



## Receptores das Redes Sociais: Como Os Jovens Lidam Com a Informação Telejornalística que Recebem Virtualmente?<sup>1</sup>

Caísa Couto Carvalho<sup>2</sup>

Iluska Maria da Silva Coutinho<sup>3</sup>

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

### Resumo

Os jovens são um público diferenciado dos telejornais a ser estudado. Quem são esses jovens? Qual a relação deles com os telejornais? Como se dá a recepção das informações nesse público? A pesquisa bibliográfica desenvolvida aqui ajudará a conhecer melhor os jovens. Twitter e Facebook de um telejornal conhecido servirão de base para pesquisa empírica afim de compreender o processo de comunicação juvenil, principalmente a recepção.

### Palavras-chave

Juventude; recepção; telejornalismo; redes sociais.

## 1. INTRODUÇÃO

Exibidos em canais abertos e pagos, os telejornais costumam obter bons índices de audiência. Mas como é a relação do público jovem com esse tipo de programação? Os jovens de hoje assistem telejornal? A proposta desse trabalho é estudar se a juventude caracteriza um público fiel, se os telejornais são considerados importantes por essa parcela da sociedade e qual a função desse programa para eles. As características que atraem os jovens na composição dos telejornais também são focos de estudo.

Esse trabalho aborda a relação dos novos telespectadores com o telejornalismo. Criados na geração em que a internet oferece as mídias de demanda<sup>4</sup>, estas se tornaram a fonte preferida e principal de informação dessa parcela da sociedade. Além disso, as narrativas e os formatos dos telejornais, englobando a representação da juventude em suas matérias e a construção da sua identidade também são importantes pontos a serem debatidos quando se quer saber como dialogar com o público jovem:

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 (Intercom Júnior) – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Graduanda do 4º Período de Comunicação Social da UFJF

<sup>3</sup> Orientadora do Trabalho. Profa. Dra. Do Departamento de Jornalismo da UFJF

<sup>4</sup> , que caracteriza os meios tradicio

(o chamado modelo Um ⇔  
Tecnologias de Comunicac (NTC), que funcionam por disponibilizac

, que caracteriza as Novas  
" (PALÁCIOS, 2003, p.2)



“As evidências percebidas no discurso dos telejornais para além da TV, (...) parecem sugerir a busca por uma modalização diferenciada. (...) haveria uma busca pelo estabelecimento de mudanças ou nuances especialmente dos tons de seriedade, formalidade e distanciamento, como forma de construir uma representação mais próxima do público jovem.” (COUTINHO E MATA, 2011)

Os jovens tornaram-se foco de estudos acadêmicos e programas sociais a partir do momento em que se percebeu que eles não caracterizam apenas uma faixa etária (tomando como referência o IBGE, indivíduos entre 15 e 29 anos de idade). Para que se inicie o estudo é imprescindível debater sobre a questão da juventude em si.

É necessário mostrar com clareza quem compõe essa categoria social relevante, o conceito de juventude, o papel dos jovens na sociedade contemporânea e a relação dos jovens com os diversos meios de comunicação e fontes de informação. Um dos focos da pesquisa, cujos resultados preliminares são apresentados nesse artigo é a relação dos jovens com os telejornais e os materiais oriundos desses programas disponíveis na web.

Dando atenção especial à questão da recepção, etapa fundamental no processo de comunicação, podemos caracterizá-la como um processo onde o receptor é ativo, o ato é coletivo e há interação com o meio. Para perceber o público alvo desse trabalho, os jovens, durante esse processo, os perfis de telejornais criados em redes sociais são um bom cenário de observação e investigação.

“Ao acessar os conteúdos jornalísticos (...), os jovens parecem reconhecer a relevância social do telejornalismo, seja como forma de confirmação de uma informação anterior ou ainda como para construção de uma espécie de repertório social.” (COUTINHO E MATA, 2011)

A partir desses sinais ou indícios do processo de recepção acredita-se que é possível observar e começar a compreender o papel dos jovens frente ao processo de comunicação, suas preferências, críticas e de que maneira se relacionam com os telejornais. Mais que isso é possível perceber como esses produtos noticiosos são percebidos nas suas estratégias de atuação e ação em busca de (re)conquistar essa parcela do público.

Na programação atualmente oferecida na TV aberta brasileira, selecionamos para efeito de investigação empírica, um telejornal que se mostrasse mais próximo ao público jovem. Assim inicialmente destacou-se o Jornal Hoje, exibido de segunda a sábado pela TV Globo. Apresentado por Evaristo Costa e Sandra Annenberg o



programa pode ser considerado um exemplo das mudanças que o telejornalismo vem introduzindo nos seus formatos e práticas na tentativa de continuar atraindo o público, não só os jovens. A oferta de informação com caráter leve e informal, marca do Jornal Hoje, também está presente em sua versão virtual. O telejornal, que é veiculado no horário de almoço, de 13h20min às 13h50min, foi um dos pioneiros na criação de páginas oficiais nas principais redes sociais e hoje se constitui em importante fonte de informação na web, com um grande número de seguidores<sup>5</sup>.

Nessa perspectiva, esse trabalho busca, a partir da percepção quanto à interação dos jovens por meio da página do Jornal Hoje e dos perfis associados ao programa nas redes sociais, compreender o fenômeno da comunicação entre os jovens na web. Em um primeiro momento a proposta é de evidenciar o papel do jovem nos processos de recepção de produtos telejornalísticos na web, ainda que considerando que nesse processo são realizadas novas emissões e respostas comunicativas.

## **2. A JUVENTUDE E SUA FORMA DE RECEBER INFORMAÇÕES**

Os jovens atraem de uns anos pra cá a atenção dos pesquisadores não só da área de comunicação, mas também de muitas outras. Isso se deve a visibilidade social que a juventude ganhou a partir da década de 1960, principalmente a partir do momento em que os jovens começaram a participar mais efetivamente dos veículos de mídia. Daí em diante, eles passaram a fazer parte da chamada sociedade de consumo e caracterizam a “juvenilização” da cultura (Morin, Edgar. 1984).

Na realidade do século XXI, as novas tecnologias tomam conta dos meios de comunicação, que usam da mobilidade, instantaneidade e interatividade para dialogar com o público jovem. Devido a isso se pode perceber que os segmentos juvenis são os principais usuários dessas ferramentas de comunicação modernizadas:

“as trajetórias juvenis são demarcadas por experiências de comunicação e de incomunicação, de visibilidade de invisibilidade. Críticos em relação às representações dos meios massivos, todavia, recorrem a elas para construir seus discursos.” (BORELLI, ROCHA, OLIVEIRA. 2009)

Mas que jovens são esses? A PNAD<sup>6</sup> (2007) considera que compõem a população juvenil a faixa etária entre 15 e 24 anos. De acordo com essa classificação os jovens representam aproximadamente 18% da população brasileira. Concentrados nas

---

<sup>5</sup> 324.778 seguidores no Facebook e 365.617 no Twitter. Dados do dia 7 de maio, 16h.

<sup>6</sup> Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios



principais regiões metropolitanas ou não, essa geração é marcada pela presença das novas tecnologias e novas mídias. A maioria tem acesso a celular e computadores conectados a internet.

Mais do que conectados à internet são conectados ao mundo. Preocupam-se com temas como violência, drogas e desemprego. São extremamente afetados pelas transformações da sociedade, que alteram e influenciam pontos característicos dos jovens, como gírias, modo de se vestir, etc. “São entrelaçados pelo sentido de urgência, destemor, ousadia e desassossego, pela ausência de esperança, desemprego e consumo inviabilizado”.

Essa juventude também se destaca pela simultaneidade. São capazes de ler, ouvir música, usar o computador e ver TV, tudo isso ao mesmo tempo. É um tipo de atenção difusa, que mostra uma aparente dispersão ao realizarem todas essas atividades. Há que se ter algo muito interessante para realmente prender a atenção desse público:

“Não é importante o que está sendo apresentado na TV. Ele olha qualquer coisa. Não é o programa que motiva o jovem a ligar a TV. Basta que a TV esteja ligada, para que ele tenha algo a fazer.” (BORELLI, ROCHA, OLIVEIRA. 2009)

Mas dentre essas atividades, a linguagem audiovisual, através de televisão e internet é unânime entre os jovens. Televisão e computador são os principais meios de comunicação. Sua função, além de fonte de entretenimento, é principalmente a de fonte de informação, atualização. TV e computador são janelas para o mundo na visão dos jovens. Prova disso é que a maioria dos jovens passa muitas horas de seu tempo livre em contato com um dos dois ou dois meios de comunicação.

Ao contrário do que podem pensar, alguns jovens declaram ter uma postura bastante crítica diante da programação da TV e principalmente dos telejornais, objeto de estudo desse trabalho. Isso se aplica também aos portais de notícia, acessados em larga escala pelo público jovem. Entendem que são fontes de informação e isso é importante, mas questionam o grau de confiabilidade dos meios, ao acharem que os noticiários distorcem a realidade ou omitem dados importantes.

Esse ponto de vista dos jovens vem a calhar para se debater o modo como eles recebem a informação. Esbarra agora na questão da recepção da informação, seja nos telejornais ou em suas versões e representações na web (twitter e facebook, em especial). Novos hábitos de recepção estão implícitos no modo como os jovens veem televisão e acessam sites de noticiários. Mostra como funciona a percepção desse segmento da sociedade que serve de foco para esse trabalho.



A recepção é uma etapa fundamental no processo de comunicação devido ao seu papel modificador nas circunstâncias atuais. Mas vale destacar que “a emissão não determina todo o processo, mas tampouco o receptor é totalmente livre para fazer o que quer” (Orozco, 1993).

Explicando melhor esse processo, a recepção é um processo necessariamente mediado, interage com o meio. Costuma ser também um ato coletivo e como o receptor jovem não é passivo e não está isento de contradições, observamos através de suas intervenções, questionamentos e até mesmo modificações dos conteúdos recebidos seja da TV ou da web, que o receptor ativo faz da recepção o momento em que se produz a comunicação efetivamente.

Além da função de receptor, o jovem assume, falando especialmente dos produtos telejornalísticos veiculados através das redes sociais na web, objetos de estudo desse trabalho, um papel de produtor também do conteúdo. Isso ocorre ao notar que após a recepção, quando repassa o conteúdo lido ou assistido, o jovem reelabora a produção, sem que ela seja apenas reproduzida.

E as redes sociais são importantes ao deixar cada vez mais claras as etapas desse processo de comunicação. Não se vê mais esse processo como antigamente. Antes tudo se resumia ao simples esquema de: Emissor > Mensagem > Receptor, onde o emissor tinha como função informar e convencer o receptor com sua mensagem e ao receptor passivo cabia apenas ouvir, ler ou assistir essa mensagem e ser convencido. Os comentários nas redes são um retrato da mudança do papel de quem recebe as informações, principalmente dos jovens.

Não se pode deixar de comentar que os diversos sentidos em que se dá a recepção atual são influenciados pela mediação por que passam:

“o processo de recepção como um modelo que não é linear, unívoco, mas que se dá em diversos sentidos, tendo intervenções e condicionamentos de várias situações do contexto cultural, político, histórico, que de alguma forma influenciam o ambiente receptivo.” (MUNIZ, 1996)

Os emissores, nesse caso os canais que produzem os telejornais, recebem por parte do seu público as interferências que em muitos casos acabam modificando o conteúdo recebido seja da televisão ou dos sites. O feedback permitido através das mídias sociais faz com que receptor e emissor comuniquem-se diretamente, sem o distanciamento que existia antes da internet fazer cada vez mais parte dos domicílios e



ser usada pelos telejornais como espaço de veiculação de seus produtos e comunicação com o público.

Por isso a observação das redes sociais de um determinado telejornal, nesse caso o Jornal Hoje, é interessante fonte de dados de como os jovens estão se comportando diante das informações veiculadas.

### **3.NAVEGANDO NAS PÁGINAS OFICIAIS**

Como já foi dito anteriormente, o produto escolhido como objeto de análise desse estudo são as páginas oficiais do Jornal Hoje no Twitter e no Facebook. Foi escolhido o JH pelo seu caráter mais informal e descontraído, supondo que seja um dos telejornais que mais atraiam a atenção do público jovem.

A página do JH no Facebook já foi “curtida” por mais de 320 mil usuários da rede social. Isso quer dizer que todas essas pessoas recebem todas as atualizações dessa página. O número é próximo do número de seguidores do Twitter @JHoje, que conta com 365 mil followers. Nota-se certa semelhança no que é postado nas duas redes sociais, atentando apenas para a diferença de tamanho, já que os tweets não ultrapassam 140 caracteres. Portanto, os enunciados são mais sucintos e são usados links diminuídos para otimização do espaço permitido.

Foi escolhida uma edição do Jornal Hoje para que se observasse com efeito a participação dos jovens nas redes sociais. A edição escolhida é do dia 7 de maio de 2012. Escolheu-se essa data pelos quadros altamente voltados para o público jovem. O JH exibe todas as segundas o quadro “Mercado de Trabalho” e no dia 7 se transformou em um novo quadro sobre o assunto, “Sala de Emprego”. Apresentado em cenário diferenciado por Veruska Donato, o quadro fala das oportunidades de emprego no Brasil, as tendências do mercado de trabalho e dicas para investir na carreira profissional. A maior novidade do quadro é justamente o fato de começar na exibição na TV e continuar na página do Jornal Hoje.

A estreia do quadro foi o destaque da edição analisada tanto na televisão quanto nas redes sociais. Mostrou os setores que mais crescem no Brasil e chamou a atenção para o grande número de vagas que serão abertas nos próximos dois anos. Os outros destaques da edição como dados sobre números de divórcio e o caso de fotos que vazaram da intimidade de uma atriz global se concentraram em um único post. Sem



intervenções no twitter, o post no facebook atraiu comentários de um público mais adulto que comentou assuntos como divórcio e privacidade, temas das notícias em destaque.

**Jornal Hoje** @JHoje 4 h  
O número de pessoas que estão se separando no Brasil praticamente dobrou. Veja outros destaques da edição: [glo.bo/PEyHu](http://glo.bo/PEyHu).  
Expandir

**Jornal Hoje** compartilhou um link. há 3 horas

O número de pessoas que estão se separando no Brasil praticamente dobrou. Saiba quais os direitos da ex-mulher, do ex-marido e dos filhos quando o casal é desfeito. Veja outros destaques da edição:

**Jornal Hoje destaca caso das fotos de Carolina Dieckmann**  
g1.globo.com

A atriz prestou depoimento na Delegacia de Repressão aos Crimes de Informática, no Rio. Conheça seus direitos após o divórcio. Cantor Pedro

Curtir · Comentar · Compartilhar 51

210 pessoas curtiram isto.

Exibir todos os 32 comentários

Escreva um comentário...

A equipe responsável por atualizar as redes sociais inicia as edições já mostrando uma das marcas da página do JH, a proximidade com o público. Todos os dias, assim que o telejornal entra no ar, instantaneamente são postadas saudações ao público. No twitter: o #JornalHoje já começou! Quem está com a gente? No Facebook é bem semelhante: O Jornal Hoje já começou! Quem está com a gente? Só esse post gerou 238 comentários no dia 7 de maio e mais de 2000 pessoas curtiram a simples publicação. Os jovens recebem a mensagem de forma bastante positiva e respondem ao perfil do JH com a mesma naturalidade que se responde um amigo. Contam de onde estão postando, elogiam o telejornal, falam o que querem assistir e usam o espaço de comunicação até como canal de comunicação com os apresentadores.

Essa interatividade, o clima de conversa cotidiana com o público, vai desde os posts que anunciam o início do telejornal até depois de encerrado. Ao final da edição do dia 7 de maio, o twitter e o facebook postaram agradecimento ao público: “A estreia da Sala de Emprego do Jorna Hoje foi um sucesso. Agradecemos a participação de todos. Fique ligado! Na segunda-feira tem mais”. Os 53 comentários, mostraram em sua maioria os jovens satisfeitos e mostrando suas opiniões sobre o que acabaram se assistir.



Nota-se também que ao receber um agradecimento do telejornal que assiste, o jovem se sente valorizado em seu papel de receptor.

O primeiro post falando do novo quadro já mostrou seu diferencial. Os comentários foram praticamente de pessoas mais jovens, que demonstraram o alto interesse pela temática da matéria: emprego. “Sala de Emprego” foi elogiado e destacaram-se comentários dos jovens pedindo que as próximas matérias abordem a realidade do mercado dos seus cursos ou em suas cidades. É o exemplo das seguidoras Wylliana e Eduarda, que estão na faixa dos 20 anos.



**Jornal Hoje** compartilhou um link.  
há 7 horas

Bom dia! Nesta segunda-feira, o Jornal Hoje estreia o novo quadro Sala de Emprego. Há boas chances nos setores de serviço, construção civil, agronegócio e tecnologia da informação. Só este ano devem ser gerados mais de dois milhões de empregos no Brasil. Quer saber onde estão as vagas ou tem dúvidas sobre as carreiras? Mande suas perguntas para os nossos consultores. Este quadro é feito para você!



**Eduarda Barbosa** Bom dia! O novo quadro é uma excelente ideia.  
#Gostaria de obter mais informações... sobre a profissão de Contabilista!  
há 8 horas via celular · Curtir · 1



**Wylliana Melo** Bom dia ! gostaria de saber como está o mercado de trabalho na area de administração !  
há 7 horas · Curtir

Ao final da edição, foram publicadas em ambas as redes sociais: O Jornal Hoje acabou na TV, mas o nosso bate-papo sobre mercado de trabalho continua. Entre e sinta-se em casa! Essa é a Sala de Emprego. Os comentários referentes a essa publicação mostraram mais uma vez a tendência de contato com o público, os jovens receptores adotaram o espaço como um verdadeiro bate-papo e deram opiniões, fizeram perguntas e inclusive houve diálogo entre os usuários.



**Jornal Hoje** @JHoje

5 h

O #JornalHoje acaba na TV, mas o nosso bate-papo sobre emprego continua na internet. Entre e sinta-se em casa: [glo.bo/J9OsB3](http://glo.bo/J9OsB3).



**Jornal Hoje** compartilhou um link.  
há 2 horas

O Jornal Hoje acabou na TV, mas o nosso bate-papo sobre mercado de trabalho continua. Entre e sinta-se em casa! Essa é a Sala de Emprego:

**Milena Gomes** Eu queria saber oque colocar no curriculum quando não tem experiencia?  
há 4 horas via celular · Curtir

**Willian Valério** Milena Gomes, boa tarde! Não ter experiência nenhuma é sim uma grande dificuldade, haja vista, que nós recrutadores/selecionadores exigimos sim conhecimentos para a vaga candidada. Porém, não é uma questão impossível. Segue um site super interessante; acredito que possa te ajudar. Abraço, e boa sorte!  
há 4 horas · Curtir

**Geverson Grzeszczeszyn** Se eu puder contribuir: Milena, você coloca o que tem. A sua formação educacional e pode citar algumas atividades que você realizou, por exemplo, quando participou de projetos sociais, projetos na escola/universidade, igrejas, enfim, experiências que contribuíram para sua vida profissional de alguma forma. Valorize a forma de escrever tais atividades de acordo com a vaga que pretende. Em último caso, não tem problema algum para quem está começando, colocar apenas a formação educacional. É normal alguém estar iniciando no mercado de trabalho, e tem muitas empresas que valorizam justamente isso em candidatos, para que não entrem na empresa com certos "vícios" de outros empregos. Boa sorte!  
há 4 horas · Curtir

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pesquisas bibliográficas acerca dos jovens, quem são, como se comportam diante dos meios de comunicação e principalmente dos telejornais, somadas ao estudo do conceito da recepção e a análise de como os jovens recebem informação nas redes sociais é fundamental para traçar o perfil desse público a ser conquistado.

A juventude é uma audiência diferenciada. O formato padrão dos telejornais talvez seja um dos culpados pelas quedas dos índices de audiência. Pois ao observar as páginas oficiais do Jornal Hoje, é claro que os jovens aprovam a iniciativa do telejornal de criar maior interatividade com o seu público. Ao longo dos comentários, muitos elogios são feitos ao público que se sente valorizado e parte do telejornal, graças ao canal de comunicação que as redes sociais permitem que seja criado entre emissor x receptor.

A recepção, fenômeno do processo de comunicação estudado com maior atenção nesse trabalho, revela que está realmente mudada. Como foi afirmado no início do trabalho, o jovem é um receptor ativo, não está apenas ouvindo, lendo ou vendo a informação que recebe. Ele também comenta, concorda ou discorda, manifesta sua



opinião e repassa para outras pessoas o que acha interessante através de seus compartilhamentos ou retweets. Está aí a prova de que o receptor não está inserido em um ato solitário, mas cada vez mais coletivo.

A postura do JH frente a seu público com certeza serve de exemplo para outros telejornais interessados em alavancar sua audiência, principalmente no segmento juvenil da sociedade. Em uma realidade agitada e repleta de atividades, a programação precisa ir além da TV e chegar onde o jovem está.

## REFERÊNCIAS

OROZCO, Guillermo (org.). **Hablan los Televidentes: Estudios de recepção en vários países.** México, Universidad Iberoamericana, 1992.

MUNIZ, Eloá. **Como os jovens veem televisão.** Artigo publicado no livro *Cadernos Universitários* nº1. São Leopoldo, RS, Editora Unisinos, 1996.

BORELLI, Silvia H. S.; ROCHA, Rose de Melo e OLIVEIRA, Rita de Cássia Alves. **Jovens na Cena Metropolitana.** São Paulo, SP. Editora Paulinas, 2009.

MORIN, Edgar. **O Paradigma Perdido: A Natureza Humana.** França, Editora Europa-América, 1984.

COUTINHO, Iluska Maria da Silva. MATA, Jhonatan. **Telejornalismo, Juventude e Representação: Quais formatos e narrativas dialogam com os novos telespectadores?** Juiz de Fora, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2011.