a passagem de uma condição social mais dependente para o ingresso na vida adulta” (2007:93-94), retomando, assim, a classificação etária. Por haver essa inquietação própria da idade, como faz entender a autora, os jovens sempre reagem e se posicionam em relação às matérias do programa e nunca são indiferentes a elas. Mas, afinal, o que é ser jovem? Quais discursos, em diferentes épocas, são construídos sobre a juventude? Como esses discursos (da arte, da moda, da beleza, da mídia, da ciência) colidem, circulam e se articulam e possibilitam a existência de conceitos de juventude tão instáveis e distintos num mesmo tempo e espaço?

A discussão acerca da dicotomia entre a atividade e a passividade do receptor é, sem dúvida, a maior contribuição dos Estudos de Recepção, uma tendência que não é nova nos Estudos de Comunicação. Na década de 1940, Paul Lazarsfeld acreditava que os conteúdos veiculados pelos meios de comunicação de massa ganhavam sentidos múltiplos a partir de sua transmissão, principalmente pelo “boca-a-boca”, o que contraria a teoria da “agulha hipodérmica”, forjada por Harold Laswell nos anos 1920, para quem a mídia “injeta” mensagens diretamente em seus receptores, sem qualquer tipo de resignificação, e a teoria de um “consumidor passivo, alienado e dócil” tal como foi moldada pela Escola de Frankfurt (Fiske, 1990). Dessa forma, o novo campo se configurou para estudar como diferentes grupos interagem com os produtos midiáticos, relacionando-os e incorporando-os às suas experiências cotidianas.

O receptor como um indivíduo ativo remonta ao conceito de agência tão caro às Ciências Sociais (Jenks, 1998; Walsh, 1998), em que os indivíduos são capazes de agir livremente sobre o terreno social, construindo sua própria experiência de realidade com outros indivíduos que também estão livres dos constrangimentos sociais e são capazes de controlar seus destinos e suas ações. No extremo oposto, está a noção de receptor como um indivíduo passivo que é apenas reprodutor de normas e condutas já previamente estabelecidas pela estrutura social num momento anterior à sua existência e independente de suas ações. Acredito que o maior desafio dos Estudos de Recepção é o de evitar a anulação de uma perspectiva em nome da supervalorização da outra, mas buscar trabalhar com as duas de maneira articulada.

No Brasil, a partir dos anos 1980, as pesquisas de recepção se consolidam. Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) trabalha com a recepção do *Jornal Nacional* entre trabalhadores de duas localidades, no bairro operário Paicará (Guarujá, SP) e no bairro também operário

Lagoa Seca (Natal, RN), por meio de uma pesquisa-ação. Ela consiste numa estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo (no caso, o tratamento dado por aquele telejornal às notícias nacionais) e no qual o pesquisador e os participantes estão envolvidos de modo cooperativo e participativo. Lins da Silva conclui que, mesmo nas camadas mais humildes da sociedade, há consciência crítica em relação ao fenômeno televisivo.

Outro trabalho desse momento fundador é o de Ondina Fachel Leal (1986), que é uma densa etnografia que discute as diferentes apropriações e comportamentos produzidos pela assistência da telenovela *Sol de verão* (1982/1983) em dez famílias separadas em dois grupos “o popular e o dominante. A pesquisa é complementada por uma série de fotografias das casas dos entrevistados, compondo uma “etnografia dos objetos” com a finalidade de mostrar as preferências estéticas dos receptores da novela como estratégias de distinção social, e como a televisão, no conjunto dos objetos domésticos, recebe diferentes significações nas decorações de cada residência. Essa é a maneira que a autora encontrou para esmiuçar a sua “etnografia da audiência”, analisando como os grupos se comportam diante da tensão da ficção e do real proposta a partir da telenovela. No grupo popular, há um distanciamento menor do universo ficcional, já que é feita uma ponte entre o seu cotidiano e o imaginário da ficção seriada. Já no dominante, há um afastamento maior que tem a intenção de marcar a irrealidade do ficcional.

Mais recente, o coletivo *Vivendo com a telenovela* (2002) consolida a perspectiva das mediações socioculturais e toma a recepção de maneira multidisciplinar para poder abranger tanto o espaço da produção quanto o tempo do consumo. São analisados detalhadamente quatro lugares de mediação: o cotidiano familiar e a relação com a telenovela; a subjetividade dos sujeitos e a reelaboração dos conteúdos simbólicos; o gênero ficcional como estratégia de comunicação e reconhecimento cultural; e a videotécnica da televisão como processo de produção e dispositivos técnicos de teledramaturgia.

Dentro desse campo, Isabel Travancas (2007:68) promete uma abordagem diferente que aposta num receptor ativo, num indivíduo particular, mesmo levando em conta o contexto em que vive e como se dá a sua relação com a televisão e a recepção dentro do ambiente familiar. A autora ainda tem a intenção de observar quais conflitos estão expressos nos discursos de cada jovem sobre a TV e seus programas, e “em que medida a televisão é um elemento

de união e troca ou, ao contrário, fonte de disputas e luta de forças”. Essas são as promessas, e delas surgem muitas expectativas.

Para atingir tal objetivo, o livro é dividido em três partes e ainda conta com quatro anexos. *O Jornal Nacional e os jovens do Rio* introduz o leitor ao universo do telejornal que atinge uma média de vinte milhões de brasileiros e dos jovens entrevistados, moradores dos mais diferentes bairros da cidade. Para mostrar isso, a autora oferece diversos gráficos (índices de audiência do programa; a proporção de domicílios com microcomputador por regiões administrativas; bairros de residência dos estudantes entrevistados; e a proporção dos cursos, dos sexos e da faixa etária), cruzando as informações.

Depois, em *A TV e a notícia*, Travancas constrói um breve histórico do telejornal, discute também rapidamente o conceito de notícia defendido por ele, menciona a importância da televisão na sociedade contemporânea, pincela algumas obras importantes para a discussão e narra um dia que passou na redação do *Jornal Nacional*. Neste momento, vem à memória a “etnografia da produção” que a mesma autora fez em livro anterior, *O mundo dos jornalistas* (1993), em que discutiu a constituição da identidade social do jornalista através de entrevistas com vários profissionais em seu trabalho e em seu cotidiano.

Finalmente, em *Os filhos da televisão*, a autora faz um levantamento das pesquisas de referência acerca da juventude e da recepção televisiva. Só depois, ela dedica menos de vinte páginas para a etnografia propriamente dita. O pouco espaço inviabiliza o cumprimento das promessas. Faltou descrição. Quase nada se sabe sobre o modo específico e individual, sobre os “modos de ver”, que tanto defende a autora (Travancas, 2007:69-86), acionados por cada jovem que interage com o programa, sobre o tipo de relação travada com o conteúdo do programa e com a televisão como instituição e como aparelho doméstico. Fica difícil, por isso, perceber como os critérios classistas, geográficos, religiosos, estilísticos e profissionais implicam tão distintas interpretações, apropriações e negações. Nesse sentido, a opção por usar, em muitos momentos, as falas dos entrevistados na forma de discurso indireto é uma outra dificuldade. Não há como saber onde termina e onde começa a fala da pesquisadora e do pesquisado, onde há incorporação e onde há enfrentamento e desconfiança. No lugar disso, Travancas acaba tomando os discursos colhidos como uma verdade acabada e encerrada nela mesma, por não colocá-los em perspectiva, por não mostrar as suas nuances e as múltiplas vozes sociais que os constituem.

Todavia, essas poucas vinte páginas guardam o ponto alto do livro. Travancas (2007:67) se recorda do trabalho de Alves (1981), que trata a televisão como um “relógio social”, que organiza as rotinas, destaca os rituais e enfatiza os papéis da vida familiar. Isso abre o caminho para a discussão das estratégias que permitem que a televisão se naturalize como um sistema de controle, delineando as mais diferentes experiências cotidianas (a entrada na universidade, a escolha do curso, o consumo cultural e o posicionamento político), indicando os comportamentos aceitáveis para os indivíduos nesses diferentes momentos e sugerindo o que deve ser lembrando e esquecido. A autora reforça a idéia de sugestão, porque acredita que os meios de comunicação de massa não têm o poder de impor valores, condutas e normas sem negociar e acredita também que os sujeitos são capazes de fazer escolhas individualmente.

O primeiro anexo, *A cobertura das Diretas: memória em disputa*, não faz parte, como reconhece a autora, do estudo de recepção, mas foi incluído por discutir um tema muito polêmico da história da TV Globo e do *Jornal Nacional*, especificamente. A emissora e seu principal telejornal foram acusados de acobertarem as mobilizações pelas eleições diretas que aconteceram no Rio de Janeiro e em São Paulo, entre o final de 1983 e o início de 1984. Travancas mapeia a questão a partir do enfrentamento entre a “memória institucional” (Ali Kamel e Memória Globo) e a “memória social” (Eugênio Bucci, Mário Sérgio Conti, Murilo César Ramos e Venício Arthur de Lima).

Em *Questionários e estatísticas*, a autora disponibiliza o questionário utilizado e uma análise crítica dos dados levantados em forma de inúmeros gráficos sobre curso, idade, sexo, se vê televisão, quais programas, se assiste ao *Jornal Nacional* e se gosta dele. Depois, ela apresenta os dados do Ibope do programa, aferido durante a realização das entrevistas. E, finalmente, o último anexo é uma entrevista com William Bonner, e a sua fala é uma volta.

O nosso público principal não é mais popular. Isso é curioso. No entanto, quando você fala no Brasil em classe B ou classe A, isso não tem nada a ver com bagagem cultural. Você tem pessoas que têm posses, uma condição financeira melhor, e, no entanto, não têm bagagem cultural melhor por isso obrigatoriamente. Então, é um público que tem grandes dificuldades de entender temas complexos, grande dificuldade de abstração para temas que exigem abstração, para a macroeconomia, por exemplo. Então, nesses momentos, temos que triplicar a atenção e traduzir as coisas aparentemente mais simples (Bonner *apud* Travancas, 2007:131-132).

Voltamos ao público imaginado pelo *Jornal Nacional*. Bart e Lisa são coadjuvantes. Protagonista mesmo é o Homer. Mas *Juventude e televisão* é importante por dizer o contrário: no convívio com a televisão, nós, telespectadores, somos todos protagonistas. Será mesmo?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FISKE, John. *Introduction to Communication Studies*. Londres: Routledge, 1990.
- JENKS, Chirs. “Active/Passive”, in *Core Sociological Dichotomies*. Londres: Sage Publications, 1998.
- LEAL FILHO, Laurindo. “De Bonner para Homer”, in *Carta Capital*, 07/12/2005.
- LEAL, Ondina Fachel. *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Muito além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores*. São Paulo: Summus Editorial, 1985.
- BORELLI, Sílvia Helena Simões; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.
- TRAVANCAS, Isabel. *Juventude e televisão: um estudo de recepção do Jornal Nacional entre jovens universitários cariocas*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- _____. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus Editorial, 1993.
- WALSH, David F. “Structure/Agency”, in JENKS, Chirs (org.), *Core Sociological Dichotomies*. Londres: Sage Publications, 1998.

IGOR SACRAMENTO é jornalista e mestrando em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Atualmente, dedica-se à escritura de sua dissertação, intitulada “Depois da revolução, a televisão: cineastas de esquerda e o jornalismo televisivo”. É vencedor do I Prêmio Francisco Morel, oferecido ao melhor artigo apresentado à Intercom por aluno de mestrado.