

Legitimidade e Representação: análise de popularidade do Governo Lula por jovens entre dezesseis e dezoito anos¹

Elis Rodrigues da Costa*
Fernando A. G. Castro Moura*
Joel Rosa da Luz*
Marcio Anderson Kontopp*

RESUMO: O presente trabalho analisará as relações entre o discurso jornalístico e o processo de legitimação deste pelos sujeitos sob ele submetidos. Desta forma, tentaremos compreender como o *habitus* de consumo de informação afeta as opiniões subjetivas. Entendemos que a diversidade de fatores que interferem na formação de opinião dificulta a formulação de hipóteses sobre quais são seus principais elementos constitutivos. Afirmar que tão somente o discurso jornalístico o faz seria minimamente irresponsável e incoerente. Não partimos desta premissa. Temos como problemática principal analisar, através do processo de apropriação ou não do discurso jornalístico, como se dá a relação do sujeito com o discurso socialmente legitimado. Neste processo, tomamos como objeto de observação de um grupo de jovens com idade entre dezesseis e dezoito anos, para analisarmos como o discurso jornalístico poderia atuar nas representações construídas pelo grupo sobre a popularidade do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e seu governo.

Palavras-chave: Legitimidade; Representação; Popularidade; Governo Lula.

1. Introdução

Pierre Bourdieu, em *O Poder Simbólico*, afirma que a atividade de investigação científica é uma atividade essencialmente *racional*, em detrimento de uma concepção fantasiosa, da qual o pesquisador se utiliza escusamente da pesquisa como forma de proteger a concepção que faz de seu objeto de estudo e consequentemente, de si próprio. Por racional, se entende uma

* Acadêmicos(a) do Curso de Graduação em Ciências Sociais - UFSC. Respectivos e-mails: elisemregina@gmail.com; fertreze@yahoo.com.br; joelhc@gmail.com; marciokontopp@hotmail.com.br

concepção mais realista da pesquisa, da qual está inerentemente associada às minúcias do trabalho científico, às resistências encontradas no campo e às inevitáveis surpresas que se concretizam durante o desenrolar do trabalho. Estas dificuldades são inerentes à atividade de pesquisa, porque esta difere de "um show, de uma exibição na qual se procura ser visto e mostrar o que se vale. É um discurso em que a gente se expõe, no qual se correm riscos" (BOURDIEU, 1987, p. 18).

A compreensão da pesquisa como um campo exposto a riscos nos é oportuna por dois motivos: ela por si justifica o tema de nossa pesquisa, em face de se tratar de um assunto delicado e que foi considerado em algum momento como uma tentativa de "forçar um encaixe" da teoria sobre a realidade². Assumimos os riscos e travamos o esforço intelectual, lançando mão de uma compreensão das construções elaboradas pelo sujeito a partir de um discurso que é, ao mesmo tempo, legítimo e legitimador. Em um segundo momento, esta afirmação nos inspirou a adotar uma postura de maior intimidade com a experiência vivenciada no decorrer da pesquisa. Priorizamos um estilo de texto cadenciado, no qual procuramos cotejar a experiência em campo com nossas interpretações teóricas. O fazemos por acreditarmos que o momento em que o pesquisador realmente "se expõe" é no campo, realizando entrevistas, reuniões, agendamentos, aplicando questionários.

Não queremos, de forma alguma, minimizar a utilização adequada de conceitos, correta contextualização teórica e demais atividades que se prestam a tal. No entanto, nos parece evidente que, ao utilizarmos conceitos fundamentados e teorias academicamente "aceitas", as responsabilidades e consequências assumidas pelo pesquisador são potencialmente menores do que as oferecidas pelo campo.

Ao ser apresentada a linha geral de pesquisa, fomos compelidos a fazer uma correlação entre política e mídia, de forma a entender como seria possível explicar os elevados índices de popularidade do presidente da república, Luiz Inácio da Silva, em face de um discurso midiático de rechaçamento sobre o desempenho geral do governo sobre a égide de Lula - discurso esse veiculado por setores específicos da mídia e que são aparentemente caracterizados por formularem este tipo de opinião. Para nossa análise, o principal referencial teórico utilizado foi o sociólogo Pierre Bourdieu.

Tomamos como público alvo de nosso estudo de caso os alunos do Ensino Médio do Colégio de Aplicação da Universidade

Federal de Santa Catarina, realizando uma seleção prévia - através da aplicação de questionários - de colaboradores para participarem de um grupo de debate, no qual foi efetuada a leitura de uma reportagem extraída da revista *Veja*. Em seguida, deu-se um debate sobre questões pertinentes tanto ao tema do texto apresentado quanto às formulações gerais desta pesquisa. Este material colhido no campo será utilizado durante todo o decorrer do texto.

2. Metodologia e dificuldades no campo

Para realizarmos nossa pesquisa, partimos ao campo em busca de indivíduos que se enquadrassem na faixa etária pretendida – entre dezesseis e dezoito anos –, e que estivessem dispostos a responder um questionário e participar de um grupo de debate.

Inicialmente, cabe explicarmos o motivo de elegermos esta faixa etária específica. Como encontrávamo-nos em ano eleitoral para o cargo presidencial, consideramos relevante analisarmos uma das faixas etárias cujo voto é facultativo, isto é, ou jovens entre dezesseis e dezoito anos ou idosos acima de 70 anos. Partíamos do princípio de que o primeiro grupo possui a seguinte configuração: encontrava-se no início de sua vida eleitoral, onde alguns dos indivíduos poderiam ter decidido recentemente se votariam ou não nas Eleições Presidenciais de 2010³; outros pela primeira vez, procuravam se informar e entender a política no país de uma forma mais ou menos crítica; outros sequer se preocupavam com isso.

Para tal, decidimos ir a um local onde se concentram jovens com a referida faixa etária: as escolas. Dirigimo-nos a colégios que ofereciam aulas para o Ensino Médio, algo que envolveu uma série de complicações. Primeiramente, fomos a uma instituição de ensino particular onde um dos integrantes de nosso grupo de pesquisa já havia trabalhado, pois acreditávamos que este fator permitiria uma aproximação para que realizássemos nosso empreendimento. Entretanto, algumas pessoas deste colégio não se mostraram solícitas para a realização de nosso trabalho com seus alunos. Conversamos com a Coordenadora Geral da escola que marcou uma reunião nossa com o professor de Atualidades. Contudo, a reunião não surtiu o efeito que esperávamos, pois tanto o professor quanto a direção do colégio alegaram que seria necessária a obtenção do aval de todos os pais dos alunos, algo que seria extremamente difícil; outro motivo que inviabilizaria nossa incursão por lá seria que as atividades do colégio estavam em um momento delicado – de fato, era final de semestre – e

uma pesquisa nos moldes que apresentávamos seria praticamente impossível.

Após inúmeras conversas neste colégio e duas semanas de trabalho transcorridas, procuramos outra instituição de ensino, desta vez o Colégio de Aplicação da Universidade Federal de Santa Catarina. Marcamos então uma reunião com a Coordenadora de Pesquisa e Extensão e a apresentamos nosso projeto, explicando o motivo de estarmos fazendo a pesquisa, nossos objetivos e como gostaríamos de fazer, amparados por um documento explicativo devidamente carimbado e assinado pelo Prof. Dr. Jacques Mick, que orientou nosso projeto. Depois de conseguirmos a aprovação do projeto por esta coordenadoria, agendamos uma reunião com a Coordenadora de Ensino Médio do colégio, D^a Carmem⁴. Explicamos a ela os detalhes do projeto, e entre carimbos e assinaturas, fomos orientados a voltar no dia seguinte para conversarmos com o professor de História, para ver se ele nos ajudaria de alguma forma.

Nesta nova reunião, explicamos nosso projeto ao professor mencionado que demonstrou interesse em nossa pesquisa, mas que infelizmente não pôde nos auxiliar, pois seus horários não condiziam com os nossos. Voltamos a conversar com D^a Carmem, que felizmente mostrou-se muito solícita e se ofereceu a passar em sala de aula naquele momento – os alunos estavam em aula – para que começássemos a desenvolver nossa pesquisa.

Munidos de questionários, autorização para os pais, acompanhados da coordenadora de Ensino Médio do colégio e contando com o consentimento e paciência dos professores que davam aula naquele horário, explicamos aos alunos sobre nosso projeto e aplicamos os questionários⁵. Este foi preenchido por oitenta e três alunos, divididos em quatro salas, todos cursando o segundo ano do Ensino Médio do período matutino.

A ideia da utilização do questionário – além de filtrar os jovens que tinham entre dezesseis e dezoito anos - era de procurarmos identificar os posicionamentos daqueles jovens em relação ao Governo Federal e ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva, além de tentarmos mapear o *habitus* de consumo midiático daqueles jovens, bem como o número de indivíduos que iriam ou não votar. Dos oitenta e três jovens, sessenta e sete tinham a idade que requisitávamos; convidamos então os alunos a participarem de um grupo de discussão que se realizaria no dia seguinte, no período da tarde, no qual quinze alunos se disponibilizaram a participar, sendo que treze compareceram de fato⁶. O objetivo de formarmos este grupo era analisarmos as

representações que estes indivíduos tinham sobre o presidente Luiz Inácio Lula da Silva e sobre o Governo Federal, bem como o entendimento que eles tinham sobre o papel da mídia em geral. A discussão teve como elemento provocativo a leitura da seguinte reportagem: *No tropeço aprende-se a andar*, escrita por Diogo Schelp, publicada no dia 24 de março de 2010 na edição 2957 da Revista Veja⁷.

3. Análise dos questionários – *habitus* de leitura, avaliação do governo Lula e seu desempenho

A escolha da aplicação dos questionários somente entre alunos do segundo ano do ensino médio deu-se conjuntamente com a Coordenação de Ensino e Extensão e a Coordenadoria Pedagógica da escola, a partir da idade considerada ideal para cursar o ensino médio (entre 15 a 17 anos), além de compreendermos que uma amostra maior poderia demandar um tempo excessivo para uma análise detalhada dos dados.

O questionário, aplicado no mês de junho de 2010, compôs-se de nove perguntas, divididas em dois módulos: hábito de leitura e consumo midiático e análise de popularidade do governo Lula e seu desempenho pessoal. Um número maior de perguntas poderia ser realizado, mas correríamos o risco de torná-lo algo cansativo e de difícil aplicação.

Para examinarmos o campo de produção e recepção do discurso jornalístico por estudantes entre 16 e 18 anos que cursam o ensino médio, é necessário primeiramente efetuamos uma contextualização deste nível de ensino na educação escolar brasileira, de forma a relacionar o fragmento da realidade escolhida com o todo, para compreendermos os princípios ou mecanismos que o são exteriores, nas suas relações com outros objetos.

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2005, de 18 milhões de pessoas entre 15 e 19 anos, apenas 45% estavam matriculados no ensino médio, o que demonstra a defasagem escolar brasileira. Mais da metade dos jovens em idade para cursar o ensino médio estão fora deste nível, porque abandonaram a escola ou por ainda estarem no ensino fundamental, além daqueles que não ingressaram na vida escolar⁸.

O atraso escolar também foi perceptível entre os alunos em que aplicamos o questionário. A idade indicada pela cultura escolar para os estudantes cursarem o segundo do ensino médio é entre 15 e 16 anos.

No entanto, dos 83 questionários aplicados, cerca de 37,35% dos alunos encontravam-se acima da idade desejada:



Pierre Bourdieu (1998) afirma que existem mecanismos de eliminação que agem durante toda a carreira escolar. As diferenças no desempenho escolar são atribuídas aos valores implícitos e interiorizados da herança cultural dos estudantes transmitida pelas agências formadoras do *habitus* (como a família, por exemplo). Essa herança seria a responsável pela diferença inicial durante a infância diante da experiência escolar e das suas diferentes taxas de êxito.

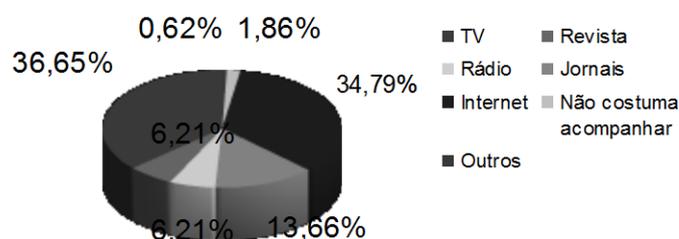
As relações dos estudantes com o sistema escolar e a família estabelecem disposições duráveis inconscientes que orientam as práticas sociais destes discentes, que lhes permite agir de acordo com as possibilidades existentes no interior dessa estrutura objetiva: o *habitus*. Desta forma, a relação entre o campo escolar e as disposições duráveis que constituem a matriz de percepções, apreciações e ações dos agentes depende do acúmulo de capitais (diferentes formas de poder), que pode ser econômico ou imaterial (simbólico, social, cultural, político). A leitura e interpretação de textos também são influenciadas pelo *habitus*, pois a recepção do que é lido resulta de referências culturais e protocolos internalizados.

A primeira pergunta proposta pelos questionários foi referente ao principal meio utilizado pelos estudantes para saber das notícias. Conforme verificamos com a aplicação de questionários, a maioria dos estudantes pesquisados afirma que a principal forma de acompanhamento de notícias é através da televisão (36,65 %) e da internet (34,79%), sendo que um pequeno número ainda assumiu não acompanhar notícias (1,86%). Quando questionados sobre a leitura de

revistas, 28 alunos informaram que não leem revistas e poucos costumam ler jornais (13,66%). No grupo que lêem revistas, as mais assinaladas foram as seguintes: *Superinteressante* (16,87%), *Veja* (13,23%), revistas adolescentes como *Capricho* e *Atrevida* (7,23%), *Época* (7,23%) e *Istoé* (6,02%):

Grande parte dos pesquisados demonstram ter algum nível de

Principais meios de acessos



acesso à internet, mas a sua utilização não se encontra vinculada diretamente com a leitura de matérias, cerca de 49,25% respondeu que lê notícias pela internet apenas às vezes, e 31,34% alegam sempre buscarem notícias.

Pode-se observar que o grande número de informações a que somos submetidos atualmente pode proporcionar o acompanhamento mais aprofundado de alguns temas pelos quais tem afinidade ou necessidade. Quando perguntados sobre qual o tema ao qual costumavam buscar informações, o mais citado como principal foi *esporte* (29 alunos), sendo que um número menor escolheu também: notícias locais, ciência, política, artes, programação cultural, meio ambiente, reportagens policiais e moda.

A partir deste conhecimento de alguns hábitos de consumo de notícias jornalísticas, buscamos conhecer qual era a avaliação que os pesquisados tinham da atuação do governo Lula e de seu desempenho pessoal. Para isso pedimos para que os alunos atribuíssem uma nota de 1 a 10 aos dois aspectos perguntados, sendo 1 equivalente a péssimo e 10 considerado excelente.

As notas atribuídas ao governo federal na gestão de Lula e ao desempenho do presidente foram aproximadas, na maioria dos questionários. A menor nota conferida a ambos foi 3 e a máxima 10.

Ao realizarmos uma média das notas destinadas aos dois elementos questionados obtivemos as seguintes avaliações: 6,97 para o Governo Lula e 7,65 para o desempenho individual do presidente. Vale compararmos os dados acima com pesquisa nacional realizada pela Voz Populi, pesquisa esta registrada no mesmo período:

E de uma maneira geral, como você avalia o desempenho do presidente Lula à frente do governo federal?
Está sendo: Ótimo, bom, regular, ruim ou péssimo?

Otimo	31%
Bom	47%
Regular positivo	15%
Regular negativo	3%
Ruim	2%
Péssimo	2%
NS/NR	0%
TOTAL	100%
BASE	3000

TABELA AGREGADA

Positiva	78%
Regular	18%
Negativa	4%
NS/NR	0%
TOTAL	100%
BASE	3000

	Sexo		Idade				
	Masc.	Fem.	16 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou mais
Positiva	80%	76%	77%	79%	79%	79%	77%
Regular	17%	20%	19%	18%	17%	18%	20%
Negativa	3%	4%	4%	3%	4%	3%	3%
NS/NR	0%	0%	0%	-	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	1452	1548	552	351	667	545	884

Fonte: Vox Populi

Desta forma, pode-se compreender que a avaliação do governo Lula e de seu desempenho pessoal, segundo a análise dos estudantes, é satisfatória, e vai ao encontro da mesma avaliação realizada em âmbito nacional. Para compreendermos alguns dos fatores que implicam na avaliação dos estudantes, realizamos um debate com treze alunos sobre suas considerações do governo, da pessoa do presidente e de suas visões sobre a mídia. Antes de analisá-lo, cabe fazermos algumas considerações acerca da articulação entre o *campo jornalístico* e o *campo político*, à luz de Pierre Bourdieu.

4. A lógica do mercado: algumas intersecções entre os campos jornalístico e político

A relação entre as diferentes análises elaboradas nos meios de comunicação demonstram a disputa pelo controle da produção, legitimação e hierarquização dos discursos produzidos. Segundo Bourdieu (1997), neste embate, os agentes que se localizam em posições dominantes tendem a adotar estratégias conservadoras, conscientemente ou não, para manter sua posição e a estrutura atual. Os indivíduos que se encontram em posições inferiores podem assumir dois posicionamentos: aceitar a condição de inferioridade (podendo ou não aproximar-se do padrão dominante) ou contestar os padrões considerados dominantes. Desta forma, podemos compreender que a produção do discurso jornalístico é um campo de disputas.

De acordo com Pierre Bourdieu, um campo deve ser entendido como um espaço que se relaciona tanto com o mundo que lhe é exterior quanto com seu próprio universo interno. Ele determina em que grau e que tipos de capital são detentores de poder; isto significa que a posição hierárquica de cada agente em relação aos demais está vinculada ao peso relativo do capital simbólico que ele detém. Logo, o campo pode ser visto como um espaço de disputas pelo monopólio legítimo da violência simbólica. Bourdieu (1997, p. 22) afirma que

a violência simbólica é uma violência que se exerce com a cumplicidade tácita dos que a sofrem e também, com frequência, dos que a exercem, na medida em que uns e outros são inconscientes de exercê-la ou de sofrê-la.

Neste espaço de lutas simbólicas, o campo transfigura as interferências externas a ele, reinterpretando-as e reintroduzindo-as segundo seus princípios fundamentais de funcionamento, de acordo com seu maior ou menor grau de autonomia. Neste sentido, o campo jornalístico pode ser visto como um campo pouco autônomo em relação aos demais, já que se submete à crescente influência da lógica comercial e desta forma tem uma particularidade: “ele depende muito diretamente da demanda, está sujeito à sanção do mercado, do plebiscito, talvez mais ainda que o campo político” (1997, p. 76).

Percebe-se que Bourdieu identifica um ponto de intersecção entre o campo político e o jornalístico: ambos estão fortemente situados sob a influência da sanção do mercado e do plebiscito. Disto

depreende-se que, mesmo que o campo jornalístico esteja englobado no campo político, a influência do primeiro reforça a tendência dos agentes comprometidos com o campo político a submeterem-se a pressões da maioria, “frequentemente constituídas como reivindicações mobilizadoras pela expressão que recebem na imprensa” (1997, p. 114). Isto significa que o campo jornalístico, ele próprio pouco autônomo, é submetido a sanções da lógica comercial, que por sua vez age e enfraquece a autonomia do campo político.

O alcance da mídia a coloca como operadoras dos contatos e negociações entre os diversos campos sociais, facilitando ou criando as condições para que as negociações e competições se manifestem. A conformidade de linguagens e estratégias aos formatos midiáticos torna-se condição para a circulação das estratégias e procedimentos no espaço público.

A mídia e suas tecnologias têm características, operações e linguagens específicas que precisam ser manipuladas por aqueles que se desejam fazer visíveis em suas redes. Ou seja, um campo que deseja se expor através da mídia deve estar em conformidade com as linguagens, processos e estratégias desta para cumprir suas agendas e gerar seus efeitos. Para conquistar espaços, construir suas relações e visibilidades com os demais campos, o campo político molda-se aos formatos, técnicas e estratégias midiáticas que se manifesta.

5. Análise do debate: a questão midiática e a representação dos jovens sobre Lula e o Governo

Diferentes imagens são divulgadas do presidente Lula e de seu governo, através de discursos jornalísticos. Abrimos o grupo de discussão, formado por treze alunos do segundo ano do Ensino Médio do Colégio de Aplicação, com a leitura de uma reportagem que consideramos ser provocativa aos participantes, e que possivelmente desencadearia um debate caloroso. Em linhas gerais, a reportagem, publicada em março de 2010 pela revista *Veja*, tratava da visita do presidente Lula a Israel para promover uma negociação de paz, e abordava também viagem que faria logo após para o Irã em um momento de crescente desconfiança da comunidade internacional em relação ao programa de enriquecimento de urânio. Após fazermos uma leitura conjunta da reportagem em questão, abrimos o debate com a seguinte pergunta: “*O que vocês acharam do estilo do texto, de como ele está escrito?*”.

Esta pergunta gerou algumas indignações por parte dos participantes, que logo caracterizaram a matéria como “altamente tendenciosa”, e a revista como “não é tão boa assim” e elaboradora de uma crítica “intransigente”. Observamos também como os estudantes percebem a relação entre mídia e o governo como:

[...] no fundo a grande imprensa quer uma cara [no governo] que a mídia possa apoiar, e assim vice-versa.

[...] a mídia e o governo um precisa do outro, a mídia influencia a população.

[...] assim como o governo precisa dela pra se pronunciar, ela precisa de meios legais pra conseguir fazer o seu.

[...] a mídia é a cabeça da população.

A análise das falas acima demonstra como aqueles alunos compreendem a inter-relação entre os campos jornalístico e político, que discutimos anteriormente à luz de Bourdieu.

Haja vista o teor dos comentários apresentados ao discutirmos sobre a influência do que foi chamado por eles de “grande mídia”, decidimos que seria interessante questioná-los como eles sentiam isso, isto é, como eles entendiam o impacto que “os grandes meios de comunicação” exercia neles. Então, perguntamos: “*Como vocês lidam com essa questão? Quais são as práticas que vocês se utilizam para se desvencilhar disso?*”.

A resposta foi quase que imediata de um dos jovens: “*Mídia independente!*”; já outro participante afirmou que sempre procurava ler jornal e reportagens da Internet, pois segundo ele “*não pode ficar sem ter um parâmetro do que a mídia tá falando*”; outro jovem completa: “*não tem como julgar um outro sem ter base nenhuma*”. Mesmo que os jovens daquele grupo de discussão considerassem que a “grande mídia” era tendenciosa, eles achavam um equívoco deixar de acompanhar o que ela proporcionava: “*na verdade é um erro tu cortar totalmente esse contato, por que aí tu não sabe qual é a estratégia que o outro tá usando*”. A estratégia sugerida por ele para se tentar formar uma opinião que não se deixasse levar por notícias tendenciosas era simples: “*acho que você tem que se informar dos dois lados*”.

De acordo com Pierre Bourdieu, o campo jornalístico e os jornalistas

devem sua importância no mundo social ao fato de que detêm um monopólio real sobre os instrumentos de produção e de difusão em grande escala da informação, e, através desses instrumentos, sobre o acesso dos simples cidadãos (1997, p. 65).

Considerando a ideia que o Governo e o Presidente Lula tinham recebido críticas de parte da “grande mídia” – que detém um grande poder de difusão de informação em grande escala - questionamos os jovens sobre como eles poderiam explicar a popularidade do presidente. Um dos estudantes afirmou que

Acho que ele pauta muito no Nordeste [...], maioria no Nordeste, que é um povo que é mais humilde [...] gente que é miserável, então o cara faz muito por lá, [...] ele tem um apoio muito grande lá [...].

Um dos jovens explicou a popularidade do presidente Lula se referindo a programas assistencialistas promovidos por este governo, como o “Bolsa Família”; outro afirmou que a popularidade de Lula se dava devido ao carisma e sinceridade do Presidente:

é uma pessoa que, “tipo”, tá próxima de todo mundo, passa a ideia de que é uma pessoa normal, talvez ele tenha um carisma maior, ele tem uma história política toda, mas que tá próximo da gente... [...] não se vê que ele tem uma certa falsidade.

Como podemos perceber nestes argumentos, diferentemente de outros políticos, nos quais percebe-se certo distanciamento em relação às classes populares, com o Presidente Lula essa percepção era menor. Segundo nossos entrevistados, essa aproximação ocorria tanto por conta das políticas sociais do governo Lula – como o programa “Bolsa Família” -, quanto pelo carisma do personagem histórico de Lula. Algumas aproximações ocorrem inclusive devido aos interesses pessoais do presidente Lula que coincidem com os das camadas populares:

[...] quando falam mal dele geralmente acusam de presidente amador, “ahh ele não teve uma escola boa, ele fala de futebol, ele bebe cachaça, e tudo isso, ele toma cerveja, depois, amanhã fazem piada com ele, ele fala de futebol, falam que ele não se preocupa com o povo, e se preocupa com o time dele, o grande ponto é que ele não é uma pessoa de outro planeta”.

Tais aproximações contribuem para a formação da representatividade deste governo, que de acordo com as percepções do

grupo, é na maioria das vezes criticado por parte da “grande mídia”, mas bem aceito entre as camadas mais populares do país, como demonstram os índices de aprovação do governo no Nordeste.

Podemos perceber nos argumentos dos entrevistados que eles atribuíam a considerável popularidade do presidente Lula devidos aos programas assistencialistas e o carisma e a personalidade do Presidente, representando este fato a complexidade da formação de opinião entre estes jovens. Processo de formação de opinião em que se mesclam uma gama de influências, desde experiências de convívios sociais, debates, leituras das mais diversas opiniões sobre o assunto, sem desconsiderar a agência destes jovens como sujeito capaz de produzir suas próprias interpretações.

Referindo-se ao tratado de não proliferação das armas nucleares e à questão da suspeita internacional de que o Irã de fato está enriquecendo urânio para fins bélicos, um dos participantes colocou a seguinte opinião:

[...] eles tão enriquecendo urânio nem sabe se eles vão fazer arma atômica ou não, que tem um tratado lá que não pode produzir armas atômicas, mas esse tratado foi feito na época, EUA, Inglaterra, China, Rússia,... Tinham sete países que tinham armas atômicas, e não esses países que tem podem continuar produzindo e esses que não tem não podem mais produzir; então é um tratado que não é nada 'legal', então o lula chegou lá e falou: eu acho que ninguém tem que ter; eu acho que ninguém tem que ter por que não é uma coisa legal .

Quando indagado sobre a atitude diplomática brasileira em tentar intermediar um acordo de Paz no Oriente Médio e, conseqüentemente, o governo brasileiro firmar acordo com o Irã, um jovem defendera uma opinião claramente divergente daquela expressa no artigo da revista trabalhada no debate:

[...] justamente eu acho que na verdade o perigo é razoável, um perigo que a gente pode correr, por que na verdade se o Irã é perigoso por estar querendo criar uma bomba, os EUA tem quantas ogivas? Israel, qual o poder bélico deles? Apesar de a gente que a palestina a gente vê que tem uma atitude mais radical, acho que vale o risco no sentido de que: bomba todo mundo já tem, né?!

6. Considerações finais

Pierre Bourdieu afirma que o campo jornalístico imprime nos produtos ali veiculados uma tendência à homogeneização, visto a

imposição que a lógica comercial exerce sobre esse campo, em que os instrumentos de difusão da informação são de monopólio dos jornalistas.

Contudo, é importante salientarmos que não podemos tratar a mídia como se fosse algo homogêneo. São inúmeras partes conflitantes que compõem o que chamamos de “mídia”, as quais exprimem uma diversidade de opiniões e tendências. Isto se tornou evidente quando, nesta pesquisa, constatamos o grau de agência que o grupo observado possui em suas relações com a “mídia”, bem como a heterogeneidade constatada. “Mídia independente” e “grande mídia” foram alguns termos utilizados pelos participantes. Percebeu-se assim que o consumo de informações é apenas um dos elementos dentre uma gama de contribuições para a formação das próprias interpretações.

Neste sentido foi possível percebermos no grupo de jovens com quem debatemos - cientes deste embate de posicionamentos políticos entre a mídia de forma geral - uma aceitação e um interesse maior em veículos considerados por eles como independentes. Isso se deve à procura de informações menos condicionadas por essa lógica comercial e aos conflitos de interesses entre os veículos midiáticos (denominados por eles como “grande mídia e mídia independente”). Contudo, vale a ressalva de que os dados coletados por meio dos questionários mostraram que, entre estes jovens, apesar de haver grande procura de informações pela Internet (34,79%), a televisão é a principal forma de acesso aos acontecimentos (36,65 %). Outro importante dado observado nos questionários foi que o consumo de informações era diferenciado entre os estudantes que aceitaram realizar o debate em relação a resposta da maioria dos estudantes do segundo ano.

É importante fazermos a ressalva de que o grupo de jovens pesquisados no Colégio de Aplicação pode apresentar um perfil diferente da média dos jovens brasileiros, pois a localização da escola dentro do campus universitário interfere neste campo escolar. Desta forma, este *estudo de caso* não tem a pretensão de atingir conclusões representativas da totalidade dos jovens brasileiros sobre os assuntos pesquisados sobre as avaliações do desempenho do ex-presidente Lula ou do consumo de informações da totalidade dos jovens brasileiros.

Notas

1 - Este artigo surgiu no contexto de pesquisas para o projeto de Práticas Pedagógicas como Componente Curricular (PPCC) realizadas para a disciplina de Teoria Sociológica III, no ano de 2010, no curso de Ciências Sociais na Universidade Federal de Santa Catarina.

2 - Os projetos de Práticas Pedagógicas como Componente Curricular (PPCC) desafiam os estudantes a utilizarem a obra de alguns dos autores estudados durante o semestre na análise de recorte escolhido pelo grupo a partir de um tema geral proposto pelo professor. Esse desafio torna-se complexo em algumas fases do curso, pois aparentemente os autores não apresentam diálogo direto com a proposta de estudo, ocasionando um encaixe superficial no projeto.

3 - O prazo para os jovens entre dezesseis e dezoito anos solicitarem o Título de Eleitor e participarem das Eleições de 2010 expirou em 05/05/2010.

4 - Nome fictício.

5 - Ver o questionário anexado ao final do artigo.

6 - O grupo de debate teve duração de apenas uma hora, pois eram poucos horários livres coincidentes entre os pesquisadores e os alunos.

7 - Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/240310/tropeco-aprendese-andar-p-092.shtml>>. Acesso em: 28 mar. 2010.

8 - Para maiores informações sobre a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, ver em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2005/default.shtm>>. Acesso em: 30 mar. 2010.9. Disponível em <<http://ebookbrowse.com/pp004-10-r03-pesquisa-nacional-band-relat-final-pdf-d72238681>>. Acesso em: 18 maio 2012.

Referências

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

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil; Lisboa, Portugal: Difel, 1989.

_____. **Sobre a televisão**: seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro (RJ): Zahar, 1997.

_____. **Escritos de Educação**. Organizadores: NOGUEIRA, Maria Alice.; CATANI, Afrânio. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

LIEDTKE, Paulo Fernando. **Governando com a mídia: duplo agendamento e enquadramento no governo Lula (2003-2006)**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política. Florianópolis, SC, 2006.

STEFFEN, César. **Aspectos da midiocracia Brasileira**: a articulação entre linguagens midiáticas campo político nos *websites* político-eleitorais. Disponível em: <http://www.cesarsteffen.com.br/pdf/aspectos_da_midiocracia_brasileira.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2010.

Anexo

PESQUISA: HÁBITOS DE LEITURA E ANÁLISE DE POPULARIDADE DO GOVERNO LULA

P. Filtro 1: Qual a sua idade?

1 Dezesesseis anos 2 Dezesete anos 3 Dezoito anos
4 Outra idade

99 NS/NR

P1. Qual o principal meio que você usa para saber das notícias?

1 TV
2 Revista
3 Jornal impresso
4 Rádio

- 5 Internet
- 6 Não costumo acompanhar as notícias
- 7 Outro. Qual? _____ 99 NR/NS

P2. Qual a revista que você costuma ler?

- 1 Veja
- 2 Istoé
- 3 Superinteressante
- 4 Carta Capital
- 5 Época
- 6 Caros Amigos
- 7 Outra. Qual? _____
- 8 Não costumo ler revistas 99 NR/NS

P3. Qual sua a frequência de leitura da Revista Veja?

- 1 Semanalmente (frequentemente)
- 2 Ocasionalmente (de vez em quando)
- 3 Raramente
- 4 Não leio a Revista Veja. 99 NR/NS

P4. Com que frequência lê notícias na internet, por revistas ou jornais?

- 1 Diariamente
- 2 Semanalmente
- 3 Mensalmente
- 4 Não tenho frequência regular 99 NR/NS

P5. Você busca notícias na internet?

- 1 Sim, sempre.
- 2 Sim, de vez em quando.
- 3 Sim, raramente.
- 4 Não costumo 99NS/NR

P6. Você costuma conversar sobre as notícias que lê ou assiste na televisão com pessoas próximas ?

- 1 Sim, sempre
- 2 Sim, às vezes
- 3 Raramente
- 4 Não costumo.

99NS/NR

P7. Que tipo de notícias você lê primeiro?

- 1 Notícias locais
- 2 Polícia (crimes/violência)
- 3 Política
- 4 Economia
- 5 Agronegócios
- 6 Esportes
- 7 Artes
- 8 Programação cultural
- 9 Educação
- 10 Ciência
- 11 Meio ambiente
- 12 Outro. Qual? _____

99 NR/NS

P8. Dê uma nota de 1 a 10 (sendo 10 muito bom e 1 muito ruim) em como você avalia o desempenho do governo Lula.

P9. Dê uma nota de 1 a 10 (sendo 10 muito bom e 1 muito ruim) em como você avalia o desempenho pessoal do presidente Luiz Inácio Lula da Silva à frente do governo.