



## A percepção dos jovens de Florianópolis sobre o jornalismo<sup>1</sup>

Tarsia Paula Piovesan FARIAS<sup>2</sup>

Eduardo MEDITSCH<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina, SC

### Resumo

Este trabalho apresenta os resultados de pesquisa qualitativa realizada com jovens de 14 a 29 anos moradores da região metropolitana de Florianópolis. Esta investigação se insere dentro de um projeto maior do professor orientador sobre a participação do discurso jornalístico no acesso à Sociedade da Informação, e compartilha bases teóricas com os estudos de recepção. O objetivo desta etapa da pesquisa foi descobrir quais são as razões que induzem os jovens a acompanharem ou não as notícias. O estudo pretendeu mapear a diversidade de opiniões sobre as causas do não-acompanhamento das notícias pelos jovens, para posterior quantificação.

**Palavras-chave:** jornalismo; percepção; uso; público jovem; Grande Florianópolis.

### Introdução

O consumo de jornalismo de todas as faixas etárias e socioeconômicas vem caindo desde a geração passada (MINDICH, 2005). Partindo desta constatação, feita nos Estados Unidos e também em outros países, o objetivo desta pesquisa foi descobrir as possíveis causas de rejeição de notícias por parte da população jovem da região de Florianópolis. Essa etapa preliminar, de natureza qualitativa, pretendeu mapear a diversidade de opiniões sobre as causas do não-acompanhamento das notícias, para verificar a sua incidência numa fase seguinte, de natureza quantitativa..

Esta investigação se insere dentro do projeto de Meditsch (2004) sobre a participação do discurso jornalístico no acesso à Sociedade da Informação, definida como “a sociedade em que todos possam criar, acessar, utilizar e compartilhar a informação e o conhecimento, para fazer com que as pessoas, as comunidades e os povos possam desenvolver seu pleno potencial e melhorar a qualidade de suas vidas de maneira sustentável”. Segundo Meditsch, os indicadores de acesso à Sociedade da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT – Jornalismo e Editoração, do Iniciacom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

<sup>2</sup> Bolsista de Iniciação Científica do Programa Pibic CNPq/UFSC, Estudante de graduação, 7º. fase do Curso de Jornalismo da UFSC, email: tarsiapaula@yahoo.com.br.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Pesquisador do CNPq, Professor do Curso de Jornalismo da UFSC, email: emeditsch@uol.com.br.



Informação levam em conta apenas a disponibilidade de equipamentos e infra-estruturas (como a cobertura de telefones, o grau de escolarização, o preço de acesso à internet, o número de usuários, etc.), sem considerar o uso social e seus limites e potencialidades cognitivas. Essa visão político-econômica do acesso ao conhecimento e informação pode levar a interpretações equivocadas sobre a possibilidade de democratização que aparece implícita do conceito de “Sociedade da Informação”.

O autor traz o rádio como exemplo, na medida em que esse meio apresenta bons indicadores de acesso e baixos resultados. Apesar de possuir grande alcance e audiência (o rádio é o meio de comunicação mais utilizado no Brasil e no mundo), o uso predominante do rádio na sociedade é bastante questionável no sentido de “desenvolver o potencial humano”. O resultado de um estudo da Universidade de Colúmbia, nos Estados Unidos, sobre a situação da mídia jornalística, revelou que embora o meio alcance mais de 94% da população com mais de 12 anos naquele país, só 15% desses ouvem rádios informativas, sendo esses 15% pertencentes aos “topos tanto da pirâmide etária quanto da social e da cultural”. A pesquisa ainda antevê problemas para o futuro do jornalismo, “caso não se preocupe em construir suas audiências a longo prazo” (THE PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM, 2004, 2007).

Sem audiência, o jornalismo não consegue cumprir o seu papel social, imprescindível para o funcionamento democrático da sociedade. Vem daí a necessidade de direcionar os estudos de jornalismo para o receptor, a audiência ou os consumidores, particularmente para a compreensão do que leva os consumidores a querer ler o jornal e a revista, ouvir o noticiário, assistir o telejornal e navegar na internet em busca das informações do que acontece no mundo, no país e no seu bairro.

A base teórica de nosso estudo compartilha as preocupações que fundamentam os estudos de recepção, e se justifica na necessidade de pesquisar as interações que se formam entre a audiência e os meios:

[...] una pregunta tal elemental como ineludible: ¿por qué los públicos consumen esos mensajes que impugnamos?. Vieja deuda que los estudios críticos mantienen aún sin saldar para con el que constituye, sin embargo, un tema específico de investigación de relevancia extrema, puesto que la suerte de toda estrategia alternativa de reorientación de la comunicación masiva depende en última instancia, como ya se apuntó, de la receptividad de las audiencias destinatarias. (KAPLÚN, 1992:157).

Apesar disso, poucos estudos têm sido realizados no Brasil sobre a recepção dos produtos jornalísticos. Em 1985, Carlos Eduardo Lins da Silva estudou a interpretação



das notícias do *Jornal Nacional* em duas comunidades operárias, a do Paicará, em São Paulo e a da Lagoa Seca, em Natal. Através da metodologia de pesquisa-ação, o autor se preocupa com a formação da consciência crítica dos telespectadores, que não é muito alta no início dos trabalhos, fator que foi trabalhado com os operários durante o estudo. Lins da Silva analisa o senso crítico oriundo de outras fontes, como as fontes interpessoais, a Igreja, os movimentos sindicais e feministas e outros meios de comunicação de massa. E completa:

[...] qualquer trabalhador, mesmo que não seja uma pessoa com sua consciência de classe perfeitamente desenvolvida, é capaz de ser crítico diante da programação jornalística da televisão, desde que disponha de mínimos elementos que completem sua representação do real. (LINS DA SILVA, 1985:135).

Em outra pesquisa de recepção do *Jornal Nacional*, concluída em 2007, a jornalista e antropóloga Isabel Travancas investiga a relação dos estudantes universitários do Rio de Janeiro com o telejornal mais assistido do país. Na primeira parte de *Juventude e Televisão*, a pesquisadora aplicou 263 questionários em salas de aulas de faculdades públicas ou particulares de medicina, comunicação social, pedagogia e serviço social. A partir do questionário, Travancas encontrou 43 voluntários dispostos a participar da continuação da pesquisa. Desses, 16 jovens foram selecionados e entrevistados em profundidade.

Segundo Travancas (2007: 58), ainda que o *Jornal Nacional* seja veiculado em todo país como um só, “a recepção do veículo como um todo e de suas mensagens é particular”:

Mesmo em um universo que poderia ser considerado muito específico – estudantes universitários cariocas de quatro cursos -, há numerosas formas de recebê-lo e interpretá-lo. E essas interpretações estão diretamente associadas às visões de mundo, aos estilos de vida, às noções particulares de projeto e compreensão da sociedade brasileira. (TRAVANCAS, 2007:89).

Outro estudo sobre recepção do *Jornal Nacional*, também publicado em 2007, realiza uma pesquisa de campo com os produtores de fumo do interior de Santa Cruz do Sul, no Rio Grande do Sul. *Do outro lado da tela - As apropriações do telejornal dos fumicultores de Santa Cruz*, de Fabiana Piccinin, descreve as “operações discursivas e interpretativas desenvolvidas pelos receptores em face à recepção do telejornal”, principalmente as apropriações dos fumicultores em relação ao telejornal local e às notícias sobre fumo. Através de entrevistas em profundidade e da Técnica da Participação Observante, Piccinin entrou em contato com 10 famílias produtoras de



fumo da Comunidade de Cerro Alegre Alto, todas com características socioeconômicas e socioculturais semelhantes.

Em *Tuned Out - Why Americans Under 40 Don't Follow The News*, publicado em 2005, David Mindich entrevista jovens americanos de várias localidades dos Estados Unidos com a finalidade de descobrir porque as pessoas abaixo de 40 anos vêm abandonando as notícias. Na primeira parte do estudo, o autor traz dados numéricos de outras fontes apontando o quanto esses jovens estão desconectados do jornalismo e da cidadania. Na medida em que vai realizando as entrevistas, as razões para o decréscimo do consumo de notícias vão aparecendo. Dentre as várias razões encontradas, destacam-se a falta de confiança na mídia, o aumento de opções e do apelo da indústria do entretenimento, a falta de hábito dos pais de seguir as notícias, e a falta de incentivo dos professores à leitura. Mindich tenta também sugerir algumas soluções para o problema no capítulo final da obra, destacando o papel do jornalismo cívico como estratégia para fazer as pessoas voltarem a acompanhar os acontecimentos públicos.

## **Métodos**

O método escolhido para a primeira etapa da pesquisa foi a entrevista semi-estruturada (ou em profundidade), de modo que pudessem ser extraídas dos entrevistados suas opiniões e reflexões pessoais, sem interferências grupais. Como explica GASKEL (2003:68), a respeito da eficácia das entrevistas individuais:

Com um entrevistado apenas, podemos conseguir detalhes muito mais ricos a respeito de experiências pessoais, decisões e seqüências das ações, com perguntas indagadoras dirigidas a motivações, em um contexto de informação detalhada sobre circunstâncias particulares da pessoa.

O estudo se baseia em sete entrevistas feitas com jovens de ambos os sexos com faixa etária entre 14 e 29 anos, moradores da região metropolitana de Florianópolis, Santa Catarina. A seleção dos entrevistados se deu mediante a condição de que a entrevistadora não conhecesse o entrevistado, evitando desse modo que o jovem adaptasse seu discurso à pessoa do entrevistador. Tentamos buscar nos entrevistados diferentes características no que diz respeito a sexo, idade, atividade ocupacional, nível de renda e religião, de modo a obter um espectro socioeconômico mais amplo da juventude florianopolitana. Apesar disso, a seleção não pretende ser representativa do público jovem de Florianópolis, ou seja, não contém uma amostragem adequada para



conclusões estatísticas quantitativas. Sua finalidade é outra, como bem descreve Gaskel:

A finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o assunto em questão. (GASKEL, 2003:78).

Dos entrevistados, quatro são do sexo masculino e três do feminino. Dois são de famílias de baixa renda, e cinco de classe média. Três jovens trabalham no comércio, são atendentes ou balconistas, e três são estudantes, de segundo e terceiro grau. Dos que trabalham, dois pretendem voltar a estudar. Apenas um deles está desempregado, e enquanto não arranja emprego atua como voluntário em uma cooperativa de reciclagem e se prepara para voltar a estudar. Em termos de formação acadêmica, três entrevistados possuem o 2º grau completo, um o 2º grau incompleto (forma-se no final do ano), um o 3º grau incompleto (está estudando na faculdade) e outros dois o 1º grau completo (um deles em idade escolar compatível com o grau e outro que abandonou os estudos). Dos sete jovens, cinco são católicos, um é espírita e um ainda não definiu sua espiritualidade.

Esta pesquisa tem um caráter exploratório, visando à segunda etapa do estudo, quando as razões do não-acompanhamento das notícias apontadas pelos entrevistados serão quantificadas. Geralmente, existe um número relativamente limitado de pontos de vista sobre um tópico dentro de um meio social específico. O objetivo da primeira etapa foi o de descobrir quais eram esses pontos de vista dentro da comunidade de jovens em Florianópolis.

As entrevistas individuais foram realizadas em um local de fácil acesso para os entrevistados, geralmente em suas próprias casas, com o objetivo de deixá-los confortáveis o bastante com a entrevista e incentivá-los a expor suas opiniões e reflexões. O suporte utilizado foi um gravador, que de certa forma passou despercebido, pois os entrevistados não se sentiram invadidos, mas se concentraram no diálogo, e as entrevistas transcorreram naturalmente. O tema da entrevista e os procedimentos que seriam adotados (como o uso de gravador e do bloco de anotações) foram informados de antemão, no momento do primeiro contato, e reforçados no começo da conversa.

Para a realização das entrevistas, um tópico guia foi elaborado a partir da base teórica estudada, principalmente através das indicações da pesquisa de Mindich (2005). A finalidade do tópico guia é apontar para o entrevistador os assuntos a serem discutidos com o entrevistado sem perder de vista os fins e objetivos da pesquisa. Antes



de entrar nos assuntos mais específicos, a entrevistadora perguntou sobre a vida dos entrevistados, suas ocupações e outros dados gerais, utilizados posteriormente para análise do material.

Durante a transcrição e organização das primeiras entrevistas constatamos que algumas perguntas e comentários estavam induzindo respostas dos entrevistados, o que permitiu que remanejássemos as partes falhas para que não mais houvesse interferência na fala dos entrevistados. Após a terceira entrevista houve necessidade de reelaborar o tópico-guia, já que a primeira versão deste não cumpriu com o objetivo de extrair o máximo possível de razões para o consumo ou não-consumo de notícias. Criamos perguntas mais diretas sobre essas razões logo no começo da entrevista, o que ajudou os entrevistados a se fixarem no foco da entrevista, fazendo com que obtivéssemos respostas mais diretas e em maior número nos diálogos que se seguiram.

Com o *corpus* da pesquisa em mãos, todas as razões obtidas, positivas e negativas, foram destacadas das entrevistas e colocadas numa tabela, de modo a facilitar a visualização e posterior análise.

## **Resultados**

Nenhum dos entrevistados disse ter dificuldades de compreender as notícias, mas ao contrário, consideravam-nas claras e acessíveis em todos os meios de comunicação. Em termos de inteligibilidade de leitura, alguns entrevistados apontaram uma ordem de dificuldade decrescente dos meios: a revista é mais complicada, seguida do jornal, e a TV é mais fácil. Essa facilidade de compreensão proporcionada pela TV faz com os telejornais sejam uma das fontes mais utilizadas por esses jovens para se informarem. Outros entrevistados citam a disponibilidade da TV, cuja programação é transmitida gratuitamente e todos os dias em cadeia nacional, o que se caracteriza como uma vantagem em relação aos impressos, que são considerados muito caros e de mais difícil acesso, e são também os menos utilizados pelos jovens entrevistados.

**E2:** *“É porque já tá ali, ligada, na verdade tu já tá pagando por aquilo ali... que hoje tudo é muito caro, a cultura tá cara... E porque talvez eu não tenha que ter o trabalho de ficar folheando o jornal e lendo ali, né!”.*

Esses jovens também preferem a TV como fonte noticiosa devido a uma característica que é própria do meio: a imagem em movimento, como demonstra a fala do jovem E6:



**E6:** *“Eu gosto mais de jornal de televisão porque eles sempre tão mostrando imagens, tão mostrando tudo o que acontece, então, sempre quando eles vão falar uma notícia geralmente eles têm a imagem pra mostrar, pra explicar direitinho, eu acho até mais fácil de acompanhar”.*

Alguns acompanham as notícias na internet, e a maioria o faz através de grandes portais como Terra e UOL. Duas entrevistadas afirmaram utilizar a internet como fonte principal para acompanhar as notícias. Nenhum dos entrevistados disse escutar rádio noticiosa. A maioria não escutava rádio nem pra ouvir música, que preferiam escutar pelo computador, toca-discos ou tocador de MP3. Quando o assunto rádio era abordado, alguns jovens comentavam que parentes mais velhos ouviam notícias pela rádio, como o pai ou a avó.

Outra verificação interessante é sobre as áreas temáticas consideradas mais difíceis no jornalismo. Os entrevistados apontaram as editorias de política e economia como as mais obscuras, complicadas, as que “precisam de tradução”. As duas editorias apareceram nas respostas, juntas ou separadas uma da outra (mais freqüentemente juntas), sendo que nenhum dos entrevistados apontou uma área diferente.

**E2:** *“Eu vejo muito assim na parte econômica. Então tu lê e procura alguém pra explicar porque às vezes a gente não sabe, tem códigos”.*

**E1:** *“Se eu ler um parágrafo sobre política, eu vou dizer assim: ‘quem é esse, quem é aquele, que que fez, eu não entendo nada, nada, nada, nada’.”*

### **Das razões porque os jovens não acompanham as notícias**

Nenhum entrevistado deixou de apontar o desinteresse dos jovens por notícias como a principal razão do não acompanhamento das mesmas. Essa falta de interesse vem seguida da questão de escolhas, prioridades e preferências. Os jovens assinalam que há muitas outras coisas para se fazer, que a vida hoje em dia está muito corrida e que é improvável que o tempo dedicado ao lazer inclua os noticiários. E1, por exemplo, acredita que é perda de tempo ficar vendo notícias pela televisão quando poderia estar utilizando esse tempo pra ir malhar na academia:

**E1:** *“[...] assim, é uma questão de tempo, ou de preferência: eu posso ir pra academia ou eu posso ficar assistindo o jornal, ah, eu vou pra academia, entendeu? É uma questão de preferência, assim, posso adiantar um pouco meu estudo ou posso assistir TV, ah, vou estudar um pouquinho.”*



Como não vêem necessidade em acompanhar as notícias, os jovens privilegiam o entretenimento como forma de ocupar seu tempo. E4 acredita que as notícias não interferem na vida diária dos jovens, e por essa razão não têm importância:

**E4:** *“Que não interessa pra eles, sabe? Á vezes eles só querem festa ou jogos de computador, ou coisa parecida, daí eles não se interessam por esse tipo de coisa. Porque, tipo, sei lá, eles iam achar mais legal ir pra uma festa ou jogar um jogo de computador, ficar no MSN, esse tipo de coisa, ao invés de assistir um jornal, ler uma revista. Que pra eles é chato, assim.”*

**E3:** *“Acho que os jovens são preocupados mais com o mundinho deles ali do que saber o que tá acontecendo, né. Eu, propriamente, assisto pouco jornal, me deixo levar [mais] por um desenho animando do que por um jornal, propriamente.”*

**E5:** *“É que tem muita coisa melhor pra fazer, entre outras, do que ir pesquisar jornal, ler jornal. Entediante, tipo, a leitura já tá virando entediante.”*

A editoria de política é considerada pelos entrevistados como uma das mais difíceis de compreender e como uma das editorias mais chatas do jornalismo. A maioria não se interessa, e acredita que os escândalos de corrupção da política brasileira são um dos fatores que fazem os jovens se afastarem das notícias:

**E4:** *“Talvez porque todo mundo já esteja cansado de tanta corrupção, porque sempre tem alguém saindo com corrupção, é muita corrupção nas notícias da política, então fica até banal, ninguém tá nem aí. Porque normalmente é sempre a mesma coisa, e também são mais difíceis, e é a mesma coisa, quase sempre. Acho chata.”*

**E3:** *“Não que eu achasse que política é tão chata, assim, mas é o descrédito, né, aí vai passar negócio de política tu já desanima, né. Acho que isso te deixa meio assim: ‘pô, vai começar isso aí de novo?’. A ladainha de sempre que nunca dá em nada. É por isso.”*

Muitos entrevistados afirmam que se os políticos fossem mais sérios e o aparato público funcionasse, as notícias atrairiam mais os jovens. E5 credita o desinteresse no jornalismo político à “censura” que acredita existir nesse tipo de reportagem:

**E5:** *“Porque às vezes eles dão informações incompletas, porque eles também não podem passar, tem coisa assim que... Sei lá se existe, deve existir, esse vetamento (sic) de expressão. Mesmo que hoje em dia tenhamos a linguagem blá, blá, liberdade de expressão, mas não é completa ainda, pra política. Tem muita declaração que deve ser falsa, muita coisa obscura.”*

Poucos entrevistados disseram acompanhar as notícias locais. A maioria acredita que o jornalismo regional é de má-qualidade, e por isso prefere não acompanhar esses acontecimentos. Os aspectos negativos apontados foram a repetição dos assuntos nos telejornais locais de diferentes horários de veiculação, e a repetição dos assuntos dos telejornais nos jornais impressos locais.



**E2:** *“Só que tem coisas ali [no jornal impresso] que tu queres ver, sai uma reportagem ali e tu vai ler e já passou no jornal da TV.”*

**E2:** *“É como eu te digo, o jornal aqui, se tu assiste o jornal de domingo à noite, Boa Noite Santa Catarina, de manhã tu não precisa assistir o Jornal do Almoço, porque é a mesma coisa. Então você deixa de assistir, vai para uma outra coisa.”*

Os assuntos dos noticiários também mereceram observações quanto à relevância e à falta de informações:

**E2:** *“Porque o jornal de hoje – o jornal daqui pelo menos – tu vê muito mulher mostrando o corpo e futebol. E na televisão eu acho o jornal daqui muito incompleto. À vezes passa aquela coisa bem rapidinha... tu acha que vai ser reportagem, quer dizer, o chamado que eles dão, chega na reportagem é a mesma coisa, nada de diferente. É meio incompleto, sabe, podia ser mais específico.”*

Alguns entrevistados fizeram comentários sobre o alto preço dos meios impressos, principalmente das revistas, além da presença expressiva de propaganda:

**E2:** *“Tem revista que tem muito mais propaganda do que reportagem, então quer dizer, tu paga pra ver a propaganda, xampu e coisa que não interessa, tu compra a revista pra ler a reportagem. Propaganda você já vê em outdoor, já vê em um monte de coisa.”*

Os jovens que dizem não gostar de ler tendem ao não-acompanhamento das notícias, mesmo quando disponíveis outros meios em que a leitura não é utilizada, como é o caso dos noticiários veiculados através de TV e rádio. De modo reverso, os jovens que gostam de ler tendem a consumir mais notícias, tanto dos meios em que a habilidade de leitura é necessária quanto dos demais.

**E1:** *“Então, eu... odeio... ler... livro, não sei por que, mas eu odeio livros de história e literatura, essas coisas assim, eu li só os dez do vestibular e acabou”.*

**E3:** *“Na verdade eu não leio muito, nunca tive esse hábito [...] Não sou muito ligado em TV. Às vezes prefiro jogar um videogame à noite, em outras assisto Jornal Nacional, mas assisto por assistir, não presto muita atenção.”*

Outros ainda dão justificativas, como ter alergia ao papel do jornal, ou achar que jornal é coisa de velho. O fator tempo é outra questão muito citada pelos jovens como razões para não acompanhar as notícias.

**E7:** *“Às vezes também, acredito, um pouco sem tempo, hoje em dia a faixa etária que a pessoa começa a trabalhar é desde cedo, daí também tem, quem quer, tipo, estuda meio período, tem período da tarde, não tem como ficar acompanhando assim né, daí eu acredito que o desinteresse que tem no jornalismo é um pouco isso também.”*



**E1:** *“Trabalho de manhã, estudo de tarde, chego em casa, vou pra academia, depois vou correr, chego às nove da noite, eu posso assistir a novela ou eu posso ficar meio deitadinha meia horinha... eu vou ficar deitadinha, daí então, acho que acaba o meu tempo.”*

### **Das razões porque os jovens acompanham as notícias**

As entrevistas forneceram pistas para se chegar à conclusão de que o principal motivo que faz com que os jovens se interessem por notícias é necessidade de arranjar argumento para as conversas. Quase todos eles justificaram a importância e utilidade das notícias com a idéia de que é preciso encontrar argumentos para as discussões e informações para formar opinião sobre determinados assuntos. Uma das jovens chegou a afirmar que as notícias seriam úteis para que ela não se sentisse burra por não ser informada:

**E1:** *“Eu acho que quem é ligado nas notícias tá de parabéns, mas eu ainda não consigo (ri). Um dia eu vou chegar lá, quem sabe um dia... sabe quando você sente mais burra por não ser informada, por não ler?”*

**E5:** *“[...] pra formar opinião e pra expor essas opiniões. Tipo, impor o que eu penso e às vezes tentar mudar algo com isso. Não fazer a pessoa pensar do jeito que eu penso, mas tipo, demonstrar mesmo que a minha opinião é igual ou deixa de ser igual a dos outros.”*

**E4:** *“É bom pra tu saber do que as pessoas tão falando, às vezes uma pessoa tá perguntando pra outra alguma coisa, daí é bom entrar no assunto. E também, sei lá, pra saber o que acontece, por que as coisas são assim, porque as coisas tão acontecendo assim.”*

A proximidade, tanto espacial quanto afetiva, pode ser uma razão para atrair os jovens para consumir notícias. Embora alguns dos entrevistados não consumissem notícias regionais e se afastassem delas por motivos de má-qualidade, como exposto anteriormente, alguns jovens acompanhavam esse noticiário por se sentirem identificados com ele. E1, apesar de não acompanhar quase nada dos acontecimentos, afirma se interessar por notícias da cidade onde morava e onde ainda mora sua mãe.

**E1:** *“Uma coisa que eu tô lembrando foi o caso da Mega Sena, lá de Joaçaba [...]. Porque era lá da minha cidade [me chamou atenção].”*

**E3:** *“Chama a atenção, né, porque daí é o que tá acontecendo por aqui, né. Dá uma olhada sim. Já vê a foto de alguém meio conhecido no jornal, já quer saber o que que é.”*

Os hábitos de leitura dos pais influenciam em grande parte o hábito de leitura dos filhos, e assim também é em relação a consumo de mídia. As entrevistas deixaram entrever que aqueles que tinham pais mais ligados nas notícias quase sempre se interessavam pelo que acontecia no mundo. Assim aconteceu com o jovem E6, que passou a assistir telejornal porque seus pais assistiam também:



**E6:** “Ah, não sei, antes eu não gostava, não me interessava né, assistir jornal, e de um tempo pra cá não, aí eu vim, a minha mãe começou a assistir jornal de manhã também, né, aí eu comecei a assistir com ela e... e foi, e agora todo dia de manhã, quando tem que trabalhar eu gosto de assistir o Bom Dia Brasil, até o outro de Santa Catarina eu assisto. Mas foi pelos meus pais assistirem também.”

As conversas revelaram que alguns jovens consideram as notícias úteis para adquirir conhecimentos e informações que seriam proveitosos para a profissão e em seleções de emprego:

**E1:** “Ah, de você selecionar [emprego]... Às vezes de você sair na frente de outra pessoa, até no jeito de você falar, ou da pessoa te pedir uma coisa e você saber, você tá bem informada... por aí.”

A utilidade das notícias também aparece quando se fala em escola e vestibular, acerca da necessidade de os alunos manterem-se bem informados para executar as suas funções corretamente:

**E5:** “Ah, eu já precisei saber muito do mensalão pra fazer redação pra escola e eu não sabia. É um assunto que eu sou completamente por fora, não me interessei naquela época, não tava nem aí. Foi até um erro, eu gostaria de saber até.”

**E1:** “[...] eu sou um exemplo péssimo de informação, e a único ano da minha vida que eu acompanhei bem foi o ano do vestibular, daí eu me dediquei pra estar sempre atualizada, um diferencial também...”

Outra razão apontada para a necessidade de consumir notícias foi a noção de o indivíduo fica isolado se não acompanha os acontecimentos, como revela **E3**:

**E3:** “Tu se fecha, né, quando tu não tem notícias Se tu recebe notícias no outro dia tu comenta, né, entra em contato com aquilo ali, senão vai se fechando. A pessoa vai se distanciando, ficado ali, isolada.”

As notícias são usadas também como forma de prevenção contra roubos, golpes, aumentos de preços e outros episódios do cotidiano que poderiam ser evitados ou aproveitados de algum modo, desde que conhecidos antecipadamente:

**E5:** “Então pelo menos eu sei do que acontece, pelo menos se algo acontecer não posso falar assim: ‘ah, não sabia’, deixar me levar pela opinião dos outros e não saber o que eu tô fazendo.[...] tem que saber pra poder escolher melhor para si”.

**E6:** “Acho que são importantes pra saber o que tá acontecendo ao redor da gente, próximo de nós ali, se der alguém, alguma coisa acontecendo, algum tipo de golpe, algum tipo de furto, é mais isso, pra saber mesmo o que tá acontecendo a nossa volta.”



**E6:** “*Tem uns dois anos atrás eu tava trabalhando no INSS como estagiário né, de ensino médio, e tavam reclamando dum pessoal que tava dando golpe nos aposentados, fazendo os aposentados assinarem procurações. E eu tava em casa com a minha vó, até fiz a minha vó acompanhar a notícia, expliquei tudo direitinho pra ela como acontecia. E, um dia eu tava voltando pra casa do trabalho, era meio dia, e eu vi o carro, o mesmo carro que o pessoal falava que parava e com um símbolo parecido com o do INSS. O pessoal falava que era do INSS e pedia pra pessoa assinar um documento. E eu tava na esquina e eu vi aquele carro, e eu comecei a apurar o passo. E quando eu tava chegando perto de casa a minha vó tinha mandado a pessoa embora. A pessoa pegou, entrou no carro e foi embora. Aí eu perguntei pra minha vó o que tinha acontecido e aí ela falou. O rapaz falava que era do INSS e que tinha um documento pra ela assinar que era do benefício dela lá, da pensão que ela recebe e ela falou pra ele, eu sei que você não é do INSS, que o meu neto trabalha lá, e ele falou que vocês tão aplicando golpe. Aí quando a minha vó falou isso ele se assustou e foi embora, né. Aí foi bem legal, uma coisa bem interessante né, que aconteceu.*”

As preocupações desses jovens entrevistados com o mundo parecem influir naquilo que mais gostam de acompanhar na imprensa. A maior preocupação de E4 se refere à política, principalmente internacional. Algumas das coisas que ele espera que aconteçam para o futuro têm a ver com a política externa do presidente da Venezuela, Hugo Chávez, e com as eleições presidenciais americanas deste ano. Assim, E4 prefere a editoria internacional, principalmente a parte de política.

**E4:** “*Eu gosto de ler sobre os negócios, coisas internacionais, tipo, descobertas científicas eu gosto de ler bastante. Situação geopolítica internacional eu gosto de ler bastante também. [...] [Tenho preocupações] pelo Hugo Chávez. Tipo, ele tá megalomaniaco, aí talvez ataque o Brasil pra pegar a Amazônia, sei lá o quê. [...] [Gostaria que no futuro] o partido do Bush não ganhasse as eleições americanas, acho que se talvez o Obama fosse o presidente dos Estados Unidos ia melhorar o mundo. E também que os Estados Unidos tomassem uma posição mais ativa contra o aquecimento global, que sei lá, o Hugo Chávez fosse deposto da Venezuela e que parassem os atentados terroristas do Oriente Médio.*”

Um tema que interessa a maioria dos jovens entrevistados são os problemas de meio-ambiente. Quase todos afirmaram ter preocupações com a natureza. Na fala dos entrevistados aparecem problemas como poluição, aquecimento global, falta de água, entre outros. O tema “meio-ambiente” está em grande evidência na mídia de hoje em dia, o que faz com que o assunto se torne bastante comentado, a ponto de ser considerado uma preocupação por parte dos jovens.

**E6:** “*Eu me preocupo um pouco assim, eu gosto, até quando fala assim, de alguma... que o governo tá fazendo alguma coisa pra mudar, pra ajudar a melhorar o ambiente e tudo, eu gosto bastante de acompanhar. Eu acho até que passou no Fantástico domingo, da... pra acabar com as sacolinhas plásticas, já tem cidade aí que tão cobrando a sacolinha, cobram de quem vai comprar, eles cobram a sacolinha pra tentar diminuir, em outro lugar lá eles dão desconto pra quem leva sacolinha de pano, eu achei até legal essa reportagem do Fantástico, pra acabar com as sacolinhas plásticas.*”



**E5:** “[O que me preocupa na área ambiental é] *essas coisas que estão acontecendo, esses tufões, furacões em lugares que nunca aconteceram antes. Neve a rolê lá na China, essas coisas assim são preocupantes porque são coisas que não aconteciam antes, e começou a acontecer por motivos óbvios, que é a poluição. Coisas que muita gente já viu e querem ajudar, e outras que viram e fingem não ver. Eu tenho essa preocupação, assim.*”

**E7:** “*No caso do efeito estufa, tava passando muita coisa de queimadas, coisa assim que mudou, que tá mudando a natureza, me mudou muito, hoje em dia assim, meu pai tem um sítio, o que que eu tô fazendo, tô reflorestando o sítio, tô plantando árvore, só, é, tô fazendo o máximo pra poder reciclar, fazendo o máximo pra poder acompanhar, tu vê que antes todo mundo jogava antes o lixo no chão, não, vou lá, deixa eu jogar na lixeira e tal.*”

## **Conclusões**

Esta pesquisa procura conhecer a percepção dos jovens a respeito do jornalismo, e descobrir quais são as razões que induzem os jovens a acompanharem ou não as notícias. A primeira parte do estudo mapeou a diversidade de opiniões a respeito do assunto através de sete entrevistas semi-estruturadas feitas com jovens da Grande Florianópolis. Pudemos perceber que a principal razão para o não acompanhamento dos acontecimentos apontada pelos entrevistados é a questão de escolhas, prioridades e preferências. Hoje, o pouco tempo vago dos jovens é disputado entre o jornalismo e a crescente oferta de entretenimento. Mindich (2005) responsabiliza o aumento das opções de entretenimento como um dos motivos para a queda de consumo de jornalismo entre os jovens:

In discussion with young people around the country, the topic of entertainment came up again and again. If we want to understand why many young people don't follow the news, we need to understand the lure of entertainment. [...] what attracts young people today has little to do with news and a lot to do with their own wants. (MINDICH, 2005:41-53).

Os jovens entrevistados em Florianópolis alegam que as reportagens de política afastam os jovens do jornalismo porque mostram muitos escândalos de corrupção e politicagem, além de serem mais difíceis de compreender e repetirem sempre os mesmos assuntos. Também segundo Mindich (2005:59), os jovens deixam de acompanhar a política porque se acostumam a procurar saber apenas a respeito de assuntos menos complexos: “As many young people consume the media equivalent of sugary cereals, they lose their taste for – indeed the ability to digest – serious news”. Como define uma das entrevistadas, o problema é que “a gente tem preguiça de pensar”. Outra razão referida pelos entrevistados foi o alto preço das revistas e jornais, e o fato de que a compra de um impresso implica em pagar por uma grande quantidade de propaganda indesejada.



A má-qualidade das notícias locais foi apontada pelos entrevistados, que se referiram aos telejornais e jornais impressos regionais como repetitivos e pouco relevantes. Mindich (2005:78) encontrou o mesmo problema ao entrevistar jovens norte-americanos: “even among young people who were tuned in to national news, there was a lot of frustration about the local stuff.” Outras razões apresentadas foram a falta de tempo, a preguiça, a sensação de que as notícias não interferem no cotidiano dos jovens e a má-qualidade das notícias locais.

A despeito do objetivo desta investigação ser investigar as possíveis causas de rejeição de notícias, os entrevistados apontaram mais razões para consumi-las do que para ignorá-las. O motivo mais citado foi a necessidade de colher informações e conhecimentos para formar opinião sobre diversos assuntos e servir de alimento para as conversas com amigos, parentes e conhecidos, como também já constara Piccinin:

No caso dos conteúdos televisivos, são eles que fornecem às audiências a fonte de boa parte das conversas cotidianas. As trocas de idéias têm em comum os assuntos advindos da programação, de modo que a programação se apresente duplamente articulada: facilitando a comunicação e sendo objeto de conversação, que nesse caso não se limita ao reduto da família. As comunidades tendem a ser ‘unir’ pelas conversas em comum provenientes da TV. (PICCININ, 2007:29).

A proximidade das notícias também é uma característica que atrai a audiência jovem para o jornalismo, tal qual ocorre com outros tipos de público. Piccinin nos diz que:

A reação de proximidade geográfica do acontecimento com o público ao qual é endereçada a notícia, sem dúvida vai promover o interesse da audiência e estabelecerá algum tipo de repercussão direta ou indireta na vida dessa audiência, dado o fato de que a notícia, como já dissemos, é um fenômeno social. (PICCININ, 2007:51).

As entrevistas revelaram que os jovens que têm pais que consomem notícias terão mais chances de consumirem também. Piccinin observara em sua pesquisa com os fumicultores que:

Partilhar uma experiência midiática é partilhar símbolos e valores do sistema estabelecido e através da presença de pequenos grupos de pessoas conhecidas e apreciadas. Na própria família, o acontecimento faz da sala de estar o local de reagrupamento frente à televisão, que se reconhece como um local de debate, distinções e poder. (PICCININ, 2007:24).

A utilidade das notícias também é considerada quando se fala em seleção de emprego e profissão. No estudo de Piccinin (2000:85), “todos buscam o acesso à



informação via TV por acreditarem que o monitoramento constante é condição indispensável para o desenvolvimento exitoso de suas atividades na propriedade rural e na vida”.

De acordo com nossos entrevistados, o jornalismo evita o isolamento social. No estudo de recepção dos produtores de fumo, Piccinin aponta a relação entre o não-consumo e isolamento:

Por outras palavras, o não-consumo da TV significa para audiência fumicultora o isolamento social, de maneira que a chave de conexão com o mundo se dá mais pela via tecnológica do que pelo contato direto entre indivíduos - mesmo em comunidades rurais pequenas como esta em estudo. (PICCININ, 2007:84).

As preocupações que os jovens têm sobre os problemas do mundo também influenciam o consumo de notícias, pois fazem os mesmos se informarem sobre esses assuntos causadores de apreensão. Essas preocupações dos jovens em certa medida agendam a imprensa, que se ocupa de cobrir esses temas que a audiência supostamente quer saber, ao mesmo tempo que a imprensa agenda os jovens.

### Referências Bibliográficas

- AYRES, Melina e GARCIA, Maria Noel. **Vosotras, nosotras y ellas**. El receptor y la construcción de agenda. Memoria de grado Universidad Católica del Uruguay: 2005.
- BAUER, Martin e GASKELL, George (editores). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- DIJK, Teun A. Van. Notícias e conhecimento. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Vol II N. 2, Florianópolis, Segundo semestre de 2005.
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Muito além do Jardim Botânico**. Um estudo de caso sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. 3. ed. São Paulo: Summus, 1985.
- KAPLÚN, Mario. El estudio de la recepción: un área prioritaria de investigación-acción ante los nuevos desafíos. In: MELO, José Marques de (coordenador). **Comunicación Latinoamericana: desafíos de la investigación para el siglo XXI**. São Paulo: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación / Escola de Comunicação e Artes, 1992.
- MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na Era da Informação**. Florianópolis, Insular/EdUFSC, 2ed. 2007
- MINDICH, David. **Tuned out: why Americans under 40 don't follow the news**. Oxford, New York: Oxford University Press, 2005.
- PICCININ, Fabiana. **Do outro lado da tela: as apropriações do telejornal pelos fumicultores de Santa Cruz**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2007.
- THE PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM . The State of the News Media 2004/2007: An Annual Report on American Journalism. New York, Columbia University. Online. Disponível em [www.stateofthenewsmedia.org](http://www.stateofthenewsmedia.org). Acesso em 10 junho 2007.
- TRAVANCAS, Isabel. **Juventude e Televisão**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2007.