

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

LAURA STAMADO BERRUTTI

O consumo de notícias pelos adolescentes:
um estudo em colégios do ensino médio de Porto Alegre

PORTO ALEGRE

2019

LAURA STAMADO BERRUTTI

O consumo de notícias pelos adolescentes:
um estudo em colégios do ensino médio de Porto Alegre

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção de grau de Bacharela em Jornalismo.

Orientadora: Prof^a Dra. Thais Helena Furtado

PORTO ALEGRE

2019

LAURA STAMADO BERRUTTI

O consumo de notícias pelos adolescentes:
um estudo em colégios do ensino médio de Porto Alegre

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção de grau de Bacharela em Jornalismo.

Orientadora: Prof^ª Dra. Thais Helena Furtado

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Thais Helena Furtado – UFRGS Orientadora

Profa. Dra. Cida Golin – UFRGS Examinadora

Prof. Dr. Felipe Oliveira – UFRGS Examinadora

***Ame muitas coisas, porque em amar
está a verdadeira força. Quem ama
muito conquistará muito, e o que for
feito com amor estará bem feito.***

(Vincent Van Gogh)

AGRADECIMENTOS

No momento em que lia um dos livros fundamentais para a construção desta monografia e um dos grandes clássicos do campo da comunicação, o autor da obra dava o seu último suspiro neste plano. Minutos depois, um dos seus grandes ensinamentos tornava-se realidade: pelo menos uma vez na vida iremos nos transformar em notícia, e este momento é a nossa morte. Um dos valores notícias que intensificam este acontecimento é a notoriedade do sujeito. Traquina é conhecido por ser um dos primeiros pesquisadores a compreender e a explicar o jornalismo contemporâneo. Ele também foi responsável por incentivar diversos profissionais ao redor do mundo.

Comecei este trabalho citando uma frase de outro grande protagonista da nossa sociedade: Van Gogh. Porém ele, ao contrário de Traquina, só teve as suas produções conhecidas justamente após a sua morte. O artista viveu uma vida trágica em busca da sua própria personalidade e de espaço no mundo.

Mas afinal, o que unem estas duas figuras? Simples, o fato que eles viveram motivadas por um propósito e que os seus legados foram frutos do amor profundo pelo ofício que escolheram para as suas vidas.

Amor este, vô, que o senhor deixou como legado na minha vida. Por esta razão, esta monografia, símbolo da conclusão da minha graduação, e qualquer outro projeto que eu escolher na minha vida, serão realizados motivados pelo o que senhor me ensinou. Seu Lacy, o senhor me mostrou que precisamos amar a vida, a ter teimosia e sair da zona de conforto para ir em busca dos nossos sonhos. Sinto saudades todos os dias da tua companhia, das tuas piadas e do teu carinho; porém as suas heranças estão eternizadas no meu DNA e nos meus atos. Espero um dia conseguir, através do meu trabalho, fazer com que mais pessoas tenham coragem de seguir os seus objetivos.

Gostaria também de fazer um agradecimento especial a minha orientadora, Thais Furtado, por ter topado prontamente a me auxiliar neste trabalho. Sem a sua atenção, auxílio e sugestões, nada disso teria sido possível. Grata também por ter me inserido nesta linha de pesquisa, a qual planejo seguir em futuros estudos. Para mim, pensar na juventude, é pensar no futuro da nossa sociedade.

Outra figura fundamental na produção desta monografia e em qualquer outro trabalho acadêmico que desenvolvi, é a minha madrinha fabicana Luisa, pelo incentivo incansável. Tu és uma das pessoas mais inteligentes e dedicadas que eu já conheci. Te admiro muito como mulher, profissional e pesquisadora. Fico encantada em ver a dedicação e profundidade com que debate qualquer assunto.

Agradeço também, Felipe e Cida, por terem aceitado participar da minha banca. Aprendi muito com vocês em aula e nas conversas nos corredores, e a admiração que tenho por vocês só se confirmou nesta banca. Grata pelos apontamentos, sugestões e incentivos. Sou privilegiada por ter tido a oportunidade de estudar em uma das melhores universidades públicas do país e ter tido a chance de ter aula com professores tão dedicados e comprometidos em ensinar os valores da nossa profissão.

Amigos e amigas, que estão pertinho de mim ou a quilômetros de distância, vocês também foram importantíssimos na minha trajetória ao longo da graduação. Obrigada também pela paciência neste último ano, que exigiu muito de mim academicamente, profissionalmente e pessoalmente. Peço desculpas por não ter sido tão presente como gostaria ou por ter demorado a responder algumas mensagens: isso tudo ocorreu por um propósito maior. Aproveito aqui para agradecer principalmente à Estela e à Juliana por terem me ajudado neste trabalho quando eu não conseguia mais entender gramaticalmente o que eu estava escrevendo. Carolina e Mariana obrigada também pela parceria ao longo da faculdade. Cristina, sou grata pela cumplicidade de sempre, não sabe como foi importante a tua presença na banca- e na minha vida. Andressa, sei que tu querias ter estado lá, mas a tua figura foi fundamental na apresentação: o *design* que tu criaste para o PPT fez toda a diferença, mas principalmente em todas as empreitadas que eu me meto. E que tu estás sempre lá, ao meu lado. Às demais amigas de fora da Fabico, seria injusto citar nomes, cada um sabe a importância que possui na minha caminhada.

Agradeço também a minha fonoaudióloga Clara Azzolin que me atendeu em diferentes momentos da minha vida, e hoje ocupa o lugar de uma madrinha que eu nunca tive. Obrigada por todos os conselhos, acolhimento e atenção, mesmo que à distância agora: espero logo poder te encontrar na terrinha. Admiro muito a maneira com que tu encaras a vida: és uma grande inspiração para mim.

Obrigada aos colegas do SBT por todo o apoio e aprendizagem nestes dois semestres, principalmente nos últimos meses. Esta jornada dupla de estágio e TCC foi muito desafiante. Descobri nesta fase uma garra que eu não sabia que existia em mim. Não poderia deixar também de agradecer às jardinetes da Jardine Comunicação, em especial à Carol por ter me proporcionado diversas oportunidades e por me acompanhar até hoje. Sou grata também ao NEP por ter me ensinado tanto na minha primeira bolsa, ao DEDS por ter me apresentado o fantástico universo da extensão universitária e à Revista Press por ter me acolhido em um momento que buscava novos desafios.

Sou grata também à Coimbra e a todas as pessoas que conheci nesta cidade. Ter tido a oportunidade de estudar em uma das universidades mais tradicionais do mundo durante o curso de jornalismo foi uma experiência enriquecedora. Tive professores sensacionais e, sem os aprendizados que tive lá, não teria tido inspiração para fazer este trabalho. Agradeço especialmente à Dona Maria e ao Seu Jorge, meus pais portugueses, e a toda família Flor por fazerem tanto por mim, mesmo que à distância. Portugal transformou a minha vida e passou a ser casa para mim.

Por fim, mas não menos importante, quero deixar a minha gratidão à minha família, que sempre esteve ao meu lado torcendo pelas minhas vitórias. Em especial, a minha mãe e ao meu pai, que não medem esforços para me ver feliz e por me proporcionarem todos os recursos necessários para o meu desenvolvimento, seja eles carinho, incentivo e recursos financeiros. Eu não seria nada sem vocês. Destaco ainda a minha irmã Camila e os meus sobrinhos Darchan, Dantara, Danton e Johan.

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo compreender como os adolescentes do ensino médio de Porto Alegre consomem informações jornalísticas e como esse consumo determina a percepção deles sobre o que é notícia, baseado na realidade de alunos de duas escolas de Porto Alegre. Para isso, realizamos uma pesquisa quantitativa com 114 estudantes de terceiro ano do ensino médio do Colégio Marista Rosário e da Escola Técnica Estadual Parobé, sendo 57 do primeiro e 57 do segundo. Os dados coletados foram aprofundados através da técnica de grupo focal, praticada com oito alunos de cada instituição de ensino. As informações mais tarde foram trabalhadas a partir do método de análise de conteúdo. O trabalho apresenta uma breve pesquisa de como o jornalismo interagiu com o espaço público desde o Absolutismo à Pós Verdade, além de ter identificado o papel social da imprensa durante esses períodos e como a prática da profissão se alterou após o surgimento da internet. Este estudo também apresenta diferentes pesquisas que analisam o consumo de notícias pelas gerações mais novas nos últimos anos e apontam como os jovens estão se engajando politicamente. Os objetivos específicos desta monografia são: 1) Definir o que é considerado notícia e jornalismo; 2) Refletir o papel social do jornalismo; 3) Apresentar os estudos sobre o consumo de notícias por adolescentes e jovens; 4) Perceber as mudanças no jornalismo em tempos de Web 2.0. Na análise, dividimos o *corpus* em 5 categorias: 1) O que são notícias para os adolescentes; 2) Insatisfação nos meios de comunicação tradicionais; 3) Hábitos de consumo de informação dos entrevistados; 4) Compreensão das notícias e 5) A falta de convite na participação do Espaço Público. Nossas principais conclusões foram que os adolescentes consomem mais notícias através das redes sociais e acabam entrando em sites de notícias para confirmar ou aprofundar determinadas informações. Além disso, para eles, notícia é qualquer informação que tenha algum conteúdo novo, independentemente do meio.

Palavras-chave: Notícia; Jornalismo; Adolescentes; Análise de Conteúdo; Espaço Público

ABSTRACT

This study aims to understand how high school teenagers from Porto Alegre (Brazil) consider journalistic information and how this consumption affects perceptions about what news are, based on the reality of two city's high schools. For this, we conducted a quantitative research with 114 last year high school students from Colégio Marista Rosario and Escola Técnica Estadual Parobé, being 57 students each. The collected data were deepened through the focus group technique, practiced with eight students from each educational institution. The information was later analyzed from the content analysis method. This paper presents a brief research of how journalism interacts with public space since absolutism until post truth, identifies the social role of the press during these periods and how the practice of the profession changed after the emergence of the internet. This study also presents different researches that analyze news consumption by younger generations in recent years and points out how young people are engaging politically. The specific objectives of this monograph are: 1) Defining what are considered news and journalism; 2) Reflecting the social role of journalism; 3) Presenting studies on news consumption by adolescents and young people; 4) Understanding how journalism has changed since Web 2.0. The corpus of the analysis was divided into 5 categories: 1) What news are for teenagers; 2) Dissatisfaction in traditional media; 3) Information consumption habits of respondents; 4) Understanding the news and 5) Lack of invitation to participate in the Public Space. Our main findings were that teens consume more news through social media and they access news sites to confirm or deepen informations. Also, for them, news is any information that has some new content, regardless of the medium.

Keywords: News; Journalism; Teenagers; Content analysis; Public place

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 DO ABSOLUTISMO À PÓS VERDADE: A IMPORTÂNCIA DO JORNALISMO PARA O ESPAÇO PÚBLICO.....	13
2.1 Papel social e participação do jornalismo na esfera pública ao longo da história	13
2.2 O que são notícias e como elas são construídas.....	18
2.3 Os valores-notícias, segundo Traquina.....	20
2.4 Transformações da imprensa a partir do jornalismo cidadão.....	24
2.5 O jornalismo na era da Pós-verdade.....	28
3 CONSUMO DE NOTÍCIAS E A PARTICIPAÇÃO DA JUVENTUDE NA ESFERA PÚBLICA.....	32
3.1 Pessimismo nos hábitos de consumo da juventude nos meios tradicionais de comunicação.....	32
3.2 Novas perspectivas de consumo e de hábitos das novas gerações.....	40
4 METODOLOGIA: DOS DADOS AO CONSUMO	48
4.1 Pesquisa de opinião.....	48
4.2 Grupo Focal.....	50
4.3 Análise de Conteúdo.....	52
4.4 Procedimentos metodológicos.....	54
5 ANÁLISE DE CONTEÚDO: O CONSUMO DE INFORMAÇÃO PELOS ADOLESCENTES	57
5.1 O que são notícias para os adolescentes.....	57
5.2 Insatisfação nos meios de comunicação tradicionais.....	60
5.3 Hábitos de consumo de informação dos entrevistados.....	64
5.4 Compreensão das notícias.....	68
5.5 A falta de convite na participação do Espaço Público.....	74
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	79
7 BIBLIOGRAFIA.....	83
8 APÊNDICE A.....	87
9 APÊNDICE B.....	89
10 APÊNDICE C.....	90

11 APÊNDICE D.....	108
---------------------------	------------

1 INTRODUÇÃO

Ao longo do meu percurso na graduação, sempre me perguntei se os blogueiros e os youtubers poderiam substituir o espaço de referência adquirido pelos líderes de opinião, como jornalistas, cientistas políticos ou escritores. Ao irmos a restaurantes ou a shoppings, é muito comum vermos crianças e adolescentes assistindo a vídeos em canais do Youtube de pessoas que não possuem formação acadêmica e que expõem suas opiniões sem responsabilidade em checar a veracidade das informações. Além disso, esses youtubers não precisam seguir um código de ética, como os jornalistas, por exemplo. Claro que há sujeitos que produzem conteúdos relevantes; porém, hoje em dia, qualquer um que tenha acesso à tecnologia pode falar o que quiser na internet.

Na cadeira de “Introdução ao Multimédia”, durante a mobilidade acadêmica que fiz na Universidade de Coimbra, no segundo semestre de 2017, em Portugal, meu grupo apresentou um seminário sobre o artigo *With Facebook, Blogs, and Fake News, Teens Reject Journalistic “Objectivity”*, da professora estadunidense Regina Marchi. Essa foi a primeira vez que tive contato com o tema do consumo de notícias por adolescentes. Foi durante o Congresso Internacional Literacias, Media e Informação, contudo, em maio de 2018, na mesma universidade, que tive a inspiração para produzir esta monografia.

Os adolescentes de agora serão os adultos de amanhã. Essa geração será responsável pelas grandes decisões do nosso planeta, porém parece que, cada vez mais, o jornalismo está perdendo espaço para o entretenimento online e para desinformação. Por esta razão, acredito que o jornalismo tem o dever de cativar esse público, sem perder o seu papel moral e social. Além disso, precisa ensinar o público a como consumir informação.

Diversas pesquisas desenvolvidas nos Estados Unidos e na Europa têm mostrado que adolescentes e jovens não consomem notícias com a mesma frequência e da mesma forma que as de antigamente. Os dados mostram que as gerações mais novas não costumam se atualizar com a mesma frequência do que as mais antigas, porém esta diferença nunca foi tão discrepante. Com o surgimento da internet e de novas tecnologias, a relação desse grupo com as narrações jornalísticas se alterou, assim como as próprias práticas da mídia. Agora, os mais jovens obtêm as informações através de conversas com adultos ou através das

redes sociais, muitas vezes somente se apropriando do conteúdo das manchetes. Alguns autores afirmam que eles estão perdendo o senso cívico, outros explicam que a modernização somente contribuiu para uma mudança de consumo.

Estudos mostram que os jovens estão mais interessados em eventos que interfiram diretamente em suas vidas e que eles participam da vida política principalmente através do voluntariado e de discussões nas redes sociais. As gerações mais novas querem se sentir parte do acontecimento: por isso elas optam por produtos que estimulem os seus sentidos. Pesquisas que iremos mostrar neste trabalho mostram que os adolescentes e jovens afirmam que os telejornais são chatos porque estão sempre repetindo o mesmo assunto e produzindo reportagens difíceis de compreender. Para os jovens, alguns jornais impressos possuem *layout* desinteressante. Outros estudos mostram que as empresas jornalísticas estão perdendo credibilidade com as gerações mais novas, principalmente por causa das *fake news* e pelos jovens acharem que os interesses econômicos e políticos de algumas companhias direcionam o foco das notícias.

Diante dessas informações prévias com as quais tive contato, resolvi desenvolver uma pesquisa própria que pudesse contribuir com essa discussão. Sendo assim, esta pesquisa tem objetivo geral compreender como os adolescentes do ensino médio de Porto Alegre consomem informações jornalísticas e como esse consumo determina a percepção deles sobre o que é notícia. Para isso, considero jornalismo como “uma forma de conhecimentos que trata do presente e dos eventos que dizem respeito ao homem” (Benetti, 2013, p. 44). Levo em conta, também, critérios de noticiabilidade que determinam o valor-notícia dos acontecimentos (TRAQUINA, 2008). Para completar, trago os seguintes objetivos específicos: 1) Discutir o que é notícia e jornalismo; 2) Refletir o papel social do jornalismo; 3) Apresentar os estudos sobre o consumo de notícias por adolescentes e jovens; 4) Perceber as mudanças no jornalismo em tempos de Web 2.0.

Partindo desses objetivos e do pressuposto de que a internet hoje oferece diferentes formatos e opções de conteúdo, o problema de pesquisa a ser respondido nesta pesquisa é: “De que maneira os adolescentes do ensino médio de Porto Alegre consomem informações jornalísticas e como esse consumo determina a percepção deles sobre o que é notícia?”.

Para responder essa pergunta, fiz um levantamento de dados quantitativos através de questionário de pesquisa com alunos do terceiro ano do Colégio Marista

Rosário e da Escola Técnica Estadual Parobé, considerando que esses são dois colégios tradicionais de Porto Alegre e que podem representar diferentes perfis de adolescentes da capital gaúcha. Além disso, realizei a técnica de grupo focal com oito alunos de cada uma dessas instituições de ensino para aprofundar as questões. Optei por realizar a pesquisa em uma escola privada e uma escola pública para atingir diferentes classes sociais para ter uma maior diversidade de vivências, porém esta monografia não busca analisar profundamente as diferenças entre os alunos de cada colégio.

Este trabalho está dividido em mais quatro capítulos, além desta introdução e das considerações finais. O primeiro é esta introdução. No segundo, analiso o papel do jornalismo desde o final do Absolutismo à Era da Pós Verdade e quais foram as transformações da mídia com o surgimento da internet. Para isso, utilizei autores como Axel Bruns, Benedict Anderson, Bill Kovach & Tom Rosenstiel, Dan Gillmor, Gay Tuchman, Gisele Reginato, Helder Bastos, Hellen Fulton, Imma Tubella, João Carlos Correia, José Antonio Llorente, Juliana Doretto, Manuel Castells, Nelson Traquina, Robert Park, Teun Van Dijk e Walter Lippmann. No terceiro, mostro diferentes pesquisas que analisam o consumo de notícias pelas gerações mais novas nos últimos anos, assim como o seu engajamento político. Os principais autores utilizados foram Alex Jones, David Buckingham, David Mindich, Irene Costera Meijer, Karin Raeymaeckers, Merrill Brown, Michael Delli Carpini, Neil Postman, Regina Marchi e Thomas Patterson.

A apresentação das metodologias utilizadas está no quarto capítulo. Neste projeto, optamos em utilizar o método de análise de conteúdo para analisar os dados recolhidos nos questionários e nos grupos focais. No quinto, irei mostrar quais foram os resultados que obtive com este trabalho. Por fim, no sexto capítulo, apresento as considerações finais do estudo.

2 DO ABSOLUTISMO À PÓS VERDADE: A IMPORTÂNCIA DO JORNALISMO PARA O ESPAÇO PÚBLICO

Os jornais começaram a emergir nas mesas dos cafés de Londres no início do século XVII e, mais tarde, nos bares dos Estados Unidos. Nesses encontros, em que eram discutidas as fofocas da sociedade e as novidades do campo político, tipógrafos recolhiam informações e as publicavam em seus periódicos. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004). Entretanto, ao longo da história, antes da construção das grandes cidades, a humanidade já havia criado ferramentas e códigos para se comunicar, além de compartilhar os últimos acontecimentos. Exemplos são os desenhos nas cavernas pintados pelos nossos ancestrais durante a pré-história, os folhetins com informações da corte proclamados nas praças públicas na Idade Média ou os textos compartilhados pessoalmente pelos monges antes da prensa de Gutemberg ser criada no século XV.

Como iremos ver neste capítulo, o jornalismo surgiu como uma plataforma de debate entre o Estado e a Sociedade Civil, através da Esfera Pública após o surgimento das grandes metrópoles (PARK, 2008). Com a profissionalização da imprensa no século XIX, as notícias passaram a ser o principal produto das empresas de jornalismo (TRAQUINA, 2005). A partir disso, neste capítulo me proponho a discutir a importância das notícias para a sociedade e o impacto que a internet teve sobre elas.

2.1 Papel social do jornalismo ao longo da história e a sua participação na Esfera Pública

Os ideais iluministas e o fim do Absolutismo no final do século XVII e no início do XVIII mudaram radicalmente as relações políticas, econômicas e sociais da humanidade. A religião deixou de ser a grande protagonista e os ideais racionais passaram a comandar as grandes decisões. Além disso, o sistema feudal entrou em colapso e o capitalismo começou a ter as suas primeiras experiências através dos cercos na Inglaterra. Os primeiros estados-nações também começaram a se formar, e a democracia passou a ser o regime político almejado.

Para o historiador Benedict Anderson (2008), nesse período, a sociedade passou a ser composta por comunidades imaginadas; ou seja, diferente das aldeias, em que as pessoas possuíam interação direta umas com as outras, a população passou a se identificar através de imagens mentais de afinidades mútuas.

Assim, dentro de um espírito antropológico, proponho a seguinte definição de nação: uma comunidade política imaginada - e imaginada como sendo intrinsecamente limitada e, ao mesmo tempo, soberana. Ela é imaginada porque mesmo os membros da mais minúscula das nações jamais conhecerão, encontrarão ou nem sequer ouvirão falar da maioria de seus companheiros, embora todos tenham em mente a imagem viva da comunhão entre eles. (ANDERSON, 2008, p. 32)

O autor ainda defende que, com o descobrimento de outras terras além da Europa e com a redução da influência do latim como idioma sagrado, a figura da Igreja declinou, assim como a fé religiosa; porém afirma que “o sofrimento que ela (*fé*) ajudava a apaziguar não desapareceu” (ANDERSON, 2008, p. 32). Para ele, a literatura e os jornais foram fundamentais na construção da ideia de nação, além de contribuírem para a substituição desta necessidade simbólica de pertencimento que a religião sanava.

Anderson (2008) ainda ressalta que a imprensa contribuiu na construção da ideia de tempo e da noção de cronologia, assim como a relação dos jornais com o mercado ajudou na construção do hábito mútuo da leitura. O autor denominou este último processo como “cerimônia de massas”. Ele ainda cita a comparação de Hegel na sua biografia, escrita por Rosenkranz, de que os jornais são, para o homem moderno, um o substituto das orações matinais.

Ela (*cerimônia de massa*) é realizada no silêncio da privacidade, nos escaninhos do cérebro. E, no entanto, cada participante dessa cerimônia tem clara consciência de que ela está sendo repetida simultaneamente por milhares (ou milhões) de pessoas, cuja existência lhe é indubitável, mas cuja identidade lhe é totalmente desconhecida (ANDERSON, 2008, p.68, inclusão minha).

A imprensa ajudou a definir as comunidades, a criar uma linguagem e conhecimentos comuns com base na realidade (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004). Para Kovach e Rosenstiel (2004), “é difícil [...] separar o conceito de jornalismo dos conceitos de criação de uma comunidade e mais tarde da democracia. O jornalismo é tão fundamental [...] que [...] as sociedades que querem suprimir a liberdade devem primeiro suprimir a imprensa. (KOVACH; ROSENSTIEL, p. 31, 2004).

Com isso, podemos concluir que o jornalismo surgiu através do crescimento das “grandes” cidades (PARK, 2008). Para o sociólogo, um dos mais eminentes

pensadores da Escola de Chicago, “os primeiros jornais foram simplesmente instrumentos para organizar a fofoca” (PARK, 2008, p. 36), que antigamente era compartilhada nos vilarejos, quando o contato entre os cidadãos era direto e todos se conheciam. O autor ainda afirma que a fofoca e a opinião pública eram as principais fontes de controle social.

O motivo, consciente ou inconsciente, dos escritores da imprensa é reproduzir, dentro do possível, na cidade, as condições de vida na vila; Na vila todos se conhecem. Cada um se chama pelo primeiro nome. A vila era democrática. Nós somos uma nação de aldeões. Nossas instituições são fundamentalmente instituições de aldeia (PARK, 2008, p. 38).

Além do jornalismo aproximar indivíduos que talvez nunca se conheçam pessoalmente, também é responsável por promover debates entre pessoas do mesmo ciclo social. Para Park (2002), a primeira reação do receptor ao consumir uma notícia é desejar contá-la a alguém, gerando uma conversa que pode vir a se tornar uma discussão. Nesse momento, a notícia deixa de ser apenas notícia e passa a estimular a produção de um consenso social ou opinião coletiva, que chamamos de opinião pública. Deste modo, também verificamos que o jornalismo possui o poder de pautar essas discussões através do que se é veiculado (MCCOMBS; SHAW, 1972).

O conceito de opinião pública foi um produto das filosofias liberais do final do século XVII e XVIII e das teorias democráticas do século XIX (TRAQUINA, 2005). No mesmo texto, o autor cita Boyce, que afirma que o jornalismo é um elo indispensável entre a opinião pública e as instituições governantes, como uma espécie de mediador. Os jornais “eram vistos como um meio de exprimir as queixas e injustiças individuais e como uma forma de assegurar a proteção contra a tirania insensível” (TRAQUINA, 2005, p. 47).

Os primeiros jornais que surgiram, após os boletins do século XVII, eram controlados pelos partidos políticos e “eram sobretudo armas na luta política, estreitamente identificados nas causas políticas” (TRAQUINA, 2005, p. 34). As publicações se confundiam com a publicidade (TRAQUINA, 2005) e atendiam os interesses do público que queria consumir os relatos dos debates do parlamento (PARK, 2008). Além disso, os textos expressavam claramente as opiniões do redator, que não era mais “um mero boateiro e humilde colecionador de eventos” (PARK, 2008, p. 41), mas que se transformou no “porta-voz da política partidária, desempenhando um papel na própria política.

Com o amadurecimento do capitalismo no século XIX, o avanço tecnológico e com a urbanização, os jornais passaram a se profissionalizar cada vez mais, e a figura do jornalista, principalmente a do repórter, passou a ocupar um lugar “místico” e “romântico” na sociedade. Chamado de *Penny Press*, o novo movimento que surgiu estava mais interessado em que os jornais fossem vendidos para um número maior de pessoas a um preço reduzido. A comercialização da imprensa tornou o jornalismo mais independente da política e transformou a atividade na indústria de um novo produto: as notícias. Assim, para facilitar a compreensão dos últimos acontecimentos, foi criada a estrutura da “pirâmide invertida”, disposição textual utilizada até os dias de hoje, em que as informações que o jornalista e a empresa consideram mais importantes são sobrepostas antes das outras (TRAQUINA, 2005).

Para Traquina (2005, p.56), “era preciso encher o jornal com notícias que poderiam interessar aos leitores”. Isso porque o público “estava mais interessado na notícia do que em ideias abstratas” (PARK, 2008, p.44). Nasce aqui o “jornalismo informativo”, que separa opinião de informação. Os assuntos publicados passaram a ser diversificados: além de política nacional e estrangeira, temas como crimes e os acontecimentos de rua também foram contemplados. Motivados também pela *Penny Press*, surgiu no final do século nos Estados Unidos, principalmente, o movimento chamado pejorativamente de *Yellow Journalism*. Ele era caracterizado por possuir um conteúdo sensacionalista; ou seja, os jornais buscavam aumentar a audiência através da publicação de notícias que amplificam os acontecimentos.

No final do século XIX, este “novo jornalismo” recebeu diversas críticas. Foi com o desenvolvimento das grandes reportagens que a imprensa começou a ter mais prestígio. A partir dessa época, clubes, associações e sindicatos começaram a se formar, assim como a prática jornalística começou a ser ensinada em universidades (TRAQUINA, 2005).

O jornalismo do século XX foi marcado pela grande oferta de veículos consolidados, de transformações tecnológicas e surgimentos de novas plataformas: como o rádio, a televisão e a internet. A imprensa foi responsável pela construção de heróis nacionais, através de um processo chamado de midiaticização (TRAQUINA, 2005), quando os atores institucionais e sociais passaram a aceitar a lógica mercantil da mídia (STRÖMBÄCK, 2008).

A concepção da ideia do jornalismo como “quarto poder”, atualmente atrelada aos estudos da imprensa na teoria democrática, se baseia no papel da mídia em

desempenhar um papel do jornalista como porta-voz da opinião pública, idealmente dando expressão às diferentes vozes no interior da sociedade que deveriam ser consideradas pelos governos, e vigilante do poder político, protegendo os cidadãos contra os abusos dos governantes (TRAQUINA, 2005). O conceito surgiu em 1828, quando o deputado do Parlamento Inglês, Thomas Macaulay, motivado pela Revolução Francesa, se referiu à imprensa como o quarto poder, tendo como referência os três poderes da época: o clero, a nobreza e o povo/burguesia.

Para Lippmann (2008), em sua obra *Public Opinion*, a democracia é um sistema falho, já que a sociedade conhece o mundo de maneira indireta, através de um “sentimento provocado por sua ‘imagem mental’ sobre um evento não vivenciado” (LIPPMANN, 2008, p. 29). Para ele, o jornalismo é um dos grandes responsáveis por isso, ao publicar histórias distorcidas e incompletas, marcadas pelas “irremediáveis fraquezas da imprensa” (KOVACH; ROSENSTIEL, p. 43, 2004)

O professor de filosofia da Universidade de Columbia John Dewey (1984), ao resenhar o livro na própria revista de Lippmann, afirmou que o jornalista diagnosticava uma das mais sérias fragilidades da imprensa e do público. Porém o pesquisador afirma que o objetivo da democracia não era administrar os assuntos públicos, mas contribuir para que a sociedade desenvolva o seu máximo potencial (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004). Com este mesmo pensamento, Kovach e Rosentiel (2004) acreditam que um dos principais papéis do jornalismo é “fornecer informação às pessoas para que estas sejam livres e capazes de se autogovernar” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p 22).

Mesmo em uma democracia, no entanto, a liberdade de imprensa pode encontrar alguns obstáculos. Desde o advento da prensa de Gutemberg, a comunicação foi delimitada pelos interesses de alguma instituição: a imprensa foi influenciada durante a Idade Média pela Igreja, os primeiros jornais foram comandados pelos partidos políticos e, desde o século XIX, o mercado é quem influencia as decisões dos veículos de comunicação. Para Traquina (2005), o caráter comercial do jornalismo pode fazer com que as notícias sejam veiculadas com o objetivo de aumentar a audiência em prol do lucro das empresas, ao invés de fornecer informações de serviço público.

O poder relativo aos jornalistas também pode ser condicionado pelos constrangimentos organizacionais, assim como as práticas e rotinas que as empresas instituem, conforme prevê a Teoria Organizacional, estruturada por

Warren Breed (TRAQUINA, 2005). Um dos grandes desafios dos profissionais é ter que produzir notícias coesas e coerentes em um tempo ágil, principalmente após o surgimento da internet. Mas afinal, o que é notícia e como elas surgem?

2.2 O que são notícias e como elas são construídas

Os estudos do jornalismo normalmente se referem ao termo notícia em um sentido mais amplo; isto é, como tudo aquilo que o jornal publica. Porém a notícia, em um sentido técnico, se refere a um gênero textual jornalístico, informativo e centrado em fatos (CORREIA, 2011). A sua estrutura básica, assim como qualquer outro estilo de texto, é dividida em superestrutura, macroestrutura e microestrutura (VAN DIJK, 1998). A primeira se refere ao esqueleto do texto - no caso das notícias, a pirâmide invertida. A segunda se trata da semântica do texto, ou seja, as relações entre os fatos do texto e os modelos mentais de situações do mundo real ou imaginário. Já a última é a coesão semântica das estruturas.

Como vimos anteriormente, a estrutura da pirâmide invertida surgiu no século XIX como forma de “empacotar” as informações que iriam ser publicadas nos jornais para facilitar a comercialização do produto (TRAQUINA, 2005). As informações que o jornalista julga ser mais importantes são organizadas no primeiro parágrafo, o chamado *lead*. Nele, devem-se ser respondidas as seguintes seis questões consideradas fundamentais para retratar o acontecimento em questão: O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê? As demais informações devem ser dispostas nos blocos seguintes. O discurso jornalístico também utiliza outras ferramentas para compor as suas histórias, tais como narrativa, terceira pessoa, linguagem formal e objetiva, título, aspas e discurso indireto.

Segundo Correia (2011), a notícia é “aplicável às comunicações apresentadas periodicamente sobre aquilo que possa ser novo, atual e interessante para a comunidade humana” (CORREIA, 2011, p. 29). Para Michael Schudson (2003), notícia é o que é publicamente notável dentro de um enquadramento de natureza social e cultural que engloba a compreensão do que é ser público e ser notório. Neste sentido, a notícia “é o produto da atividade jornalística de tornar público” (CORREIA, 2001, p.30 *apud* SCHUDSON, 2003). Em sua publicação, Correia cita outros autores que acreditam que as notícias produzidas pela mídia são produtos

que visam fornecer informação sobre fatos, tais como Molotch e Lester (1993), Schlesinger (1993), Tom Koch (1990).

As notícias, como forma de conhecimento, não retratam o passado ou o futuro; mas sim, o presente (PARK, 2002). Assim, para o autor, elas lidam com acontecimentos isolados e não procuram estabelecer relações entre eles. Isso ocorre diferente da história, por exemplo, que organiza os fatos em ordem cronológica. Desta maneira, podemos verificar a verdadeira essência da notícia: a efemeridade.

Na sua forma mais elementar, um relato noticioso é um simples *flash*, que dá conta que um acontecimento ocorreu. Se o acontecimento se revelar muito importante, o interesse suscitado levará a um posterior inquérito mais profundo e a uma preocupação maior com as circunstâncias em que ocorreu. (PARK, 2002, p. 40)

Para que uma notícia seja construída, contudo, o jornalista precisa dar um “enquadramento” para os acontecimentos, como uma “ideia organizadora central para dar sentido a acontecimentos relevantes” (Goffman apud Traquina, 2005, p. 16). Nessa perspectiva, a mídia possui o poder de “moldar” um fato, destacando alguns aspectos e ocultando outros, através do próprio discurso.

Desta forma, podemos concluir que as notícias não são simplesmente encontradas ou descobertas; mas sim, produzidas (TUCHMAN, 2002). Fulton (2012) compartilha desse mesmo pensamento e afirma que a inspiração das notícias vem de fontes, valores-notícia, *gatekeeping* – teoria que iremos aprofundar em seguida-, configuração de agenda, e determinantes econômicos.

[...] as notícias não existem em algum lugar fora das organizações de mídia, esperando serem encontradas e trazidas para dentro. Nem os jornalistas, em geral, saem procurando por ela. Eventos vêm para sua atenção, de fontes e de outras mídias, que podem ser trocadas em 'notícias' pela aplicação de várias práticas linguísticas e profissionais. (FULTON, 2012, p. 219, tradução minha¹)

A teoria estruturalista reconhece que as notícias são um produto social de vários fatores ligados à organização burocrática da mídia, pela estrutura dos valores-notícia e pelo próprio momento de “construção”, que envolve questões de identificação e contextualização da cultura social (TRAQUINA, 2005). Desta forma, a notícia retrata questões subjetivas da sociedade e ajuda a construir a realidade no

¹ [...] ‘news’ does not exist somewhere outside the media organisations, waiting to be found and brought inside. Nor do journalists, by and large, go out looking for it. Events come to their attention, from sources and from other media, which can then be turned into ‘news’ by the application of various linguistic and professional practices.

imaginário coletivo a partir dos fatos que são apresentados (TUCHMAN, 2002). A subjetividade e a narrativa das notícias, contudo, são enquadradas dentro de uma estrutura textual que visa pela objetividade. Por isso, o jornalista precisa eliminar os dêiticos se utilizando de algumas práticas, como o uso da terceira pessoa e a utilização da ordem direta.

As notícias registram a realidade social e são simultaneamente um produto dessa mesma realidade, na medida em que fornecem aos seus consumidores uma abstração seletiva intencionalmente coerente, mesmo podendo descurar certos pormenores. Quando os consumidores de notícias leem ou veem notícias, acrescentam-lhes pormenores - mas não necessariamente aqueles que foram suprimidos na construção da história. A abstração e a representação seletivas da informação, e a atribuição reflexiva de significado aos acontecimentos enquanto notícias são características naturais da vida cotidiana (TUCHMAN, 2002, p. 96)

A seleção dos acontecimentos para serem transformados em notícias, assim como as informações e a ordem dos fatos, seguem um padrão em diferentes veículos de comunicação “bastante estável e previsível” (TRAQUINA, 2008, p. 63). Diversos estudos tentaram definir quais são os critérios utilizados pelos jornalistas, porém a seguir iremos analisar quais os valores-notícias definidos por Nelson Traquina, um pesquisador português que compilou estas pesquisas.

2.3 Os valores-notícias, segundo Traquina

Como já vimos anteriormente, as notícias são um gênero textual jornalístico, em que os profissionais da comunicação selecionam enquadramentos de um acontecimento e constroem um texto, seja ele escrito ou oral, baseado em critérios próprios de seleção. E estas escolhas vão desde decidir o que vai ser notícia, quais fontes serão utilizadas, até quais as informações que serão colocadas no *lead* e no corpo do texto.

Para White (1950), os jornalistas são *gatekeepers* (porteiros) e devem decidir quais notícias que vão passar pelos *gates*; isso é, quais os assuntos devem passar pelos “portões”, que representam os critérios de seleção, e serem publicados. Segundo o autor, esse processo é subjetivo e arbitrário, e as decisões devem ser feitas no “conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*”. Ou seja, do profissional da imprensa. (WHITE, 1950 apud TRAQUINA, 2005, p. 150). Mas afinal, que critérios são esses?

Para selecionar o que será publicado ou não, os jornalistas utilizam critérios subjetivos, conhecidos como valores-notícias. Estes, ajudam a “[...] construir a sociedade como consenso.” (TRAQUINA, 2005, p. 86). Esta ideia de “consenso” faz com que os sujeitos de uma sociedade se identifiquem como pertencentes a uma sociedade e construam uma noção de coletivo. Os grupos que ficam fora deste consenso acabam sendo marginalizados (TRAQUINA, 2005).

Foi o italiano Mauro Wolf que apontou que os valores-notícias estão presentes em todo o processo da produção jornalística, desde a pauta até à construção da notícia (Wolf apud Traquina, 2005). O autor distinguiu os valores notícias de seleção - os que identificam o que vai ser ou não notícia - e os de construção - que são os critérios utilizados na hora de compor a notícia. Os valores-notícias de seleção, contudo, estão divididos em dois subgrupos: os contextos substantivos, que se relacionam diretamente com a avaliação direta do acontecimento, e os critérios contextuais, que se referem aos critérios da produção da notícia (TRAQUINA, 2005).

Segundo Traquina (2005), há diversos valores que os jornalistas utilizam para selecionar, dentre os acontecimentos, aquilo que será notícia. A **morte** é um critério “fundamental”, principalmente se a **notoriedade** do agente do acontecimento é alta: o **nome e a posição da pessoa** são essenciais para esses critérios de noticiabilidade.

A **proximidade** geográfica e cultural também é considerada um valor fundamental, assim como a **relevância** do fato. Deve-se julgar o impacto que determinada informação pode ter na vida das pessoas. A **novidade** é outro conceito que deve ser levado em consideração. Mesmo que algum jornalista decida voltar a falar de alguma notícia antiga, é importante que haja um gancho novo que justifique este resgate.

O valor-notícia do **tempo** é explorado de diferentes maneiras, porém a atualidade está sempre atrelada. Datas comemorativas e acontecimentos que se estendem ao longo do tempo costumam ser considerados notícias. Outro valor-notícia é a **notabilidade**, ou seja, a qualidade do fato em ser visível. O autor destaca alguns exemplos deste valor, como a **quantidade de pessoas envolvidas** no acontecimento, a **inversão** da normalidade, o que é **insólito**, **falhas** ou **excesso/escassez** de algo.

Alguma situação **inesperada**, que pode surpreender o público também é outro valor de destaque. Normalmente os mega-acontecimentos se encaixam aqui. Destaca-se também **conflitos** ou **controvérsias**, sejam eles violência física ou simbólica. Por último, há também a **infração**.

Em relação aos critérios contextuais da notícia, relacionados aos valores notícias de seleção, Traquina (2005) destaca cinco. Eles se referem ao processo de produção, não ao acontecimento em si. O primeiro deles é a **disponibilidade**, isto é, “a facilidade com que é possível fazer a cobertura de algum acontecimento (TRAQUINA, 2005, p. 88). Deve-se ter em mente que as empresas jornalísticas possuem recursos limitados. Outro valor é o **equilíbrio** de publicação. Os jornalistas devem se atentar à quantidade de matérias que já foram escritas sobre o mesmo assunto.

Outro critério é o da **visualidade**, particularmente no jornalismo televisivo. Os elementos visuais, como fotografia e vídeo, são importantes para compôr a notícia. A influência da **concorrência** também interfere nas decisões. A busca pelo “furo”, ou seja, pela informação que a empresa concorrente ainda não possui caracteriza um dos critérios contextuais. Por fim, o autor destaca o dia **noticioso**. Para o autor, “há dias ricos em acontecimentos com valor-notícia e outros dias pobres com valor-notícia” (TRAQUINA, 2005, p. 90). Ou seja, há dias que pautas são modificadas porque ocorrem outros acontecimentos, porém há outros que situações que não teriam um valor-notícia forte precisam ser veiculadas pela escassez de oferta de pauta.

Já os valores-notícias de construção, que são utilizados na elaboração da notícia em si, Traquina (2005) os divide em seis. O primeiro valor destacado pelo autor é o da **simplificação**. Ele ressalta que “quanto mais o acontecimento é desprovido de ambiguidade e complexidade, mais possibilidade tem a notícia de ser notada e compreendida (TRAQUINA, 2005, p. 91).

Quanto mais amplificada é uma notícia, maior é as chances de ela ser consumida pelo público. Esta é a lógica do valor-notícia de **amplificação**. Ou seja, quanto mais chamativo for a manchete ou um título, mais pessoas irão ficar interessadas em consumir aquela notícia. O terceiro é o da **relevância**, assim,

compete ao jornalista mostrar o significado de determinado acontecimento para a vida delas.

A lógica da **personalização** está em valorizar as pessoas que estão envolvidas em determinado acontecimento, e isso faz com que mais pessoas tenham interesse em consumir o produto. Outro valor-notícia de construção é a **dramatização**. Quando mais apelo sentimental o texto tiver, seja ele escrito ou oral, maior será o desejo do público em permanecer atento. Por fim, o critério de **consonância**, que traquina (2005) resgatou de Galtung e Ruge, se refere à lógica de, quanto mais uma notícia estiver inserida em uma narrativa já estabelecida, mais irá corresponder às expectativas do receptor.

Os critérios de seleção, contudo, com o surgimento da internet e do jornalismo cidadão, podem estar se alterando. Os internautas atualmente também são responsáveis por pautar a imprensa através das redes sociais. Muitas vezes, os jornalistas tomam ciência de algum acontecimento através de comentários e vídeos publicados no Facebook ou no Twitter. Com isso, como veremos melhor a seguir, os jornalistas estão a construir uma nova relação com a triagem de notícias.

2.4 Transformações da imprensa a partir do jornalismo cidadão

A sociedade contemporânea é caracterizada por diversas transformações sociais, econômicas e políticas, motivadas pelas novas tecnologias - processo que nos referimos corriqueiramente por globalização. Para Castells (2002), essas alterações estruturais foram desencadeadas por articulações em rede, em que a informação e o conhecimento foram pilares fundamentais neste processo. Segundo o autor, no espaço público atual - organizado pelas novas redes de comunicação digital -, as instituições ligadas ao Estado perderam a influência quase que absoluta das discussões sociais que possuíam na Era Industrial, e começaram a ser pautadas também pelos usuários da internet. A opinião pública na Era das Redes é caracterizada pela participação de cidadãos mobilizados e participativos, por movimentos intensos e por lideranças difusas (CASTELLS, 2013).

O que caracteriza o novo sistema de comunicação, baseado na integração em rede digitalizada de múltiplos modos de comunicação, é a sua capacidade de inclusão e de abrangência de todas as expressões culturais [...]. É precisamente devido a sua diversificação, multimodalidade e versatilidade que o novo sistema de comunicação é capaz de abarcar e integrar todas as formas de expressão, bem como a diversidade de

interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos sociais (CASTELLS, 2002. p 460).

A internet revolucionou profundamente a participação das sociedades nos debates públicos e na participação política. Os leitores, ouvintes e telespectadores, antes do surgimento da plataforma online, possuíam envolvimento limitado nos conteúdos, através de uma comunicação vertical entre o emissor (veículo de comunicação) - receptor (consumidor). Primo e Träsel (2006) explicam que, antes da internet, a participação do público ocorria por meio de cartas e ligações. Eles afirmam que estes recursos, contudo, eram limitados: as seções de “cartas do leitor”, por exemplo, ocupavam pequenos espaços nos jornais.

Com o surgimento da plataforma online, o público passou a ser também protagonista na participação da esfera pública. Na internet, todos os usuários são emissores, já que a plataforma “permite-nos dispor de comunicações de muitos para muitos” (GILLMOR, 2004, p. 42). Ou seja, a sociedade não precisa mais dos veículos de imprensa para saber, mesmo que superficialmente, o que está acontecendo do outro lado do mundo ou para mediar informações: os internautas trocam conhecimentos e manifestam as suas opiniões na web. Para Tubella (2005), contudo, diferentemente da imprensa tradicional, conforme vimos anteriormente, a internet é uma plataforma que estimula a construção da identidade individual. Deste modo, a interação do usuário com a rede online influencia o *self*, a partir dos conteúdos simbólicos consumidos.

Pesquisadores da área da sociologia e da comunicação concordam que a internet proporcionou maiores possibilidades de interação cívica e discussão pública. Alguns afirmam que a plataforma online contribui para a consolidação da democracia (MALINI; ANTOUN, 2013), mas outros alegam que, mesmo que a internet estimule o pluralismo de pontos de vista, a configuração da agenda e a organização de grupos com os mesmos ideais, ela favorece a fragmentação dos debates políticos (DAHLGREN, 2005).

Diversos autores tentam compreender o impacto da internet no debate público, mas é consenso que a plataforma online e as novas tecnologias têm modificado profundamente o consumo de informação e a própria interação do público com o jornalismo. Os usuários se transformaram em *producers* (BRUNS, 2014), ou seja, os cidadãos passaram a ter o poder de produzir conteúdos noticiosos nas redes, embora muitas vezes sem os critérios jornalísticos. Hoje em dia, basta

que alguém grave do celular um vídeo de algum acontecimento de interesse dos internautas para que ele seja compartilhado massivamente.

Conhecido como jornalismo cidadão, jornalismo *open source* (produção aberta), jornalismo colaborativo ou jornalismo participativo, o movimento permite com que o cidadão-comum produza conteúdos nos mesmos formatos que os jornalistas em ferramentas da web, como em blogs e *wikis*. Além disso, os internautas passaram a pautar os próprios jornalistas ao publicarem informações que antes não eram de conhecimento desses profissionais, ou que levavam um tempo maior para entrar na agenda.

O público começou a fazer parte integral do processo (GILLMOR, 2005). Muitas notícias veiculadas pela imprensa, por exemplo, são desenvolvidas a partir de informações que usuários publicaram nas redes sociais e que foram compartilhadas por outros indivíduos. Para Gillmor (2005), os leitores, telespectadores ou ouvintes possuem mais informações do que os próprios jornalistas, isso porque “eles são muitos e nós (*jornalistas*), nas mais das vezes, somos um só” (GILLMOR, 2005, p. 119, inclusão minha). Atualmente, diversas notícias são construídas através de demandas e denúncias do público após terem sido postadas nas redes sociais.

Para Bastos (2012), a multiplicação de sites e fontes na internet têm contribuído para um “certo esvaziamento” da função tradicional do *gatekeeper* pelos profissionais da imprensa. Segundo o autor, as novas práticas do jornalismo cidadão fizeram com que os ciberjornalistas tivessem que reavaliar os critérios de filtragem e valorização das notícias. A própria possibilidade de acompanhar o comportamento das audiências em tempo real fez com que os critérios de valores-notícias fossem alterados, para valorizar os assuntos que tivessem mais *feedback* do público. Com isso, os jornalistas se transformaram em “*sense-makers*, intermediadores, orientadores ou *gateopeners*, alguém que abre as “cancelas” aos leitores e indica os melhores sítios para se ir buscar informação fidedigna”, em uma espécie de curadoria dos assuntos mais relevantes (BASTOS, 2012, p. 288).

Bruns (2014) é mais radical ao dizer que o processo de seleção de notícias *gatekeeping* será alterado pelo *gatematching*. Nesta teoria, o autor sugere que as notícias são construídas de maneira colaborativa, em que os *producers* têm o poder de participar do processo de seleção. Em um modelo *open source*, através dos comentários e compartilhamentos, o leitor apresenta ao jornalista aquilo que

considera mais importante para ele e para aqueles que o rodeia. Nesse contexto, os profissionais da imprensa devem selecionar as demandas propostas pelos internautas e fornecer notícias com um conteúdo mais aprofundado e completo.

No processo, os papéis dos jornalistas industriais e dos usuários das notícias continuarão conectando-se e misturando-se. Os jornalistas – e especialmente os editores das notícias – já trabalham, de maneiras importantes, como curadores das notícias: embora suas práticas de trabalho possam divergir, mais cooperação nessas práticas como curador é facilmente viável e mais e mais provável. (BRUNS, 2014, p. 236)

Na prática, contudo, a redução dos prazos e dos *deadlines* atribuídos aos jornalistas pode estar prejudicando a qualidade das notícias na web. Bastos (2012) acredita que a busca da mídia em acompanhar - ou até competir - com as informações publicadas nas redes sociais fazem com que o rigor jornalístico diminua e que os textos acabem ficando superficiais. Para ele, também, muitas notícias são publicadas nos sites automaticamente de agências, sem nenhum tipo de tratamento; criando-se, assim, “dois problemas em simultâneo: o da verificação nula e o da validação cega (BASTOS, 2012, p.287).

A diluição de pilares centrais da actividade jornalística no ciberjornalismo teve como principal consequência a perda generalizada da qualidade do jornalismo produzido nas redações digitais. [...] Este processo de afastamento de práticas e papéis tradicionais do jornalismo e a assunção de novas práticas e de novos e diferentes papéis acabou por provocar uma diluição da própria identidade profissional dos jornalistas da web. (BASTOS, 2012, p.294)

Nunca foi tão necessário o trabalho dos jornalistas na sociedade. Desde a história antiga, quando a humanidade passou a se organizar em vilarejos, boatos eram propagados: porém, com as redes sociais, essas práticas ganharam proporções maiores e o fenômeno das notícias falsas se consolidaram na internet. Para Bell, Owen, Brown, Hauka e Rashidian (2007, p. 51), “no filme de terror que é a crise do modelo de negócios do jornalismo, o escândalo das *fake news* é o equivalente àquela cena em que o telefone toca e algo ruim acontece”. Elas são compartilhadas por internautas na internet motivados por crenças pessoais e causam desordem na opinião pública, já que as mentiras acabam por ser incorporadas como verdades (LLORENTE, 2017).

De acordo com Claire Wardle² (2017), que é diretora do projeto *First Draft*, que atua contra a desinformação, o termo *fake news* não contempla a complexidade

² Disponível em <<https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>> Acesso em 23 de outubro de 2019.

do problema que este tipo de publicação gera. De acordo com ela, há sete tipos de notícias falsas: 1) sátira ou paródia, o que pode confundir o leitor; 2) falsa conexão, que ocorre quando a manchete não condiz com a publicação; 3) conteúdo enganoso, ao usar uma informação mentirosa para difamar algo ou alguém; 4) falso contexto, quando uma publicação é compartilhada em outra situação; 5) conteúdo impostor, quando é usado o nome de uma pessoa com dados que ela não disse; 6) conteúdo manipulado, quando se manipula uma informação verdadeira para enganar o público; e o 7) conteúdo fabricado, que é uma informação falsa construída para espalhar um boato.

A distribuição das notícias falsas publicadas nas redes sociais também é motivada por questões econômicas das próprias empresas (BELL; OWEN; BROWN; HAUKA; RASHIDIAN, 2017). Para esses autores, as “mídias sociais e buscadores não são plataformas neutras. Fazem, sim, uma edição ou “curadoria” da informação que apresentam” (BELL; OWEN; BROWN; HAUKA; RASHIDIAN, 2017, p. 51). Ou seja, grandes empresas, como Google, Facebook, Apple, Microsoft criam filtros formados por algoritmos, que personalizam o resultado das buscas na internet (PARISER, 2012). Já Sunstein (2007) acredita que existe na rede online "câmaras de eco", em que os usuários selecionam conteúdos de acordo com as suas convicções políticas.

Uma pesquisa³ realizada pelo projeto brasileiro de *fact checking* Aos Fatos mostrou que 33,8% dos entrevistados se informam diretamente pelas redes sociais ou aplicativos de mensagens, enquanto 33,4% via pesquisa em mecanismos de busca. Apenas 10% dos entrevistados consomem notícias diretamente em veículos tradicionais de imprensa e 9,6% chegam às notícias por meio de links em redes sociais. Isso mostra que os internautas se mantêm mais informados pelas redes sociais, ao invés de procurar portais de imprensa. Ao todo, 805 brasileiros foram entrevistados em 2018 para esse estudo.

O mesmo levantamento detectou que 30% dos entrevistados confiam em alguma informação publicada nas redes sociais dependendo de quem enviou, enquanto que 24,1% disseram desconfiar na maioria das vezes. 18,6% dos consultados afirmaram não confiar, 13,8% disseram confiar na maioria das vezes e

³ Disponível em < <https://aosfatos.org/noticias/11-graficos-que-mostram-como-as-pessoas-consomem-noticia-na-internet/> > Acessado em 23 de outubro de 2019.

13,5% disseram confiar sempre. Contudo, apenas 17% dos entrevistados relataram que sempre buscam mais informações sobre o assunto depois.

Através desses dados, podemos verificar que os internautas atualmente se atualizam mais pelas redes sociais do que pela imprensa tradicional. Com o objetivo de se aproximar cada vez mais do público, as empresas de jornalismo criaram contas nessas plataformas e começaram a produzir conteúdos específicos para cada uma (BELL; OWEN; BROWN; HAUKA; RASHIDIAN, 2017). A internet tem gerado diversas transformações e incertezas para o jornalismo, como já vimos até aqui, e os modos de financiamento da mídia é outra incerteza (CORRÊA; LIMA, 2009). Os jornais estão cada vez mais produzindo menos exemplares, por exemplo. De acordo com o portal Poder 360, a partir de dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC)⁴, os 10 mais importantes jornais brasileiros registraram redução de 76.752 exemplares impressos, enquanto que o online teve um acréscimo de 40.805 em 2018.

O ambiente virtual também proporcionou novas oportunidades de interação. Enquanto que “a rádio diz, a televisão mostra e o jornal explica”, a internet consegue reunir estas três linguagens, além de dispor de uma própria (CANAVILHAS, 2001, p. 2). Utilizando de hipertextos e nós, o usuário consegue construir a própria narrativa de uma notícia, através da pirâmide deitada, uma estrutura que se originou da pirâmide invertida (CANAVILHAS, 2014). Além disso, o ambiente online permite mais agilidade na produção, verificação e publicação de conteúdo, assim como maior proximidade com as fontes.

2.5 Papel social do jornalismo na era da pós-verdade

Mesmo que muitas empresas de comunicação assegurem nos discursos sobre si que a verdade pode ser alcançada, a ideia do jornalismo como um “espelho” da realidade” tem sido questionada desde a década de 1950. Antigamente, os profissionais e pesquisadores da comunicação acreditavam que representar a verdade fielmente deveria ser o maior objetivo dos jornalistas. Atualmente, contudo, existe um consenso na academia de que o jornalismo ajuda a construir a realidade.

⁴ Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/efeito-bolsonaro-bump-foi-timido-e-jornais-tradicionais-perdem-assinantes/>> Acessado em 25 de outubro de 2019.

Kovach e Rosenstiel (2004) afirmam que a busca pela verdade é apenas pragmática, não filosófica, já que somos seres subjetivos. Ou seja, devemos encarar a objetividade como uma construção textual e a verdade como um valor abstrato, mas que o jornalista deve sempre almejar.

É isso que o jornalismo procura - uma forma prática e funcional da verdade. Não a verdade no sentido absoluto ou filosófico. Não a verdade de uma equação química. Mas o jornalismo pode - e deve - perseguir a verdade num sentido por meio do qual possamos funcionar no dia a dia. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 68).

Podemos trazer aqui, com isso, o atual debate sobre a *post-thuth*, a pós-verdade, que foi eleita em 2016 como a palavra destaque do ano em língua inglesa pela Oxford Dictionaries⁵. O dicionário definiu que a palavra é um substantivo que “se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais (tradução minha)”⁶. Ou seja, as informações que estimulem as sensações do público, mesmo que falsas, possuem tanto ou mais apelo político que as notícias.

O Dicionário ainda ressalta que, mesmo que o termo só tenha ganhado destaque em 2016, ano marcado pela discussão das “*fakenews*” - principalmente durante as eleições presidenciais estadunidenses que elegeram Trump -, foi em 1992 a primeira vez que ele foi utilizado por Steve Tesich. O dramaturgo sérvio-americano afirmou que as pessoas livres decidem livremente que querem viver em um mundo de pós-verdade em um artigo para a revista *The Nation*. No texto, ele falou sobre os escândalos do caso Irã–Contras e da Guerra do Golfo. (DICIONÁRIO OXFORD, 2016)

Mesmo que muitos profissionais e empresas de comunicação insistam em dizer que o jornalismo deva apresentar a “verdade”, “é importante pontuar que o próprio jornalismo está cada vez mais se distanciando da cobertura factual e valorizando as emoções e a opinião” (DORETTO, 2019, p. 70). Para Doretto, esses elementos se afastam da verdade que a comunidade jornalística procura defender e se aproxima do conceito de “pós-verdade”.

⁵ Disponível em: < <https://languages.oup.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>> Acessado em 19 de outubro de 2019.

⁶ “relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief”.

Doretto (2019) cita Hartley (1998), que destaca que, nos anos 1990, o jornalismo passava pela transição do jornalismo moderno, centrado na informação de interesse público, que permitiria ao cidadão participar no jogo democrático, para o pós-moderno, que “ênfatiza comunicação mais do que a verdade, o leitor mais do que o evento” (HARTLEY apud DORETTO, 2019, p. 70).

Para o autor, as notícias “modernistas” organizam-se em quatro narrativas, ligadas a uma perspectiva negativa de narração da vida cotidiana: conflito, progresso, competição e acidentes (que resumem os valores-notícia clássicos do jornalismo). Já o jornalismo “pós-modernista” é estruturado em outras narrativas: a “homilia secularizada” (o ensino de instrumentos pessoais e éticos para a vida doméstica, pessoal ou de desenvolvimento social), cordialidade, esfera privada (o leitor é pensado como consumidor buscando entretenimento, satisfação de desejos) e identidade (estilos de vida). (DORETTO, 2019, p. 70).

Para Kovach e Rosenstiel (2003), o que separa o jornalismo do entretenimento, propaganda, ficção ou arte, é sua essência de verificação. Para os autores, o entretenimento busca distrair, a propaganda manipula e a ficção inventa cenários para chegar a uma versão mais pessoal do que é verdade. O jornalismo é a disciplina que deve “apurar aquilo que realmente aconteceu” (KOVACH; ROSENSTIEL, p.74, 2004). Ao discutir a disciplina da verificação, os autores listam cinco princípios que devem ser adotados pelos jornalistas: nunca acrescentar nada que não estivesse lá, nunca enganar o público, seja o mais transparente possível sobre seus métodos e motivos, confie no seu próprio estilo de relato e seja humilde.

O chamado *infotainment* está cada vez mais presente nos grandes veículos e é marcado pelo uso de formatos narrativos populares “que primeiro traçam tramas conflitantes e dramáticas envolvendo personagens representativos na mídia” (FULTON, 2012, p. 242, tradução minha⁷). Quanto mais os jornais são preenchidos com o gênero, menos informações e menos notícias de eventos mundiais são disponibilizados (FULTON, 2012). Para Fulton (2012), ainda, a crescente narrativização das notícias, tanto impressas, quanto televisivas ou radiofônicas, é resultado da busca de mais audiência e de lucro pelas empresas.

Em meio a tantos debates em torno do papel social do jornalismo e em meio a tanta desinformação, principalmente após o surgimento da internet, Gisele Reginato (2016) propõe em seu doutorado identificar quais são as principais funções do jornalismo. No trabalho, ela propõe 12 finalidades: 1) informar de modo

⁷ “that foreground conflictual and dramatic plots involving characters representative of media-specific categories”

qualificado; 2) investigar; 3) verificar a veracidade das informações; 4) interpretar e analisar a realidade; 5) fazer a mediação entre os fatos e o leitor; 6) selecionar o que é relevante; 7) registrar a história e construir memória; 8) ajudar a entender o mundo contemporâneo; 9) integrar e mobilizar as pessoas; 10) defender o cidadão; 11) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; 12) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade.

A autora também analisou o discurso de veículos, jornalistas e leitores, e identificou que esses sujeitos juntos atribuem ao jornalismo também 12 finalidades. 1) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; 2) informar; 3) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade; 4) verificar a veracidade das informações; 5) selecionar o que é relevante; 6) investigar; 7) registrar história e construir memória; 8) interpretar e analisar a realidade; 9) defender o cidadão; 10) fazer a mediação entre os fatos e o leitor; 11) integrar e mobilizar as pessoas; 12) divertir- finalidade só considerada por veículos e jornalistas, não por leitores.

Somente os valores “informar”, “investigar” e “registrar” a história e construir memória” aparecem em comum nas duas listas. Porém, destaco o fato de alguns dos veículos e de jornalistas pesquisados acreditarem que “divertir” seja uma das funções do jornalismo. Acredito que este “princípio” se enquadra no conceito de “pós-verdade”, como vimos anteriormente. Para Reginato (2016), o jornalismo corre o risco da superficialidade e da fragmentação, podendo o produto se transformar em outra coisa, que não o jornalismo. Ela ainda cita Márcia Amaral (2006), que afirma que o entretenimento também informa, mas que o real compromisso do jornalismo é com a informação para a cidadania, não com o consumo.

Antigamente, o jornalismo pautava os assuntos debatidos pela opinião pública e o hábito de consumo de notícias eram mais regrados: as pessoas acordavam de manhã e liam as notícias nos jornais, o rádio permanecia ligado com frequência e as famílias se reuniam em torno da televisão para assistir os noticiários noturnos. Porém, com o surgimento da internet, o público está cada vez mais está se mantendo atualizado dos últimos acontecimentos através das redes sociais; e as novas gerações estão construindo suas rotinas de consumo influenciadas por estas novas práticas. No próximo capítulo, iremos discutir como os adolescentes e jovens se relacionam com os meios tradicionais de comunicação e com as informações que são publicadas na plataforma digital.

3. CONSUMO DE NOTÍCIAS POR ADOLESCENTES E JOVENS E AS SUAS PARTICIPAÇÕES NA ESFERA PÚBLICA

No Brasil, há diversos estudos que abordam o universo infantil e juvenil na mídia: seja em relação ao consumo de programas de entretenimento e filmes, seja refletindo sobre como a publicidade retrata as crianças e os adolescentes, ou seja analisando como o jornalismo os noticiam e produzem conteúdo voltado a este público. Porém ainda pouco se analisa a frequência e a maneira com que os adolescentes e jovens se atualizam dos principais acontecimentos do país e de como eles participam da esfera pública a partir do que é veiculado pela imprensa.

Diversas pesquisas em diferentes países, como veremos a seguir, têm identificado uma diminuição no consumo de notícias por crianças e adolescentes em jornais, rádios e televisão nas últimas décadas. Alguns autores interpretam esta realidade como se as gerações mais novas não estivessem mais interessadas em política e estivessem perdendo o senso cívico (Jones, 2008; Mindich, 2005; Patterson, 2007). Por outro lado, outros pesquisadores relatam que os jovens estão apenas modificando o modo com que consomem notícias e se relacionando com o espaço público (Costera Meijer, 2007; Marchi, 2012; Raeymaeckers, 2004; Doretto, 2019)

. Neste capítulo, iremos apresentar pesquisas e obras de autores que estão estudando o assunto nos Estados Unidos, Brasil, Portugal, Holanda, Inglaterra e Bélgica. Nos propomos, assim, a refletir sobre os hábitos de consumo de notícias dos jovens e adolescentes, sobre como eles se mantêm atualizados e sobre como esse público se relaciona com a sociedade através do jornalismo.

3.1- Pessimismo nos hábitos de consumo da juventude nos meios tradicionais

A escassez de jovens nas audiências de imprensa e o comportamento das novas audiências na internet têm preocupado alguns especialistas da área da comunicação e das ciências políticas. Acadêmicos e organizações, como veremos a seguir, estão desenvolvendo pesquisas para conseguir identificar e quantificar essas novas tendências. Esses estudos exemplificam a teoria da juventude desengajada (Bennett, 2008), que não participa das ações cívicas tradicionais, como votação,

conhecimento de política e consumo de notícias, como normas de uma democracia saudável.

Embora historicamente o engajamento dos jovens com os aspectos tradicionais da vida pública seja mais frágil do que o dos adultos, esta diferença nunca foi tão discrepante (CARPINI, 2000). Além disso, contudo, para o autor estadunidense, os jovens não estão aumentando sua participação na vida pública ao passar dos anos, e isso inclui o consumo de notícias através dos meios de comunicação. Ele escreve que “o atual mal-estar cívico engoliu a juventude dos Estados Unidos ao que parece ser uma característica geracional profunda, em vez de um estágio no ciclo de vida que irá remediar-se com o tempo (CARPINI, 2000, p. 343, tradução minha).⁸

Alguns estudos mostram que os adultos consomem mais notícias do que as gerações mais novas. A pesquisa estadunidense *Young people and news*, publicada em 2007, pelo professor e pesquisador Thomas Patterson, detectou que, enquanto 35% dos adultos dizem que leem notícias em jornal todos os dias, apenas 16% dos jovens e 9% dos adolescentes fazem o mesmo. Na televisão, 57% dos adultos relataram assistir noticiários, enquanto os mais novos, 31%. Já no rádio, 38% das gerações mais antigas escutavam notícias diariamente, enquanto os jovens e adolescentes, 29% e 25%, respectivamente. Contudo, o consumo de notícias através de publicações jornalísticas na internet se mantém equilibrada para os três grupos: 20% para os adultos, 22% para os jovens e 20% para os adolescentes.

Em entrevistas, o pesquisador percebeu também que os adultos estavam mais cientes dos últimos acontecimentos do que as gerações mais novas. Contudo, as notícias “softs” foram as que as gerações mais novas mostraram ter domínio. Enquanto 54% dos adultos mais velhos alegaram conscientização dos acontecimentos mostrados nas notícias factuais, 33% dos jovens e 24% dos adolescentes disseram o mesmo. Já em relação às notícias “softs”, os valores foram maiores: 83% dos adultos disseram dominá-las, ao passo que 68% dos jovens e 66% dos adolescentes afirmaram conhecê-las.

As razões para que os jovens se desconectem dos assuntos do governo e políticos são diversas: alguns adultos os influenciam ao demonstrarem opiniões

⁸ No original: “The current civic malaise that has engulfed America’s youth appears to be an ingrained generational characteristic rather than a stage in the life cycle that will remedy itself with time”.

negativas sobre a política, os candidatos raramente apelam diretamente para os públicos mais novos, os políticos têm optado por campanhas negativas e atitudes duvidosas, a imprensa muitas vezes apresenta uma postura cínica, além deste público perceber que algumas atitudes de políticos são orquestradas por profissionais de comunicação (BENNETT, 2008). Ou seja, a rejeição dos jovens à autoridade moral de políticos e da imprensa pode ser interpretada como um declínio na legitimidade do Estado e de outras instituições da sociedade civil por este grupo. (KENNY, 1998 apud BUCKINGHAM, 2006).

Buckingham (2006) explica que alguns autores⁹ acreditam que esta rejeição é resultado de uma “despolitização” das discussões, uma vez que os partidos tendem a convergir ideologicamente e que questões ligadas ao gerenciamento da economia se transformaram em prioridade. Já outros¹⁰ (3), afirmam que a rejeição dos jovens reforça a tendência que parece haver um colapso das redes sociais tradicionais e do debate público.

Para o autor, no entanto, essas “conclusões são muitas vezes tomadas como uma confirmação da imagem dos jovens como meramente ignorantes, apáticos e cínicos”. (BUCKINGHAM, 2006, p. 113). Buckingham (2006) acredita que a aparente rejeição dos jovens à política e ao jornalismo ocorre porque eles não são estimulados desde crianças a participarem da vida cidadã e que são excluídos do campo da política e das formas dominantes de discurso público.

Nesse quadro, a política e o governo continuam sendo no máximo uma abstração, e a falta de interesse dos jovens por política é apenas uma resposta racional a sua própria impotência. Porque deveriam eles se preocuparem em aprender a respeito de algo que não têm poder de influenciar, e que por sua vez não faz qualquer esforço para dirigir-se a eles? Nessa perspectiva, os jovens não são vistos como apáticos ou irresponsáveis, e sim como destituídos (BUCKINGHAM, 2006, p. 113)

Ainda para Buckingham (2006), a própria influência da mídia é contraditória quando se fala na construção da infância. Ao mesmo tempo que ela denuncia casos de maus tratos e abusos em crianças, também estimula a indisciplina, comportamentos agressivos, a sexualidade precoce. Neil Postman (1999) possui um discurso mais pessimista ao indicar que as crianças tendem a se tornar adultos prematuramente, principalmente após a alfabetização. Ainda para Postman (2002), a

⁹ Bewes (1997) e Gartside (1998)

¹⁰ Hart (1994) e Putnam (1995)

tendência também é que os adultos se tornem mais frágeis e infantis em sua estrutura psicológica e moral. Um exemplo disso é a postura destes adultos em programas de reality show.

Patterson (2007) relata que, além de ter identificado que as gerações mais novas são menos propensas a se atualizarem dos últimos acontecimentos do país, elas também possuem mais dificuldade em identificar o elemento factual dessas informações. Ou seja, mesmo consumindo menos notícias do que os adultos, os jovens e adolescentes “são atraídos desproporcionalmente a histórias que têm pouco ou nenhum conteúdo de assunto público” (Patterson, 2007, 16, tradução minha).¹¹ Para o autor, fatores cognitivos e educacionais ajudam a explicar por que as gerações mais novas não estão tão sintonizadas às notícias factuais, se comparadas com as mais “leves”.

Estudos¹² indicam que as pessoas podem ouvir algo diversas vezes sem reconhecer a sua existência, se eles têm pouco conhecimento prévio ou consciência disso. Sua mente não consegue reconhecê-lo em meio ao ruído das centenas de mensagens informativas que elas recebem todos os dias. Nesta tendência, repousa a importância de recentes estudos que mostram que a maioria dos jovens são mal informados politicamente. Muitos deles estão mal equipados para processar as *hard news* que encontram. Nesta tendência, repousa a importância de recentes estudos que mostram a maioria dos jovens adultos são mal informados politicamente. Muitos deles estão mal equipados para processar as notícias *hard news* que encontram. (PATTERSON, 2007, p. 16, tradução minha)¹³

O estudo da recepção cognitiva das notícias é tema de pesquisa de alguns investigadores. As pessoas precisam de um grande volume de conhecimento prévio para conseguir produzir e compreender um texto, até mesmo uma simples história infantil (CHARNIAK, 1972 apud VAN DIJK, 2005). Partindo deste pensamento, Van Dijk (2005) explica que, para que uma notícia seja compreendida, é necessário que o leitor apresente conhecimentos prévios, que vão desde linguísticos, gêneros de discurso a conhecimentos de aprendizagem.

¹¹ No original: “They are attracted disproportionately to stories that have little or no public affairs content.”

¹² W. Gill Woodall, Dennis K. Davis, and Haluk Sahin, “From the Boob Tube to the Black. Box: Televised News Comprehension from an Information Processing Perspective,” *Journal of Broadcasting* (1983), p.1-22.

¹³ No original: Studies indicate that people can hear something over and over without recognizing its existence if they have little prior knowledge or awareness of it. Their mind fails to recognize it amidst the noise of the hundreds of informational messages that come their way each day. In this tendency rests the significance of recent studies that show most young adults are poorly informed politically. Many of them are ill-equipped to process the hard news stories they encounter.

Esta realidade, no entanto, era diferente décadas atrás (PATTERSON, 2007). Em seu estudo, o autor americano cita uma pesquisa de Martin Wattenberg, publicada no livro *“Is voting for young people?”* (2007), que demonstra que o nível de informação política entre os adultos e jovens era quase a mesma, assim como o consumo de notícias na televisão. No final dos anos 50, por exemplo, 53% dos jovens entre 21 e 29 seguiam as últimas notícias da política estadunidense, em comparação aos 61% dos adultos entre 30 e 44 anos, a 60% dos que tinham de 45 a 60 anos e aos 57% dos idosos com mais de 60 anos. “No geral, a correlação entre a idade e o nível de atenção às histórias políticas no jornal era de apenas 0,03. Em suma, jovens, adultos e idosos receberam cobertura jornalística na mesma proporção.” (WATTENBER apud PATTERSON, 2007, p. 18, tradução minha).¹⁴

Entre as últimas décadas, houve uma “mudança geracional” de consumo de notícias ao passar dos anos, principalmente nas que tratam de política (MINDICH, 2005). O autor relata que 80% das pessoas com menos de 30 anos não leem jornais impressos diariamente, enquanto que 70% dos americanos mais velhos, o fazem. O autor afirma que esta realidade irá trazer graves consequências para o futuro da nossa sociedade porque, para ele, não existe democracia sem cidadãos informados.

Para o pesquisador, se uma pessoa não possui o costume de ler notícias em jornal durante a juventude, dificilmente irá fazê-lo quando adulta. “Os dados mostram que o hábito de se ler jornal não se desenvolve com a idade. Ou você adquire o hábito com os seus vinte anos, ou nunca mais o faz. [...] Oitenta por cento dos jovens não leem jornal hoje, e não há evidências de que eles lerão daqui a 20 anos também”, ressalta (MINDICH, 2005, p.3, tradução minha)¹⁵. Na mesma obra, Mindich cita as pesquisas de Robert D. Putnam e de Wolfram Peiser. Ambas constataam diferenças de leitura de notícias na plataforma impressa entre gerações.

¹⁴ No original: “Overall, the correlation between age and level of attention to political stories in the newspaper was a mere .03. In sum, young, middle aged, and old alike took in newspaper coverage at about the same rate.”

¹⁵ No original: “Data show that the newspaper habit is not one that increases much with age. That is, you typically pick up the habit in your twenties, or you never do. [...] Eighty percent of young people don’t read the newspaper today, and there is no evidence that they will read 20 years from now, either.”

Ptunam constatou uma pequena alteração do hábito de leitura de quatro gerações entre os anos 1986 e 2000. Já Peiser constatou esses mesmos resultados, porém a análise foi em um período de tempo maior. Em 1972, 46% dos jovens entre 18 e 22 anos relataram ler notícias em jornais todos os dias. Esta mesma geração, em 1977, já com idades entre 23 e 27, lia 38%; em 1982, com 28 e 32, 49%; em 1987, com 33 e 37, 53%; em 1991, com 38 e 42, 56%, em 1996, com 43 e 47, 45% e em 2002, com 48 e 52, 40%. Trinta anos depois do início da pesquisa, no entanto, os jovens que possuíam entre 18 e 22 anos em 2002, apenas 21% afirmavam ler notícias em jornais todos os dias.

O que não está claro ainda é se a internet possui a capacidade de criar hábito de leitura de notícias (Patterson, 2007). A pesquisa online¹⁶ *Papers modestly boost newspaper readership*, desenvolvida pela The Pew Research Center em 2006, mostra que a plataforma online não fortalece o hábito de consumo de notícias naqueles que a utilizam. Comparado com os sujeitos leitores de jornais ou telespectador de notícias, o usuário passa menos minutos em uma publicação. Para Patterson (2007), em vez de uma pesquisa deliberada, consciente e rotineira, os jovens acessam a notícia se ela atrair a sua atenção enquanto navegam na internet, baseados em acaso e coincidência.

A televisão continua sendo o maior veículo de comunicação de massa (RAEYMAECKERS, 2004), porém a tendência é que os jovens escolham a internet como principal meio de informação (BROWN, 2005). No artigo *Abandoning the News* de 2005, publicado na terceira edição da revista *Carnegie Reporter*, Merrill Brown afirma que esta tendência pode prejudicar a compreensão das novas gerações dos eventuais acontecimentos do país. “Os futuros consumidores de notícias e líderes de uma sociedade moderna e complexa estão abandonando as notícias, como nós sabemos, e é cada vez mais claro que um grande número deles nunca mais vai voltar a consumir os jornais diários e os noticiários de transmissão nacionais (BROWN, 2005, p.4, tradução minha)¹⁷.

¹⁶ <https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/4/legacy-pdf/282.pdf>. Acessado em 18/10/2019

¹⁷ No original: “The future news consumers and leaders of a complex, modern society, are abandoning the news as we’ve known it, and it’s increasingly clear that a great number of them will never return to daily newspapers and the national broadcast news programs.”

Patterson (2007) se demonstra preocupado com a diferença de consumo de notícias entre as gerações mais antigas e as mais novas e afirma que existe um “pessimismo sobre o futuro das notícias diárias e dos jovens adultos” (PATTERSON, 2007, p. 24, tradução minha)¹⁸, principalmente com o surgimento da internet e das novas tecnologias. Porém o autor garante que o problema não é a plataforma online em si, mas os novos hábitos de consumo de mídia que ela desencadeou.

A chamada geração do milênio, de jovens entre 18 e 34 anos, está mudando os meios pelo quais consomem as notícias. Os jornais e a televisão antes eram as plataformas mais utilizadas, porém atualmente as redes sociais são os canais que esta parcela da população mais tem acesso à imprensa. A pesquisa “*Millennial Media Habits*”¹⁹, da ONG American Press Institute, ligada à Associação de Jornais da América, de 2015, mostra que 88% dos jovens dos Estados Unidos obtêm notícias regularmente através do Facebook; no entanto, menos da metade alega que a notícia seja sua principal motivação para visitar o site ou aplicativo da rede social.

Outro dado do estudo que apresenta um novo comportamento de consumo de conteúdos na internet é o de assinaturas de pacotes de serviços. Mesmo que 93% dos entrevistados afirmem que contratam algum produto online, menos da metade paga por algum portal jornalístico. A porcentagem de jovens que investe em algum aplicativo de notícias é de 40%, enquanto que a porcentagem de internautas desta geração que paga para ter acesso a filmes e TV é de 55% e a jogos ou a música é de 48%.

Antigamente, as famílias costumavam compartilhar e debater as notícias, seja as manchetes dos jornais, os noticiários de televisão ou, antes do surgimento dela, os programas na rádio (PATTERSON 2007). Porém, com o surgimento da internet e das novas tecnologias, a relação dos meios passou a ser mais individual. “Hoje, o uso da mídia é em grande parte uma relação solitária, um único rosto olhando para a televisão ou para a tela do computador, contribuindo para a tendência da mídia de

¹⁸ No original: “Pessimism about the future of daily news and young adults”.

¹⁹ Disponível em
<<https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/surveyresearch/millennials-news/>> Acesso em 21 de junho de 2019.

reforçar os interesses existentes, em vez de criar novos”. (PATTERSON, 2007, p. 24)²⁰.

De acordo com Buckingham (2000), na obra *The Making of Citizens*, os jovens acompanham as notícias, porém isso não quer dizer que eles gostem disso. O autor ressalva que esta atividade pode ser praticada por insistência dos pais ou uma alternativa de ocuparem os seus tempos livres. Mesmo alguns deles achando o hábito desinteressante, se manter atualizado demonstra um sinal de maturidade.

Nesta mesma pesquisa, Buckingham (2000) questionou 42 adolescentes estadunidenses e britânicos sobre os seus hábitos de consumos na televisão, seja de notícias *hard news*, *softs* ou de programas de entretenimento, além de questões sobre democracia, relacionadas a temas de política. O autor percebeu que a maioria dos entrevistados demonstrou mais interesse por programas, filmes e séries. Além disso, ele verificou que, entre os que disseram que assistiam a programas noticiosos, alguns deles não sabiam citar os últimos acontecimentos. Buckingham acredita que alguns adolescentes disseram que acompanhavam as notícias para corresponder ao que consideravam ser as expectativas do projeto.

Entre os adolescentes entrevistados, o autor identificou três tipos de entrevistados: os “sarcásticos”; os “críticos dos media” e os “leitores desrespeitadores”. O primeiro grupo assistia notícias mais corriqueiras, como as de esporte e criminais. Eles apresentavam uma postura mais sarcástica, considerando os políticos desonestos e afirmavam que não tinham interesse neste tipo de assunto. No segundo grupo, ficaram os adolescentes que disseram que acompanhavam as notícias regularmente, como se fosse um dever moral, e eram mais críticos a elas. No terceiro, o autor também percebeu um discurso questionador, porém os argumentos não eram tão aprofundados.

A partir destes resultados, Buckingham (2000) se demonstra preocupado com o futuro da democracia ao constatar que a maioria dos jovens entrevistados não apresentava tanto interesse em consumir notícias com frequência. O autor fala do princípio da “cidadania informada”, cuja ideia é que aqueles que seguem as notícias são previsivelmente mais informados.

²⁰ No original: “Today, media use is largely a solitary affair, a single face staring at the television or computer screen, contributing to the tendency of media use to reinforce existing interests rather than to create new ones.”

Neste contexto, é crucial dizer que a internet mudou a forma com que os jovens se relacionam com o jornalismo (PATTERSON, 2007; BENNETT 2008; MARCHI, 2012; BRITES 2015). Antes, o público possuía horários de rotina determinados para o consumo de notícia: o jornal era lido logo pela manhã, as emissoras de rádios eram sintonizadas no caminho para o trabalho e as principais notícias do dia eram consumidas à noite, com a família reunida em casa.

Para Patterson (2007), esta mudança começou anos antes, com o surgimento dos canais de televisão a cabo nos anos 80 no Estados Unidos (PATTERSON 2007) - no Brasil, a programação por assinatura surgiu na década de 90 (RAMOS, 1999). Isso porque, por exemplo, as crianças criavam o hábito de consumir notícias ao assistir noticiários nos canais de televisão aberta no horário da janta. Porém, com a emergência dos canais pagos, o público passou a ter uma oferta muito maior de programas, muitos deles de entretenimento “Os noticiários de TV perderam a capacidade de criar interesse de notícias entre os adultos, que preferiam outros programas. E isso fez com que a capacidade de cativar as crianças diminuisse” (PATTERSON, 2007, p. 22, tradução minha)²¹.

Como vimos na primeira parte deste capítulo, os jovens cada vez consomem menos notícias nas mídias tradicionais como as gerações anteriores, e a Internet mudou os hábitos dos consumidores de notícias. Além disso, a falta de incentivo dos adultos para que as gerações mais novas participem ativamente da esfera pública e a falta de credibilidade de instituições da sociedade civil contribuíram para a falta de interesse deste público na política. Há autores, contudo, que apresentam um retrato mais esperançoso desta realidade. O futuro das notícias talvez não seja mais na televisão, no rádio ou no papel, mas sim, em uma plataforma que una esses meios.

3.2 Novas perspectivas e hábitos das gerações mais novas

Para Bennett (2008), a postura dos jovens em relação à política se modificou. O autor estabeleceu dois diferentes modelos de cidadania. O primeiro, que ele relaciona aos estadunidenses mais velhos, é o “cidadão duvidoso”. Esse indivíduo sente a obrigação de acompanhar de perto as notícias diariamente e participar de

²¹ No original: “But TV news did lose the ability to create interest in news among adults who preferred other programming. And its capacity to generate interest in children was greatly diminished.”

atividades voltadas para o governo. O segundo, relacionado ao público novo, é o “cidadão atual”, que não possui um senso de obrigação com o governo tão forte como o primeiro modelo. Esse cidadão desconfia dos principais meios de comunicação e dos políticos, além de ter uma convicção maior de seus próprios propósitos. Esse público se engaja civicamente a partir de voluntariado, ativismo de movimentos sociais e redes de comunicação nas novas tecnologias.

A grande questão para a falta de interesse das gerações mais novas nos meios de comunicação tradicionais é que as notícias são projetadas para o público “cidadão duvidoso”, que é motivado pelo ideal do “cidadão informado” (BENNETT, 2008). O autor explica que o conteúdo é geralmente rico em informação, mas também preenchido com as opiniões das autoridades e de funcionários do governo. Os jovens, contudo, preferem notícias que apresentem diferentes “vozes” e “ideias” da população.

Este modelo simplesmente não funciona para os cidadãos da Cidadania Atual. Eles são céticos sobre a versão oficial dos eventos e preferem ajudar a montar e deliberar as informações. Eles buscam notícias ligadas a valores e atividades que eles conhecem e confiam. O cidadão da Cidadania Atual está mais inclinado a buscar informações integradas que vêm com opções de ação e participar da avaliação de informações sobre quais decisões de ação são tomadas. (BENNETT, 2008, pág. 19, tradução minha²²)

Os jovens têm interesse em se atualizar sobre os acontecimentos atuais, mas encontram nas mídias tradicionais noticiários televisivos chatos (COSTERA MEIJER, 2007), que ficam repetindo diversas vezes o mesmo assunto (MARCHI, 2012) e irrelevantes para suas vidas (COSTERA MEIJER, 2007, BUCKINGHAM, 1999, RAEYMAECKERS, 2004). Além disso, os jornais impressos apresentam um conteúdo complexo, linguagem rebuscada e layout desatualizado (RAEYMAECKERS, 2004).

Os jovens também demonstram desconfiança em relação aos meios tradicionais de comunicação. Mesmo que 83% dos entrevistados tenham afirmado que as informações mostradas pelas notícias fossem “úteis para as suas vidas” e que 73% acreditem que elas “ajudam a compreender o mundo”, o relatório *How Students Engage with News* (2018), da Knight Foundation, publicado em 2018,

²² No original: “This model simply doesn’t work for AC citizens. They are skeptical of official versions of events. They prefer to help assemble and deliberate about information. And above all, they seek information that is attached to values and activities they know and trust. The AC citizen is more inclined to seek integrated information that comes with action options, and to participate in the evaluation of information on which decisions about action are based.”

mostrou que alguns jovens estão descrentes com o mercado jornalístico e com os profissionais da mídia. Mais de dois terços deles (66%) concordaram com a afirmação de que "os jornalistas cometem erros, mas geralmente tentam corrigir as notícias", porém 49% acreditam que as organizações de notícias "injetam preconceitos em matérias". Contudo, eles ainda confiam mais nos veículos de comunicação tradicionais do que em outros conteúdos da internet, com 74% dos entrevistados afirmando isso.

Na pesquisa, foram identificados três motivos pelos quais os jovens estão insatisfeitos com o jornalismo. O primeiro é em relação ao fenômeno das notícias falsas, que fizeram com que muitos passassem a desconfiar das notícias veiculadas. Em segundo lugar, a ascensão das notícias rápidas na internet foi considerada uma influência negativa na qualidade das informações. Em terceiro lugar, os estudantes expressaram preocupação sobre as organizações jornalísticas "injetarem" preconceitos na cobertura e "jogarem" com as emoções dos consumidores de notícias como forma de aumentar os lucros. Os autores concluíram que "muitos estudantes se sentiram traídos com notícias aquém de seus ideais; eles lamentavam que a confiança deles nas notícias tivesse sido corroída" (HEAD, WIHBEY, METAXAS, MACMILLIAN, COHEN, 2018, p.17, tradução minha²³).

Outro fator que contribui para o desinteresse dos jovens em relação às notícias veiculadas nos meios tradicionais de comunicação é a construção "objetiva" das narrativas (MARCHI, 2012). Para a autora, este tipo de estrutura deixa as notícias menos atrativas e menos propícias para o debate. Em contraste, ela afirma que as redes sociais, vídeos no youtube, blogs, shows de entretenimento podem propiciar um espaço para este público discutir os eventos políticos e desenvolver suas próprias opiniões. "Hoje, os jovens estudam, trabalham e vivem em meio à diversidade étnica, religiosa, sexual e política mais do que nunca, eles são ainda menos inclinados a aceitar a cobertura de notícias de um ponto de vista "objetivo" (MARCHI, 2012, p. 13, tradução minha²⁴).

²³ No original: "Many students felt betrayed with news falling short of their ideals; they lamented that their trust in news had been eroded."

²⁴ "Today, as young people study, work, and live amidst more racial, ethnic, religious, sexual, and political diversity than ever, they are even less inclined to accept news coverage from a single "objective" point of view."

Embora entediados e céticos em relação às notícias oficiais, os adolescentes não estão necessariamente fora de sintonia quando se trata de eventos atuais, mas sim conectados com amigos, familiares e com as redes sociais (MARCHI, 2012). Em um mundo de “sobrecarga de informação”, onde os jovens relatam sentirem-se em um ataque de informação (AP, 2008; MCMANE, 2007; NORDENSON, 2008; PURCELLET AL., 2010 apud MARCHI, 2012), adultos de confiança servem como “filtros” e “tradutores” para os adolescentes (MARCHI, 2012). Em sua pesquisa, a professora estadunidense Marchi verificou que, para os jovens entrevistados, eram os pais e os avós os transmissores das notícias. Eles afirmaram que se, caso eles tivessem interesse em aprofundar algum assunto específico, iriam procurar na internet.

A ideia do que é notícia para pré-adolescentes e adolescentes pode estar se alterando (DORETTO, 2015; DORETTO 2019). Diferente do que os autores das ciências da comunicação dizem, conforme vimos anteriormente, em pesquisa realizada em São Paulo, Doretto (2019) verificou que as gerações mais novas acreditam que notícia é toda informação que apresente um fato novo, sem necessariamente ter sido construída por um jornalista. A narrativa deve ser nova e interessante para ser consumida. Além disso, a autora identificou que muitos dos entrevistados tiveram dificuldade em diferenciar os produtos no meio online que são jornalísticos e os que não são.

O consumo informativo desses jovens continua a ser estruturado com base na rotina noticiosa das famílias, que se centram sobretudo na TV, [...] mas eles também entendem que uma informação pode receber o nome de notícia, ainda que não tenha sido o jornalismo a batizá-la como tal. (DORETTO, 2019, p. 118)

A busca de notícias pelas gerações mais novas é uma atividade que envolve tanto interações online quanto face a face (HEAD, WIHBEY, METAXAS, MACMILLIAN, COHEN, 2018). Na pesquisa desenvolvida pela Knight Foundation, em 2018, os adolescentes e jovens entrevistados afirmaram que eles também eram informados dos últimos acontecimentos através de seus professores, e que depois aprofundavam o assunto em casa para conseguir finalizar alguma tarefa. Outros disseram que recebem alguma informação nas redes sociais e depois checam as informações em “sites mais confiáveis”, como o New York Times ou Washington Post. Além disso, recorrem ao youtube para procurar imagens do fato ou acessam outros sites independentes.

As descobertas da pesquisa confirmam, muitos alunos têm uma dieta de notícias que é nitidamente “multimodal”. Suas notícias são uma mistura de manchetes, histórias e vídeos de redes de mídia social, alertas de smartphones e sites de notícias on-line. Bem como de discussões com amigos, colegas e professores. Da mesma forma, eles são “multi-sociais” em seu acesso a notícias nas mídias sociais, recebendo suas notícias semanalmente de várias plataformas de mídia social em vez de apenas uma. (HEAD, WIHBEY, METAXAS, MACMILLIAN, COHEN, 2018, p.29, tradução minha²⁵)

Enquanto as gerações mais antigas tendem a consumir todo o conteúdo que é veiculado, as mais novas observam os diferentes acessórios de um produto jornalístico (COSTERA MEIJER, 2007). Os adultos acima dos 40 anos costumam se estressar por não conseguir acompanhar todas as notícias, já os jovens “sentem-se muito mais à vontade com muita informação, porque lhes permite saborear muitos pratos diferentes” (COSTERA MEIJER, 2007, p. 15, tradução minha²⁶).

Baseado em seus estudos de consumo de televisão, Costera Meijer (2007) identifica um processo que denomina como *zapping*, em que as gerações mais novas preferem mudar de canal constantemente. Assim, elas obtêm conhecimentos superficiais de uma ampla variedade de tópicos, enquanto pessoas mais velhas preferem conhecimento aprofundado sobre um menor número de tópicos. Ao contrário das gerações mais antigas, acostumadas a adiar suas necessidades de notícias até uma hora fixa do dia, os jovens preferem receber notícias instantaneamente sempre que quiserem.

Os jovens não assistem às notícias como parte de uma rotina diária, como acontece com muitos espectadores mais velhos. Em vez disso, os jovens assistem às notícias porque a TV está ligada e os outros estão assistindo, porque eles não têm mais nada a fazer naquele momento, ou por um sentimento de nostalgia. Se durante o *zapping* aparecer notícias, alguns poderão assisti-lo por alguns minutos, mas a maioria mudará para outra estação depois de sentir que viu as manchetes. (COSTERA MEIJER, 2007, p.10, tradução minha²⁷)

²⁵ No original: “The survey findings confirm, many students have a news diet that is distinctly “multimodal.” Their news is a blend of headlines, stories, and video clips from social media networks, smartphone alerts, and online news sites, as well as from discussions with friends, classmates, and professors. Likewise, they are “multi-social” in their access to news on social media, getting their news weekly from several social media platforms rather than just one.”

²⁶ No original: “Feel much more at ease with loads of information, because it allows them to taste from many different dishes”

²⁷ No original: “Young people do not watch news as part of a daily routine, as is true of many older viewers. Instead, young people watch news because TV is on and others are watching, because they happen to have nothing else to do at that moment, or out of a sense of nostalgia. If while zapping they happen to run into news, some may watch it for a few minutes, but most will move on to another station after they feel they have seen the headlines.”

O estudo da Knight Foundation (2018), contudo, demonstrou que os jovens, por mais que estejam conectados a todo o momento para obter novas informações, sentem-se sufocados com tantas notícias. Entre os entrevistados, 68% disseram que a enorme quantidade de notícias disponíveis era esmagadora e 51% concordaram que era difícil identificar as notícias mais importantes em um determinado dia.

A plataforma online também permite que os jovens e adolescentes se envolvam com as notícias de uma maneira mais complexa e profunda se comparada com os formatos tradicionais de notícia. Os links propiciam com que eles aprofundem o tema e os espaços dos comentários permitem com que eles exponham as suas próprias opiniões (MARCHI, 2012). Além disso, no ambiente virtual, os jovens conseguem analisar notícias de veículos com diferentes tendências políticas para aprofundar conhecimentos (HEAD, WITBEY, METAXAS, MACMILLIAN, COHEN, 2018).

As notícias que abordam questões locais são as que mais despertam o interesse dos jovens e adolescentes (RAEYMAECKERS, 2004; HEAD, WITBEY, METAXAS, MACMILLIAN, COHEN, 2018). Raeymaeckers (2004) verificou que, entre os jovens belgas com o nível de instrução maior, as notícias de políticas nacionais eram as que mais tinham preferência e as internacionais eram as que menos tinham. Já entre os entrevistados com menos instrução, a preferência está em programas televisivos de entretenimento e notícias ligadas a crimes. Enquanto isso, os grupos “moderados” preferem notícias locais. Na pesquisa *How Students Engage with News*, contudo, as informações que mais têm engajamento na internet diariamente são as de trânsito e clima, com 66%, política nacional, com 51% e “memes” políticos, com 49%.

A motivação pela busca de informação pelos jovens e adolescentes começa, geralmente, por interesses pessoais. (Bennett, 2005). A partir disso, podemos constatar que os jovens e os adolescentes não querem apenas ser informados sobre assuntos pontuais e que parecem estar distantes de sua realidade, eles querem se sentir parte da notícia. Eles preferem consumir produtos que estimulem os seus sentidos e que possam interferir diretamente em suas vidas (COSTERA MEIJER, 2007). A autora afirma que as notícias com eventos chocantes, bizarros, engraçados e anormais são as que mais chamam a atenção: devem ser assunto que propiciem o debate com amigos. “Apenas quando um tópico de notícias ou um programa

‘realmente’ impressiona, eles param de zapear e começam a assistir de maneira mais atenta (COSTERA MEIJER, 2007, p. 20, tradução minha²⁸).

Os jovens gostam de imaginar como é ser outra pessoa. Eles querem ser capazes de sentir e entender como as outras pessoas vivem e o que as motiva. Mesmo quando se trata de problemas gerais como AIDS, racismo, drogas ou violência. Eles gostam de ver a história individual das pessoas. Para a maioria dos jovens adultos, a informação tem mais impacto quando é expressa em termos de experiência pessoal. (COSTERA MEIJER, 2007, p. 7, tradução minha²⁹)

Muitos jovens e adolescentes, mesmo sabendo que não são noticiários, também se informam através de programas de televisão que transmitem notícias usando sátira para discutir assuntos públicos (MARCHI, 2012). Marchi (2012) denomina este tipo de conteúdo como fake news e afirma que as gerações mais novas consomem este tipo de programação porque consegue discutir mais sobre um determinado assunto do que apenas ler uma notícia em algum jornal ou escutar a algum boletim no rádio. Tais formatos são “marcados por uma atitude altamente cética e alienada em relação à política e sua representação é, na verdade, o inverso do desinteresse” (TURNER, 2005 apud MARCHI, 2012, p. 92, tradução minha³⁰).

A autora cita um estudo da National Annenberg Election Survey³¹, de 2004, uma pesquisa acadêmica de opinião pública realizada durante as eleições presidenciais estadunidenses. Ela mostra que os espectadores de tais programas estão mais bem informados sobre os assuntos internacionais do que aqueles que confiam exclusivamente em notícias oficiais. Jovens que assistiram The Daily Show³² obtiveram pontos mais elevados em testes de conhecimento do que aqueles que assistiram notícias da rede ou leram jornais. Os jovens, porém, não querem que

²⁸ No original: “Only when a news topic or a program “really” makes an impression, they stop zapping and start watching in a more attentive manner.”

²⁹ No original: “Young people like to be able to imagine what it is like to be someone else. They want to be able to feel and understand how other people live and what motivates them. Even when it concerns general problems like AIDS, racism, drugs or violence, they like to see people’s individual story. For most young adults information has more impact when it is couched in terms of personal experience.”

³⁰ No original: ““Marked by a highly skeptical, alienated attitude to established politics and its representation that is actually the reverse of disinterest”.

³¹ National Annenberg Election Survey. (2004). Daily Show viewers knowledgeable about presidential campaign, National Annenberg Election Survey Shows. Retrieved from http://www.annenbergpublicpolicycenter.org/Downloads/Political_Communication/naes/2004_03_late-night-knowledge-2_9-21_pr.pdf

³² The Daily Show é um programa estadunidense de notícias que satiriza diversos episódios do país, principalmente a política. Desde 1996, ele é transmitido pela Comedy Central.

as notícias sejam divertidas ou engraçadas, porque isso pode fazer com que elas percam a sua identidade e que o jornalismo perca a sua credibilidade (COSTERA MEIJER, 2007).

Os jovens estão muito conscientes do status social e da importância cívica que são atribuídos às notícias de qualidade. Eles usam essas convenções para fazer uma distinção entre notícias reais e outras, entre notícias importantes e triviais, entre assuntos importantes e notícias leves, entre informações de qualidade e entretenimento (COSTERA MEIJER, 2007, p. 11, tradução minha³³).

Mesmo que a maioria dos adolescentes e jovens não tenha o hábito diário de ler jornais, assistir a notícias de TV, ouvir rádio de notícias ou de se registrar em sites oficiais de notícias, a maioria acredita que a notícia é importante (MARCHI, 2012). Os responsáveis pelos setores de mídia, educação e informação devem, entretanto, fazer com que essa nova geração entenda como navegar neste ambiente de notícias que está em constante mudança (HEAD, WITBEY, METAXAS, MACMILLIAN, COHEN, 2018).

Se nada for feito, a tendência é que a juventude se desconecte cada vez mais da política convencional, com pouca reconciliação da diferença entre o “cidadão duvidoso” e o “cidadão atual”, além das batalhas “improdutivas” no meio acadêmico (BENNETT, 2008). Para Bennett (2008), depende dos adultos, que moldam as primeiras impressões políticas dos jovens, mostrar para o público mais jovem que a democracia pode ser expandida. Como vimos neste capítulo, a internet modificou a maneira com que a sociedade interage com o jornalismo, principalmente as gerações mais novas. Este público prefere consumir produtos que estimulem os seus sentidos e que interfiram diretamente na sua vida.

³³ No original: “Youngsters are very aware of the social status and civic importance that are attributed to quality news. Second, they use these conventions to make a distinction between real and other news, between important and trivial news, between weighty matters and light news, between quality information and entertainment.”

4. METODOLOGIA: DOS DADOS AO CONSUMO

Depois de abordar bibliograficamente como o jornalismo se relacionou com o espaço público do final do Absolutismo à era da Pós verdade, discutir o papel social da mídia na sociedade e verificar como os jovens estão se relacionando com a notícia, este trabalho se propõe a analisar como os adolescentes estão consumindo informação. Além disso, será verificado o que esta geração considera ser notícia após as redes sociais surgirem.

Para isso, primeiramente, realizei uma pesquisa quantitativa com estudantes de 3º ano do Ensino Médio de uma escola pública e de uma escola privada de Porto Alegre. Os entrevistados possuem entre 17 e 18 anos, apenas dois já havia completado 19 anos. O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) considera adolescente as pessoas com faixa etária de 12 a 18 anos de idade, porém como todos os entrevistados estão passando pela mesma etapa de vida, vamos nos referir a todos como tal porque ainda há discussão da exatidão da idade.

A escolha desse público se deu pelo fato desses adolescentes estarem no último ano da escola, um momento importante de mudança de vida. As duas instituições de ensino escolhidas foram o Colégio Marista Rosário e a Escola Técnica Estadual Parobé, por se tratar de organizações tradicionais da cidade. Para aprofundar os dados colhidos nos formulários, também realizei duas pesquisas de Grupo Focal, cada uma em cada instituição. Os dados obtidos foram investigados a partir da análise de conteúdo que, conforme Bardin (2011), possui o objetivo de “desocultar” as informações. A seguir, explicito teoricamente as metodologias utilizadas.

4.1 Pesquisa de opinião

No primeiro momento da análise, aplicamos um questionário de opinião em 114 alunos de 3º ano dos dois colégios selecionados. O objetivo desta parte da pesquisa foi identificar estatisticamente como este grupo se relaciona com as notícias através de uma análise quantitativa. Para Cunha (2012), este tipo de método “pretende demonstrar tendências de evolução de uma teoria, assumindo a ideia de que o mundo real e objetivo existe para além dos sujeitos pensantes e que os seres humanos têm acesso a esse mundo real através dos sentidos” (CUNHA,

2012, p. 80). Para a autora, os fenômenos podem ser conhecidos quando o subjetivismo é eliminado e, assim, as evidências selecionadas. Isso ocorre, na opinião da autora, dentro da ideia de que um bom conhecimento empírico é resultado da comunhão das evidências descritas e interpretadas e do “mundo lá fora” (GONZALEZ REY, 2005 apud CUNHA, 2012).

Assim, a pesquisa quantitativa, mesmo que não consiga eliminar toda a subjetividade, está centrada em dados que são obtidos através de textos, entrevistas, inquéritos, questionários, que mais tarde serão tratados através de técnicas (CUNHA, 2012). Para Novelli (2008, p. 164), a pesquisa de opinião é de suma importância na contemporaneidade, já que ela “deixa de ser compreendida como técnica de medição da opinião pública para tornar-se a própria expressão desta”.

Neste trabalho, optei por aplicar um questionário estruturado, ou seja, todas as questões já haviam sido estabelecidas previamente e seguiram o mesmo padrão, para facilitar a apuração das respostas no momento da análise. Esse tipo de entrevista é típico das pesquisas quantitativas. Outros tipos de entrevistas existentes são a semiestruturadas e as livres. Na primeira, as perguntas não precisam necessariamente seguir uma ordem e os participantes conseguem discorrer mais profundamente sobre as questões. Já na última, o entrevistador não possui um roteiro pré-organizado e os participantes podem contribuir com as questões ao longo da entrevista (ROSA; ARNOLDI, 2008). Para o objetivo dessa primeira etapa da pesquisa, a entrevista estruturada se mostra mais adequada.

Para Novelli (2008), o questionário deve ser apresentado com um texto introdutório sobre objetivo do trabalho e qual Instituição que ele pertence. Além disso, a autora afirma que, para os entrevistados refletirem mais sobre o assunto estudado, as perguntas devem começar das mais genéricas, que respondem os objetivos principais da pesquisa, às mais específicas.

O questionário pode ser composto por perguntas abertas e/ou fechadas (NOVELLI, 2008). No primeiro tipo, o entrevistado pode discorrer mais sobre as questões, possibilitando com que o entrevistador conheça de forma mais aprofundada a sua opinião. O pesquisador, no entanto, deverá ter mais cautela neste tipo de pergunta porque ela gera respostas repetidas e “também grande volume de informações subjetivas que precisam ser objetivadas para tornar possível a sua análise estatística” (NOVELLI, 2008, 172). Na segunda, no próprio

questionário há opções de respostas para que os participantes escolham a que mais se enquadra à sua opinião. No roteiro que estabeleci neste trabalho, elaborei cinco perguntas abertas, três fechadas e duas mistas (APÊNDICE A).

Após os questionários terem sido aplicados, os dados foram codificados junto com as informações coletadas nos grupos focais e serviram para compor o *corpus* da análise do conteúdo, conforme iremos ver a seguir.

4.2 Grupo Focal

Para aprofundar os dados adquiridos na pesquisa de opinião, conversamos com oito estudantes de cada colégio através do método de grupo focal. Essa dinâmica busca promover um debate entre os participantes e o entrevistador atua como moderador. O objetivo da técnica se baseia em “gerar e analisar a interação entre participantes, em vez de perguntar a mesma questão para cada integrante por vez” (FLICK; BARBOUR, 2009, p. 20).

De acordo com Costa (2008), o intuito desse método não é interferir nem generalizar a opinião dos participantes, mas compreender o que eles têm a dizer sobre o objeto de estudo. “Grupos focais são um tipo de pesquisa qualitativa que tem como objetivo perceber os aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo em particular. São na verdade uma entrevista coletiva que busca identificar tendências.” (COSTA, 2008, p. 181).

Costa (2008, p. 192) avalia o grupo focal como “uma alternativa valiosa para quem quer ouvir, perceber e compreender as experiências e crenças dos participantes de um grupo.” Optei por realizar esse método justamente por isso: para compreender com mais profundidade quais são as relações dos adolescentes com as notícias em veículos tradicionais de comunicação e com as informações publicadas nas redes sociais.

O Grupo Focal apresenta vantagens relacionadas à sinergia gerada pela participação conjunta do grupo de entrevistados; a interação entre os participantes, que enriquece as respostas; a flexibilidade para o moderador na condução do roteiro; a profundidade e a qualidade das verbalizações e expressões [...] O Grupo Focal é altamente recomendado quando se quer ouvir as pessoas, explorar temas de interesse em que a troca de impressões enriquece o produto esperado, quando se quer aprofundar o conhecimento de um tema. (COSTA, 2008, p. 183).

Nesse método, o grupo deve ser composto por participantes que tenham características homogêneas, mas diferentes o suficiente para que haja opiniões

variadas (GATTI, 2005). A característica em comum pode ser relativa à gênero, à idade, às condições socioeconômicas, ao tipo de trabalho, ao estado civil, à escolaridade. No caso deste trabalho, os grupos focais foram realizados com alunos do mesmo colégio, entre 17 a 18 anos.

Segundo Costa (2008) e Gatti (2005), o primeiro passo para realizar um grupo focal é fazer um planejamento com o roteiro de questões; e já no primeiro item deve ser expresso o objetivo da entrevista (COSTA, 2008). As autoras reconhecem, contudo, que este esquema deve ser usado com flexibilidade, já que ajustes devem ocorrer durante o trabalho. Segundo Costa (2008, p. 184), as “questões devem ser reformuladas de acordo com o fluxo natural das discussões, mas sempre tendo em vista o foco e os objetivos propostos”.

Grupo Focal é estimular discussões dentro do grupo, questões que provocam respostas do tipo sim e não ou respostas com uma ou duas palavras devem ser evitadas. Questões longas, complexas, com diversas partes são difíceis de compreender oralmente e devem ser evitadas. O roteiro funciona como um *prompter* para que o moderador se guie durante a entrevista. (COSTA, 2008, p.183).

Recomenda-se que o roteiro deva começar com perguntas amplas e desestruturadas, na metade da entrevista ter questões convergentes e estruturadas e no final voltar às perguntas gerais. (COSTA, 2008). Para a autora, as questões estruturadas tendem a ser mais direcionadas e não geram respostas específicas: mas elas tendem a promover um "estreitamento" da discussão. Ou seja, devem estar no meio do roteiro para que o mediador consiga verificar se há um padrão de pensamento entre os participantes ou uma discrepância. Para esta pesquisa, esses critérios foram observados na construção do roteiro (APÊNDICE B).

No início da entrevista, o moderador deve apresentar os objetivos, o tempo de duração e criar “uma situação de conforto, de certo distanciamento para gerar uma atmosfera permissiva” (GATTI, 2005, p. 29). Ele precisa deixar claro aos participantes que não há respostas certas ou erradas; e que todas as opiniões interessam. A aplicação do grupo focal deve ocorrer em um local silencioso, para que todos sintam-se à vontade. A garantia do sigilo dos nomes dos entrevistados também precisa ser enfatizada (GATTI, 2005).

Tanto Costa (2008), como Gatti (2005) concordam que o moderador nunca deve expor as suas opiniões ou criticar comentários dos participantes. A ele cabe controlar o tempo de uso das palavras e o tempo que cada tópico será abordado. Para Costa (2008, p. 186), “qualquer manifestação de parcialidade pode distorcer as

respostas porque, para o grupo, o moderador é a autoridade e há uma tendência de os participantes agradarem o moderador, levando a certa conformidade nos resultados”. Ainda para a autora, ele não pode induzir as respostas dos participantes e deve conseguir fazer com que mais membros participem ativamente do debate, além de interagir um com os outros.

As duas formas de fazer a análise do material coletado estabelecido por Costa (2008) são, primeiramente, fazer a transcrição literal do texto e depois agrupar os depoimentos em categorias para que sejam referenciadas pela hipótese que levou à pesquisa. Assim, a análise do conteúdo, como veremos a seguir, será possibilitada.

4.3 Análise de Conteúdo

A partir da discussão bibliográfica, dos dados obtidos na pesquisa quantitativa e da entrevista focal, utilizarei a análise de conteúdo para alcançar os objetivos propostos.

O corpus da análise foi selecionado a partir dos dados resultados da análise quantitativa obtida através da resposta dos formulários dos 114 estudantes entrevistados e das respostas dos 16 alunos nos grupos focais. No método da análise do conteúdo, para Bardin (2011), o investigador deve examinar as mensagens oscilando entre o rigor da objetividade e a inspiração da subjetividade. Segundo a autora, essa técnica possui duas funções que "na prática podem ou não dissociar-se" (BARDIN, 2011, p.30). Na **função heurística**, o sistema se propõe a estimular a tentativa exploratória, ou seja, é a análise “para ver o que dá”. Já na função **administração da prova**, cria-se ferramentas de confirmação através dos dados: é o estudo “para servir de provas”.

Mesmo que a análise de conteúdo seja considerada uma técnica híbrida, por misturar o rigor estatístico e a pesquisa qualitativa (BAUER, 2002 apud JÚNIOR, 2008), Júnior (2008) afirma que a técnica “oscila entre dois pólos, ora valorizando o aspecto quantitativo, ora o qualitativo, dependendo da ideologia e dos interesses do pesquisador” (JÚNIOR, 2008, p. 285). No método de pesquisa de comunicação em massa, a análise de conteúdo estuda mensagens, assim como a semiótica e a análise de discurso; porém o que as diferencia são os seus critérios sistemáticos e

o rigor dos dados (JÚNIOR, 2008). Segundo Lozano (1995 apud JÚNIOR, 2008, p. 284),

“a análise de conteúdo é sistemática porque se baseia num conjunto de procedimentos que aplicam da mesma forma a todo o conteúdo analisável. É também confiável - ou objetiva - porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, podem chegar às mesmas conclusões”.

Essa metodologia surgiu no século XX inspirada no positivismo, corrente desenvolvida por Augusto Comte, que primava pelas ciências exatas como referência científica. Porém, foi a partir do final da década de 1940 que a técnica foi consolidada por Bernard Berelson e Paul Lazarsfeld em estudos de comunicação de massa nos Estados Unidos (BARDIN, 2011). Para Berelson (1954), “a análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação” (BERELSON apud BARDIN, 2011, p.19).

Segundo Bardin (2011), a análise de conteúdo é dividida em três fases: a pré-análise, a exploração material e o tratamento dos resultados, com a inferência e a interpretação. Na primeira fase, o pesquisador deve estabelecer qual material será investigado, formular as hipóteses e os objetivos do projeto, além de elaborar quais os indicadores que serão usados na interpretação final. Esses últimos devem ser precisos para que o material seja dividido em unidades que facilitem a pesquisa.

Nesta fase, o pesquisador deve realizar uma leitura “flutuante”, que é quando se estabelece o primeiro contato com o material. Em seguida, com o objetivo do trabalho definido, o investigador deve separar quais documentos serão usados no trabalho, o chamado *corpus*. Esta seleção possui algumas regras: 1) a da **exaustividade**, na qual é preciso considerar todos os elementos dentro corpus, ou seja, nenhum material que se enquadre nas regras de seleção deve ser deixado de fora; 2) a da **representatividade**, nela, a amostragem precisa representar o universo inicial; 3) a da **homogeneidade**, que diz que os documentos devem obedecer rigorosamente os critérios de escolha; 4) o da **pertinência**, que fala que os documentos devem ser adequados como fonte de informação.

A segunda fase é denominada por Bardin (2011) como a Exploração do Material, momento em que os documentos são trabalhados, manualmente ou por operações com sistemas mecânicos, através **codificação**, e são organizadas em unidades. Neste processo, os dados brutos são transformados no material que será

analisado, já que “embora os documentos estejam abertos a uma multidão de possíveis questões, a análise de conteúdo os interpreta apenas à luz do referencial” que são agrupados (BAUER, 2002 apud JÚNIOR, 2008, p. 294). De acordo com Bardin (2011), a organização da codificação possui três escolhas chaves: o **recorte**, que se refere a escolha das unidades, a **enumeração**, que consiste em determinar quais são as regras de contagem e a **classificação**, em que o analisador escolhe as categorias que as informações serão divididas.

Na terceira etapa, “os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos e válidos” (BARDIN, 2011, p. 101). As operações estatísticas simples, como porcentagens, ou as mais complexas, como a análise factorial, são usadas na organização de quadro de resultados, diagramas, figuras e modelos que ajudam no estudo. A partir dos resultados, o analista está apto a propor interpretações de acordo com os objetivos que já haviam sido estabelecidos. (BARDIN, 2011)

A análise de conteúdo foi a metodologia escolhida neste projeto porque ela permite trabalhar com dados e, ao mesmo tempo, com questões subjetivas. Além disso, como este trabalho se propõe a analisar o consumo das mídias convencionais e online pelos adolescentes, este método é indicado por ser adequado às pesquisas de comunicação de massa.

4.4 Procedimentos metodológicos

O primeiro passo para iniciar a aplicação da pesquisa, após ter definido os colégios que iria realizar as entrevistas, foi entrar em contato com os responsáveis de cada instituição. Conversei pela primeira vez com o colégio Marista Rosário em junho de 2019, porém somente em novembro obtive liberação. Para isso, a Instituição solicitou um Ofício de Encaminhamento, que foi feito pela orientadora deste estudo.

No caso da Escola Parobé, entrei em contato por e-mail com a 1ª Coordenadoria Regional da Secretaria de Educação do Estado Do Rio Grande do Sul, que emitiu um documento autorizando a minha entrada em qualquer escola da rede para a realização desta pesquisa. Enviei este ofício para a Direção do Parobé, que logo me chamou para uma reunião na escola. Neste encontro, conversei com o professor que iria ceder períodos de aula tanto para a aplicação do questionário, quanto para a realização do grupo focal.

No dia 5 de novembro apliquei os questionários em duas turmas do turno da tarde na Escola Parobé. Para isso, me apresentei aos alunos, expliquei o trabalho, alertei que eles não eram obrigados a participar e que iria manter a identidade deles no anonimato. Como a terceira turma estava realizando uma outra atividade, voltei ao colégio no dia 7 de novembro para aplicar os questionários nessa turma, seguindo os mesmos procedimentos das turmas anteriores. No total, foram aplicados 57 questionários nessa escola.

No dia 8 de novembro, fui ao colégio Rosário e apliquei o questionário em três turmas, prosseguindo as mesmas etapas que havia efetuado no Parobé. Foram aplicados 57 questionários nesse colégio. Como já era final de ano e os alunos estavam se preparando para o segundo final de semana de ENEM e para o Vestibular da UFRGS, foi solicitado que o grupo focal fosse realizado neste mesmo dia. Reuni oito alunos que se voluntariaram para participar da atividade em uma sala privada da biblioteca. No local, expliquei novamente para eles a pesquisa, recapitulei que iria manter o anonimato de todos e perguntei se todos estavam de acordo com a gravação da discussão.

Nessa atividade desempenhei tanto o papel de moderador, que interage com os entrevistados, quanto de documentador, que registra a conversa. Eu havia planejado um roteiro com antecedência, porém as perguntas foram remodeladas ou alteradas de ordem ao longo do processo, de acordo com o rumo que a discussão tomava. Esses mesmos processos foram repetidos no grupo focal no Parobé, que foi realizado no dia 11 de novembro. Nesse encontro, os alunos também foram escolhidos aleatoriamente e nos reunimos em uma sala de aula que estava vazia. Ambos os grupos duraram em torno de uma hora e 10 minutos.

Com todos os dados e informações dos questionários organizadas, realizei uma leitura “flutuante” do material para identificar quais seriam utilizados, sem deixar nenhum material de fora (BARDIN, 2011). Com o *corpus* definido, dividi o material em blocos e codifiquei as respostas dos questionários (APÊNDICE C) e decupei os áudios dos grupos focais (APÊNDICE D) durante a etapa de exploração do material (BARDIN, 2011). Para isso, li todas as respostas, reuni em segmentos e usei o excel para organizar as informações. Por fim, estruturei os dados em porcentagens e comecei a realizar a análise de conteúdo propriamente dita a partir de categorias que serão apresentadas no próximo capítulo.

5.0 ANÁLISE DE CONTEÚDO: O CONSUMO DE INFORMAÇÃO PELOS ADOLESCENTES

Conforme vimos no capítulo anterior, neste trabalho, aplicamos um questionário de opinião com 114 alunos do terceiro ano do ensino médio em dois colégios de Porto Alegre - 57 no Colégio Marista Rosário e 57 na Escola Estadual Parobé - para atingir nosso objetivo geral que é compreender como os adolescentes do ensino médio de Porto Alegre consomem informações jornalísticas e como esse consumo determina a percepção deles sobre o que é notícia. Além disso, em cada instituição de ensino, foi realizado um grupo focal com oito participantes cada. A seguir, iremos apresentar o resultado deste trabalho através do método da análise de conteúdo, a partir dos dados quantitativos e qualitativos recolhidos.

Apresentamos a análise organizada em cinco categorias que conseguimos identificar ao fazer as leituras de todas as respostas do questionário de opinião e dos grupos focais. São elas: 1) O que são notícias para os adolescentes; 2) Insatisfação nos meios de comunicação tradicionais; 3) Hábitos de consumo de informação dos entrevistados; 4) Compreensão das notícias; e 5) A falta de convite na participação do Espaço Público.

5.1 O que são notícias para os adolescentes

De acordo com a bibliografia levantada anteriormente, notícia é um gênero textual jornalístico que apresenta fatos relevantes e recentes (CORREIA, 2011) e que são selecionadas através de valores de noticiabilidade por jornalistas (TRAQUINA, 2005). Além disso, elas são responsáveis por ajudar a construir os fatos que a opinião pública considera serem verdadeiros através de sua narrativa (TUCHMAN, 2002). Porém, principalmente com o surgimento da internet, que foi responsável por modificar profundamente o compartilhamento de informação na nossa sociedade e as próprias práticas jornalísticas (BASTOS, 2012), podemos verificar neste trabalho que os adolescentes e jovens estão alterando a visão do que consideram ser notícia, conforme já havia adiantado Doretto (2019).

Já na primeira pergunta do questionário que aplicamos com os estudantes, interrogamos (em formato aberto) o que eles consideravam ser notícia, e a grande maioria respondeu, com as suas palavras, que notícia é uma informação sobre

novos acontecimentos. Em 100 dos 114 questionários, havia as palavras “novo/nova/novidade” ou seus sinônimos. Em 78 questionários, encontramos a palavra “informação/informar” ou assemelhadas. Não houve uma diferença significativa entre as respostas dos alunos do colégio particular e do colégio público. Um estudante do colégio Rosário, por exemplo, disse que “notícia é um relato de alguma situação ocorrida atualmente”. Já um estudante da escola Parobé afirma que notícia é a “exposição de fatos, circulação de informações ao público”.

Algumas das respostas são mais incisivas ao relatarem que essas informações podem ser repassadas independentemente do meio e por qualquer pessoa. Para um aluno da escola Parobé, por exemplo, notícia é um acontecimento que “tanto a mídia, quanto redes sociais, informam ao povo de diversas classes sociais, com o objetivo de prestar um serviço (de maneira geral dar uma informação)”. Ainda, segundo o participante, “ela também pode ser uma informação dada de uma pessoa à outra”.

O fato é que a plataforma online proporcionou com que os próprios usuários compartilhassem informações, a partir do fenômeno denominado como “jornalismo cidadão” (GILLMOR, 2004). Agora, basta alguém publicar foto, vídeo ou informação para que algum assunto seja compartilhado entre diversas pessoas nas redes sociais e vire tema de discussão da opinião pública. Estes conteúdos, muitas vezes, também são responsáveis por pautar a própria imprensa (BRUNS, 2014).

Durante os grupos focais, os 16 alunos entrevistados afirmaram que notícia é todo o conteúdo que traz alguma informação nova, independentemente do meio. Para eles, qualquer pessoa pode ser produtora de notícia. Além disso, quanto mais confiança o receptor possui no emissor, maior a tendência do fato ser considerado verdade por ele. Para uma participante do grupo focal do Parobé, por exemplo, notícia “é toda a forma de informação que entrega algo novo. Por exemplo, a minha mãe disse que o meu vizinho morreu. Isso é uma notícia, veio dela e a gente sabe que é certa”. Um outro estudante de 18 anos, no grupo focal da mesma instituição de ensino, ainda complementa:

Notícia é uma informação nova, uma novidade que é veiculada independente de ser informal, tipo, “tu fica” sabendo por um amigo, por um familiar ou por jornais. Mas é um jeito de se informar, seja pelo o que está acontecendo no teu redor no mundo, no teu estado ou na tua cidade ou também, tipo, sei lá, na tua bolha. Aí, aqui entre os meus amigos uma notícia que fulaninho fez alguma coisa diferente. Ah, é uma notícia assim sabe, é uma novidade e tipo, tem certa relevância sabe. Não vai falar qualquer coisa que não tenha alguma relevância. Eu acho que é

basicamente isso. É para informar as pessoas basicamente do que está acontecendo. (ROSÁRIO, PARTICIPANTE H)

Com isso, podemos verificar que esta nova geração não considera apenas notícia os acontecimentos veiculados pela mídia sobre fatos considerados pelos jornalistas com valor notícia, mas também os fatos que ocorrem a sua volta, em suas vidas cotidianas. Quando pedimos, no questionário, para que os alunos citassem três notícias que eles haviam acompanhado recentemente, um dos participantes do Parobé relatou uma polêmica motivada pela fantasia usada por dois estudantes da escola. Este fato, contudo, não foi publicado em nenhum veículo de comunicação tradicional.

O que pudemos perceber também nas respostas dos alunos é que, mesmo que uma “notícia” seja compartilhada em alguma rede social ou repassada por familiares e amigos, ela possui mais credibilidade para eles quando publicada nos veículos de comunicação tradicional. Isso pode ser exemplificado com a resposta de um estudante no grupo focal:

Notícia para mim não é necessariamente algo profissionalizado, que é veiculado em um meio formal ou algo do tipo assim. Para mim, o (*nome do participante C*) que está aqui do meu lado pode, enfim, pode escrever uma publicação no Twitter sobre algum fato que aconteceu tipo “a que chato que aconteceu isso em Minas Gerais lá, o atentado na escola” e, a partir disso eu vou buscar uma fonte de jornalismo mais confiável. Mas a notícia em si pode ser qualquer veiculação do fato informal, não necessariamente um meio profissionalizado para isso. (ROSÁRIO, PARTICIPANTE D)

O risco dessas “notícias” terem informações incorretas ou incompletas também foi relatado pelos participantes. Uma das alunas do Parobé, por exemplo, relatou na entrevista focal que nem sempre tem certeza se os acontecimentos compartilhados são corretos, porém, mesmo assim, ela considera o conteúdo como notícia.

A gente recebeu muita *fake news*, nas eleições principalmente... Ah tipo, as notas de R\$ 50,00 que vem com a cara da Pablio Vittar. São coisas assim sabe, a gente nunca sabe se é certo ou se não é, mas toda forma de informação é uma notícia praticamente. (PAROBÉ, PARTICIPANTE B)

Durante os grupos focais, os participantes relataram receber “notícias” nas redes sociais ou através de conhecidos, mas que, quando querem confirmar ou aprofundar o assunto, procuram as plataformas de jornalismo tradicional. A maioria dos adolescentes e jovens que participou da pesquisa, contudo, avalia que esses veículos precisam modificar algumas práticas. No próximo subcapítulo, iremos apresentar quais são as insatisfações dos participantes.

5.2 Insatisfação nos meios de comunicação tradicionais

Quando interrogados no questionário se achavam que os meios tradicionais de jornalismo precisavam mudar algum aspecto, 62,3% dos entrevistados marcaram que sim. E, mesmo entre os 42 (37,7%) entrevistados que disseram que não, alguns acabaram se contradizendo na explicação de sua opinião, que era em formato aberto. As razões são variadas: alguns afirmaram que a imprensa ainda não consegue acompanhar as novas tecnologias e reclamam do acesso restrito para assinantes de determinados portais na internet. Outros afirmam que os veículos de comunicação propagam preconceitos ou que as notícias precisam ser construídas com uma linguagem mais acessível e explicativa. Ainda há quem defenda que os noticiários apresentam uma narrativa sensacionalista e tendenciosa ou que há muita propaganda.

Um dos alunos do Parobé escreveu no questionário que as empresas “precisam selecionar mais as violências que ocorrem na sociedade, sem relacionar crimes com a cor da pele”, por exemplo. Outro aluno da mesma escola acredita que os veículos “estão puxando muito o sensacionalismo na visão na audiência e esquecendo o verdadeiro propósito da informação”. Os estudantes do Rosário que acreditam que os veículos de comunicação devem rever algumas práticas compartilham das mesmas visões. Um deles afirmou que as notícias “precisam ser melhor adaptadas para o público leitor alvo, seu conhecimento sobre o assunto em questão”. Já outro aluno acredita que alguns veículos da imprensa, no intuito de chamar a atenção do público, “aumentam e até distorcem notícias e reportagens”. Nesse sentido, alguns dos entrevistados reclamaram que, às vezes, o conteúdo das manchetes não é o mesmo que aparece em alguns textos.

Entre os alunos que marcaram que os veículos de comunicação não precisavam mudar nada, mas que na hora de explicar a razão para isso acabaram se contradizendo, um aluno do Parobé escreveu que “alguns canais de comunicação tendem a ser mais sérios, como rádios. Porém muitas informações online são falsas”. Outro do mesmo colégio acredita que “a notícia está boa do jeito que está”, mas que precisa “melhorar o aspecto das *fake news*”. Já um dos entrevistados do Rosário ressaltou que “a maioria dos canais de comunicação dissemina informações de maneira clara e objetiva, contudo muitos disseminam informações de maneira ideológica”.

O posicionamento político e a parcialidade dos meios de comunicação foram uma das maiores reclamações destacadas pelos adolescentes e jovens entrevistados, principalmente nos grupos focais, como iremos analisar mais em tópico mais adiante. Um dos alunos do Rosário, por exemplo, escreveu no questionário que o viés político das empresas altera “a veracidade da notícia”. Já um aluno do Parobé acredita que “o jornalismo destes meios anda se perdendo em relação à verdade e o jornalismo não deveria ter lados políticos”. Somente um aluno, que é do colégio particular, relatou durante os questionários que a parcialidade é importante e que as empresas devem “parar de fingir que são neutras, porque isso só acontece no Brasil”.

Esta preferência dos jovens de que os veículos não devam ter posicionamentos políticos se enquadra na teoria do “cidadão atual” (BENNETT 2008). De acordo com o autor, os partidos políticos e a imprensa não possuem tanta credibilidade nesta geração. As empresas jornalísticas, em busca de mais audiência e assinantes, contribuíram para isso ao deixar, muitas vezes, de criar conteúdo de interesse público (TRAQUINA, 2005) e apelaram para conteúdos conhecidos como “caça cliques” ou sensacionalistas. Exemplos disso são as manchetes que causam desinformação e a construção de notícias de maneira tendenciosas. Outro motivo também é a falta de incentivo para que as gerações mais novas participem da discussão política (BUCKINGHAM, 2006), ponto iremos analisar mais adiante.

A verdade absoluta e a neutralidade das quais esses adolescentes falam, contudo, não podem ser representadas pela imprensa (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004), uma vez que os próprios valores notícias (TRAQUINA, 2005) e as construções dos textos (TUCHMAN, 2002) praticadas através de critérios subjetivos. O que os jornalistas podem fazer é ser honestos no modo como vão compartilhar a informação e pensar qual posicionamento que será melhor para o interesse público (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004).

Nos dois grupos focais, 12 dos 16 adolescentes disseram acreditar que os jornalistas deveriam ser neutros ao transmitir uma notícia. Três acreditam que eles devem se posicionar e um se absteve de responder. Para os que se manifestaram a favor da imparcialidade, a opinião do jornalista poderia influenciar o pensamento do público. Um dos alunos do Parobé ressaltou:

Eu acho que o ideal é ter uma neutralidade total na forma como se representa as coisas, porque atualmente o jornal é algo que é uma influência para as pessoas e tem muitas pessoas que levam aquilo como

verdade. [...] Então eu acho que os noticiários deviam ser neutros para fazer com que as pessoas pudessem pensar por si só, no que elas acham certo ou errado. (PAROBÉ, PARTICIPANTE G)

A maioria dos participantes dos grupos focais, contudo, reconhece que este é um valor impossível de ser alcançado. Por isso, defendem que as posições não devam ser extremas e que o jornalista deve deixar bem claro aquilo o que é opinião e o que é fato. Para um aluno do Rosário, por exemplo:

A função do jornalista seria simplesmente veicular o fato aquele que foi verídico, mas como nos dias de hoje, como falamos anteriormente, temos muito mais parcialidade, então está tendo uma desconstrução neste quesito. Mas é quase impossível veicular uma coisa muito polêmica sem parcialidade. O mesmo fato pode ser compreendido de formas diferentes. Então cabe ao próprio jornalista poder dar um pouco da opinião do jornalista, desde que ele deixe explícito, como os colunistas fazem. (ROSÁRIO, PARTICIPANTE B)

Entre os três adolescentes dos grupos focais que acreditam que os jornalistas devam manifestar os seus pensamentos, dois afirmam que esses profissionais não devem ser excessivos e que devem ter cautela ao expor a sua opinião. Uma menina disse: “Eu acho que ‘tu pode’ ter uma posição sim, mas que ela não pode ser tão extrema que nem a Globo, que agora está totalmente contra o Bolsonaro. Também pode ser contra o Lula. Mas eu gosto que seja contra Bolsonaro” (PAROBÉ, PARTICIPANTE B). O outro integrante ressaltou: “Eu acho que sim, é interessante ter posicionamento, mas não que aquilo seja tomado como verdade absoluta. Porque por mais certo que aquilo pareça, aquilo pode influenciar grande parte da população” (PAROBÉ, PARTICIPANTE E).

Destacamos, no entanto, duas falas que merecem mais atenção. Uma adolescente do Parobé, que acredita que os veículos de comunicação deveriam ser imparciais, relatou que ela adora quando um deles faz acusações contra um político específico, cujas atitudes e pensamentos não concorda, mas não gosta quando fazem isso com outro que ela admira.

Aí eu não sei o que eu vou dizer porque agora eu gosto que a Globo seja contra o Bolsonaro, mas também é ruim porque só que isso pode acontecer com qualquer outro partido. Tanto é que a Globo passou anos “metendo o pau” no PT. Então tem que procurar sim, ser imparcial, porém eu não posso negar que eu adoro a Globo metendo o pau no Bolsonaro. (PAROBÉ, PARTICIPANTE B)

Uma outra aluna do mesmo colégio, que acredita que as empresas devem manifestar as suas opiniões em suas produções, pensa assim porque ela acredita que seria mais fácil selecionar aquilo que ela gostaria de consumir.

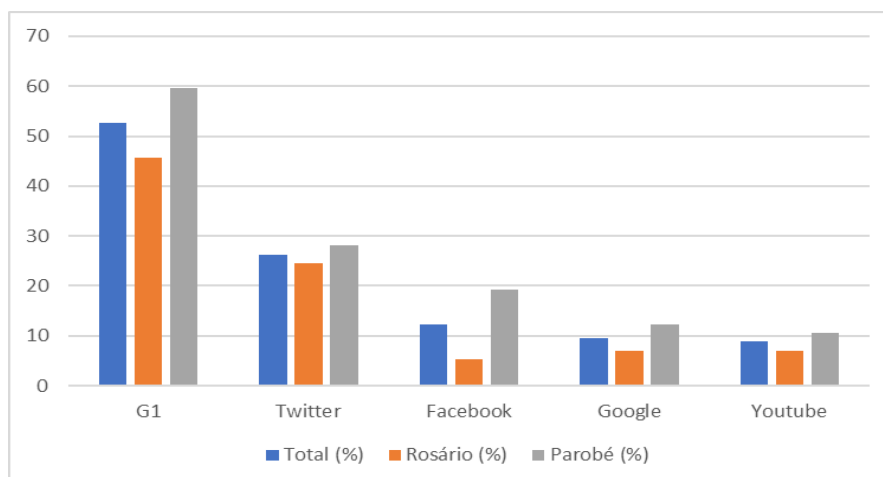
Eu acho que os veículos têm que se posicionar sim porque daí eu já sei o que eu não devo ler porque eu não vou ler um negócio que seja contra com que eu acredito o que é certo. Eu vou ler o que pareça mais de acordo com os meus pensamentos e ideologia. Então eu acho que tem que ser posicionado sim para dar credibilidade ao que “tu está” falando e para a pessoa entender o que tu quer mostrar. (PARTICIPANTE D)

Querer consumir apenas produtos que possuam a sua opinião ou que formulem mais conceitos do que fatos são atitudes características da era da Pós-Verdade (LLORENTE, 2017). Este período é caracterizado pelos discursos e textos que buscam desencadear emoções nas pessoas para distorcer pensamentos e camuflar fatos. Ao mesmo tempo que a “neutralidade” da imprensa pode ser prejudicial para discussão política, o excesso de “certezas” também pode.

Mesmo com esta “desconfiança” dos adolescentes na imprensa, durante os grupos focais ficou claro que o jornalismo tradicional ainda ocupa um espaço de confiabilidade e autoridade. Quando questionamos os participantes de como eles lidavam com as *fakes news* publicadas nas redes sociais, eles disseram que, quando desconfiavam de alguma “notícia”, pesquisavam no Google ou iam direto a portais noticiosos mais confiáveis.

De todos os “sites mais utilizados para se informar” que eles usam para se informar, 52% dos participantes do questionário escreveram que o G1 é o que eles mais acessam. Em segundo lugar, está o Twitter, com 26,3% de marcações. Como iremos ver a seguir, o consumo de informações nesta plataforma é maior. No entanto, o fato de alguns dos entrevistados terem relatado que usam esta plataforma para se informar demonstra que eles a consideram um meio de informação de notícias.

Figura 1: Sites mais utilizados para se informar



Fonte: Laura Berrutti (2019)

No próximo subcapítulo, iremos analisar quais são os hábitos de consumo de informação destes adolescentes e quais são as plataformas que eles mais utilizam.

5.3 Hábitos de consumo de informação dos entrevistados

Os alunos entrevistados neste trabalho fazem parte da geração Z, ou seja, eles cresceram utilizando computadores, tablets, celulares; e não conseguem imaginar a sua vida sem esses aparelhos digitais. Por esta razão, seria impossível pensar que eles iriam consumir notícias da mesma maneira que os jovens de 50 anos atrás, quando ainda não existia internet.

Mesmo assim, a televisão é o veículo pelo qual mais participantes desta pesquisa consomem notícias, com 78,1% dos 144 alunos afirmando que assistem noticiários nesta plataforma todos os dias, toda as semanas ou raramente (o valor corresponde a soma destas três categorias). Esse dado acompanha as pesquisas mais abrangentes de consumo de plataformas noticiosas do país, que afirmam que este é o canal mais escolhido pelos brasileiros para se informar. No Rosário, 77,2% dos participantes estão neste grupo, enquanto que no Parobé, 78,9%. Ou seja, não existe uma diferença significativa entre os colégios.

Os dados recolhidos neste estudo mostram, no entanto, que no colégio particular, esta posição também é compartilhada com o Twitter. Além disso, esta rede social é o meio que os alunos desta mesma instituição mais utilizam para se informar diariamente, com 61,4% deles afirmando no questionário acessar essa plataforma para conferir as últimas informações.

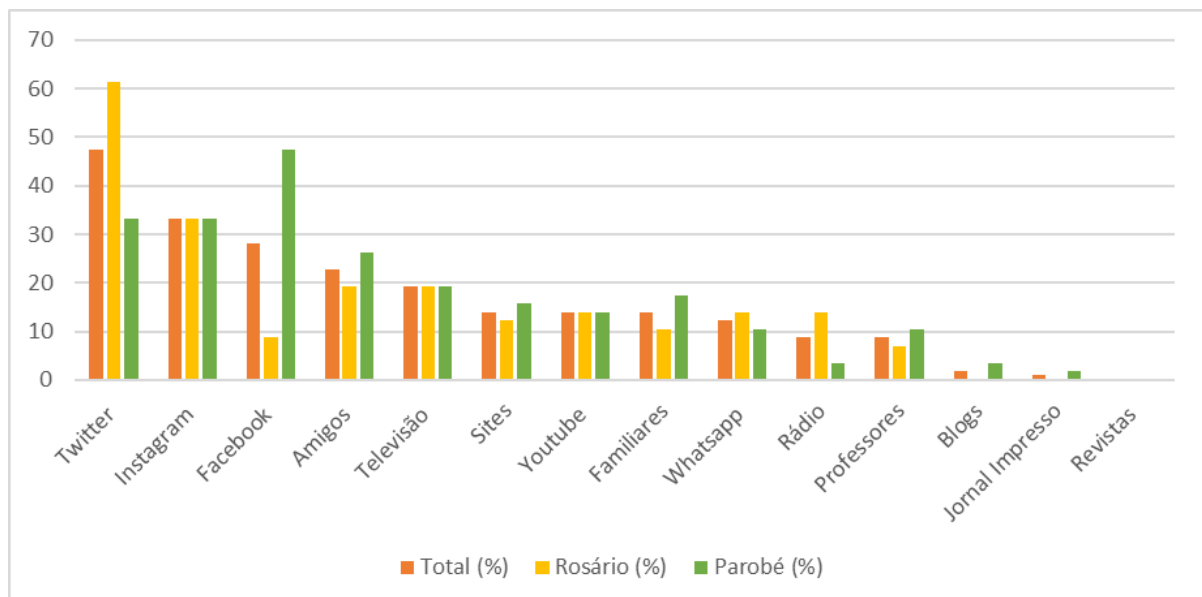
No grupo focal realizado no Rosário, pudemos perceber essa tendência, já que seis dos oito alunos que conversamos relataram que a primeira coisa que fazem quando acordam é abrir o Twitter para verificar o que está acontecendo em suas vidas e no mundo. Da plataforma, eles são direcionados ou procuram um portal para confirmar ou aprofundar determinada informação. Uma das entrevistadas relata: “Eu vejo o pessoal comentando a notícia, daí eu vejo ela em um site. Eu encontro as notícias primeiro no Twitter” (ROSÁRIO, PARTICIPANTE A). Outro entrevistado também compartilha da mesma prática:

Para pegar mais informação, a primeira coisa que eu olho no começo do dia é o Twitter, e também logo que vejo ali, seja uma pessoa comentando, seja

uma manchete de uma página mais séria ou não, acabo por verificar em um site mais “credibilizado” assim. (ROSÁRIO, PARTICIPANTE D)

Já no Parobé, a plataforma que os alunos mais afirmaram no questionário consumir notícias diariamente é o Facebook, com 47,4% das marcações. Dessa forma, podemos perceber que são as redes sociais as plataformas pelas quais os alunos de terceiro ano que participaram desta pesquisa mais utilizam todos os dias para obter informações. Diferentemente dos dados levantados no colégio público, no entanto, a posição de consumo diária desta plataforma no colégio particular ficou em 10º lugar, com 8,8% de consumo diário. Este dado demonstra que os adolescentes desta instituição não acessam tanto o Facebook quanto os alunos do Parobé.

Figura 2: Diferença de consumo entre estudantes das duas escolas diariamente



Fonte: Laura Berrutti (2019)

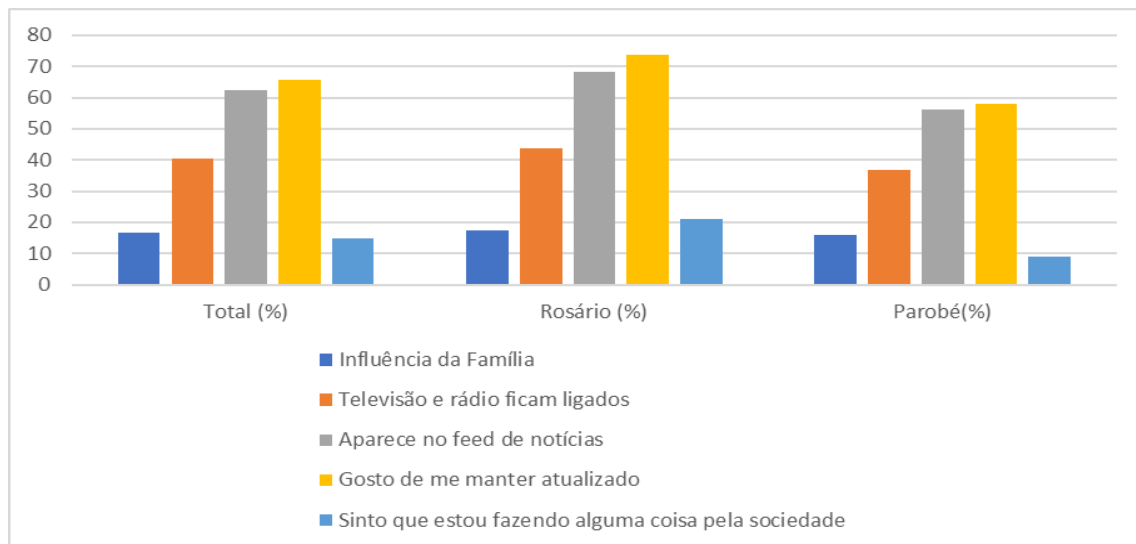
Os dados levantados por esta pesquisa também mostram que o Instagram é a segunda plataforma mais utilizada por esses adolescentes para se manter atualizados diariamente. A taxa de consumo de “notícias” neste meio é a mesma para os dois colégios, com 33,3% de interação. A partir desta pesquisa, podemos verificar que as redes sociais são o canal de maior obtenção de informações entre esta geração.

O consumo de notícias na internet pelos jovens, de acordo com o que identificou Patterson (2007), é caracterizado pelo acaso, enquanto navegam, não por uma pesquisa deliberada. Nesta pesquisa compartilhamos dessa mesma constatação. Ao todo, 62,3% dos participantes relataram consumir notícias porque

elas aparecem no feed de notícias, segundo motivo que leva os participantes a consumirem notícia. O primeiro é porque eles “gostam de se manter atualizados”, totalizando 65,8%.

A terceira razão que leva esses estudantes a consumirem notícias, com 40,4% do total das marcações, é porque a “televisão e o rádio ficam ligados”. Entre os estudantes do Rosário que participaram dos questionários, 11 dizem consumir notícias em TV (terceiro lugar do ranking para esta escola) e oito em rádio (quinto lugar do ranking para esta escola) todos os dias. Já no Parobé, 11 alunos relataram assistir programas televisivos diariamente (quinto lugar do ranking para esta escola) e dois afirmaram escutar programas noticiosos em rádio (11º lugar do ranking para esta escola) todos os dias.

Figura 3: Motivos de consumo



Fonte: Laura Berrutti (2019)

Durante o grupo focal no Rosário, cinco adolescentes relataram assistir aos noticiários na televisão quando ela está ligada, principalmente à noite com a família. Um participante relatou que começou a ligar o aparelho este ano por causa do ENEM, e uma das meninas costuma sintonizar o equipamento quando quer confirmar alguma informação que viu na internet. Apenas um deles não assistiu nunca televisão. Em relação ao consumo de notícias em rádio, sete escutam boletins e programas quando o aparelho está ligado em casa ou no carro quando estão em deslocamento. Somente um não consome nunca notícias por este meio.

Já na entrevista focal do Parobé, quatro adolescentes disseram que costumam ligar a televisão de manhã, três deles principalmente para ver a previsão

do tempo antes de ir trabalhar (todos estudam no turno da tarde) - uma deles também relatou adorar assistir o Fantástico domingo à noite -, dois assistem noticiários raramente e dois, nunca. Em relação ao rádio, quatro dos entrevistados não utilizam este meio para se informar - um desses parou de consumir depois que trocou o aparelho celular para outro que não tem mais o aplicativo instalado, e outra só sincroniza estações que tocam música. Dois dos participantes afirmaram consumir essa plataforma para se atualizar, sendo que um deles criou este hábito porque o pai é radialista. Além disso, uma outra adolescente relatou escutar notícias com o padrasto quando estão no carro.

Outras plataformas *online* que analisamos neste trabalho foram o Youtube, que representa 14% do consumo em ambos os colégios, e blogs, sendo que nenhum estudante do Rosário afirmou ler diariamente e 3,5% do Rosário relatou que o faz. Alguns dos estudantes durante os grupos focais disse que adora assistir vídeos no youtube, principalmente para entretenimento.

Nos rankings para as duas escolas, a quarta maneira com que os adolescentes afirmam se manter atualizados dos últimos acontecimentos é através de conversas com amigos. A porcentagem somada dos dois colégios é de 22,8% de consumo diário, porém os dados individuais são de 19,3% no Rosário e 26, 3% no Parobé. Estes alunos também acabam se atualizando com a família, com 10,5% das marcações no colégio particular e 17,5% no colégio público. Os professores entram na lista com 7% e 10,5%, na mesma ordem das escolas que citamos anteriormente.

Durante os grupos focais, um dos entrevistados destacou:

Durante a maior parte do dia as coisas que eu mais ouço é por amigos ou familiares. Não procuro muito assistir jornal então eu acabo ficando mais pelo que eu vejo de principal da manhã escutando ao longo do dia pelas pessoas na rua ou amigos e depois se algo me parece mais interessante eu procuro na internet ou alguém que saiba um pouco mais para me informar melhor sobre aquilo. (PAROBÉ, PARTICIPANTE H)

Um estudante do Rosário ainda ressaltou que muitas vezes ele obtém as “notícias” a partir do Twitter e, além de verificar em portais de jornalismo, ele conversa com a família e com os colegas no colégio para obter mais informações.

Quando eu vejo uma notícia no Twitter e eu vejo os comentários eu não posso ir pelos comentários porque meu Deus tem cada coisa que a gente lê. Se eu for pelas pessoas vai ter muitas opiniões e vai ter muitos jeitos que elas vão falar sobre o que aconteceu. Então eu tento procurar um canal de notícia, mas confiável, às vezes eu pergunto para os meus pais estão sabendo de alguma coisa e quando eu chego na escola também pergunto e vejo que os meus amigos estão falando. Eu não acredito em tudo que eu

vejo no Twitter obviamente, mas também ali onde eu vejo primeiro. Então eu vejo e tá, vou procurar. (ROSÁRIO, PARTICIPANTE A).

Os dados mostram que os jornais impressos e revistas já caíram no esquecimento para esta geração. Em relação ao primeiro, nenhum estudante do Rosário diz consumi-lo todos os dias e apenas um do Parobé o faz. Este número aumenta para dois em cada colégio na categoria dos que leem todas as semanas. Em relação à revista, nenhum estudante a consome todos os dias. Já na modalidade “todas as semanas”, o resultado aumenta para um no colégio particular e dois no público.

A partir destes dados, podemos verificar que os adolescentes se atualizam, em sua maioria, através de publicações nas redes sociais e que o consumo diário nas outras plataformas é baixo. Além disso, percebemos que as plataformas impressas não fazem parte dos hábitos desta geração e que o consumo de notícias em televisão e em rádio estão ligados às rotinas de casa, já que muitos deles o fazem junto com os pais.

A compreensão das notícias na internet, como iremos ver a seguir, é limitada. Muitos acabam somente lendo manchetes ou opiniões de seus contatos nas redes: prática também que facilita a propagação da desinformação.

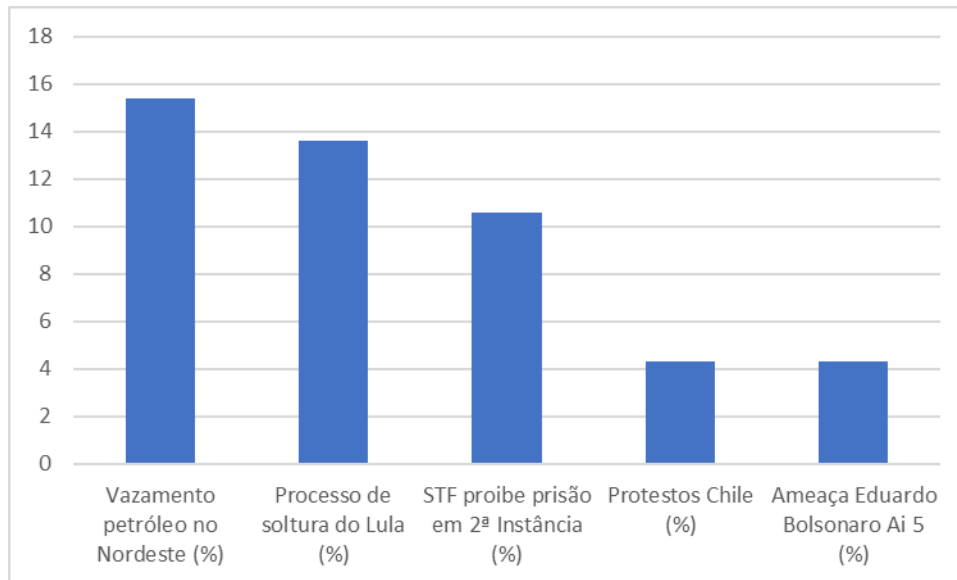
5.4 Compreensão das notícias

Quando interrogamos os adolescentes entrevistados nos questionários (em resposta aberta) sobre quais eram as últimas três notícias que eles se lembravam, 91,2% dos estudantes do Rosário citaram a quantidade solicitada, 3,5% citaram duas, 3,5% uma e 1,8% nenhuma. No Parobé, a quantidade de pessoas que escreveu três notícias caiu para 80,7%, duas aumentou para 10,5% e nenhuma pessoa se lembrou de somente uma. A porcentagem, no entanto, de entrevistados que não respondeu nenhuma cresceu é de 8,8%. Porém o fato da maioria desses alunos ter mencionado alguma “notícia” não significa que eles tenham compreendido o acontecimento ou que ela seja recente, como iremos ver mais adiante.

A notícia mais mencionada pelos alunos dos dois colégios foi o derramamento de óleo nas praias brasileiras, com 15,4% das menções no Rosário e 12% no Parobé. A segunda mais citada, contudo, não foi a mesma nos dois colégios. No Rosário, o segundo acontecimento mais relatado pelos estudantes na manhã do dia

oito de novembro foi a possível soltura do Lula, com 13,6%, fato esse que acabou acontecendo durante o período da tarde. Isso ocorreu porque, no dia anterior, o Supremo Tribunal Federal havia proibido a prisão em segunda instância.

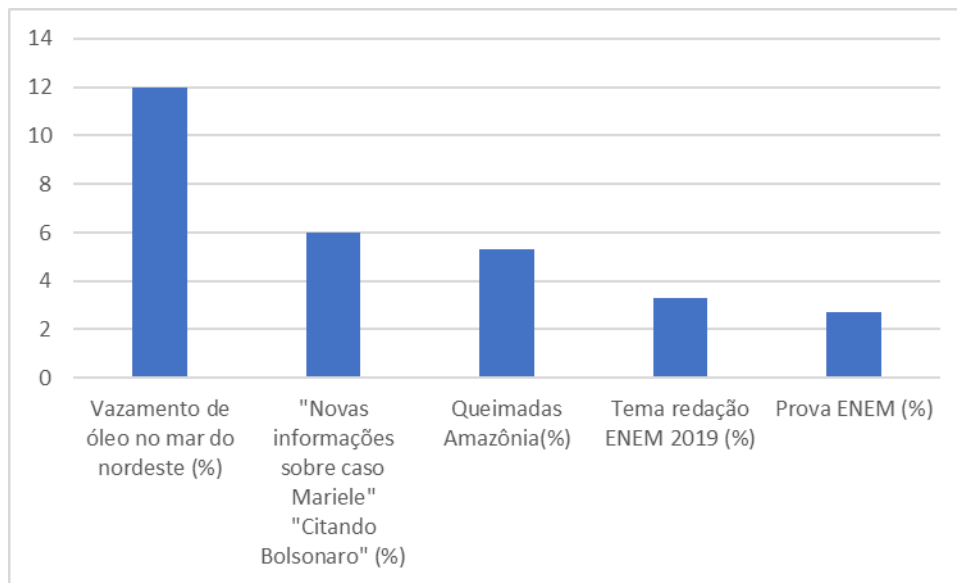
Figura 4: Notícias mais citadas pelos alunos do Rosário.



Fonte: Laura Berrutti (2019)

Já no colégio Parobé, cujas entrevistas foram aplicadas uma semana antes, o acontecimento que ocupou esta posição foi “as novas informações sobre o caso Marielle, que cita Bolsonaro”, com 6%. Eles estavam se referindo ao depoimento polêmico que o porteiro do condomínio do Bolsonaro deu à polícia. À investigação, ele afirmou que o atual presidente, na época deputado federal, havia autorizado um dos acusados de ter matado a vereadora carioca Marielle Franco e o motorista Anderson Gomes a entrar no condomínio que o político e um suspeito moravam, momentos antes do crime no dia 14 de março de 2018. Com os dados adquiridos neste trabalho, fica difícil analisar o real conhecimento desses estudantes sobre este acontecimento; mas nenhum deles conseguiu explicar resumidamente o protagonismo da declaração do porteiro nesta notícia, somente que havia atualizações do caso e que elas estavam relacionadas ao atual presidente. Patterson (2007) já havia identificado que as gerações mais novas tinham dificuldade em identificar o elemento factual das notícias, principalmente nas *hard news*.

Figura 5: Notícias mais citadas pelos alunos do Parobé.



Fonte: Laura Berrutti (2019)

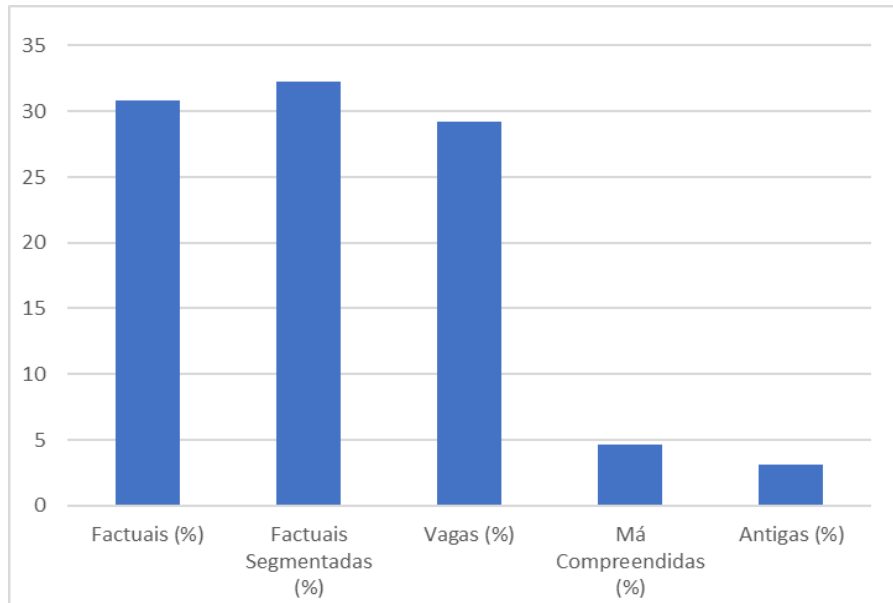
Por mais que as duas primeiras notícias mais lembradas pelos adolescentes entrevistados tenham sido sobre eventos políticos, ao longo dos questionários foram escritos outros tipos de acontecimentos, os quais iremos analisar agora. Para isso, selecionamos as diferentes 65 “notícias” mencionadas pelos estudantes do Rosário e as 95 citadas pelos do Parobé e dividimos em cinco grupos. Denominamos esses grupos da seguinte forma: os acontecimentos “factuais”, os “factuais segmentados”, os “antigos”, os “maus compreendidos” e os “vagos”.

Nos “factuais”, separamos os acontecimentos políticos, econômicos e policiais que apresentavam o mínimo de informação para que o acontecimento fosse identificado. Nos “factuais segmentados”, selecionamos as “notícias” temáticas e dividimos em outros seis subgrupos: ENEM, famosos, mídia e cultura, esporte e games, previsão do tempo, fenômeno das redes sociais e proximidade do adolescente. Esta última se refere aos acontecimentos que ocorreram próximos aos alunos e que, muitas vezes, nem veiculadas foram. Na categoria “antigos”, estão as publicações que eles citaram de mais de dois meses atrás que o questionário foi aplicado. Os “maus compreendidos” são aqueles acontecimentos que os entrevistados não entenderam e os “vagos” foram as “notícias” muito amplas, que faltaram identificar o acontecimento.

No colégio Rosário, foram citadas 30,8% de publicações “factuais”, 32,3% “factuais segmentadas”, 3,1% “antigas”, 4,6% “más compreendidas”, e 29,2% “vagas”. Dos assuntos “factuais”, além do “vazamento de óleo nas praias

brasileiras” e da “possível soltura do ex-presidente Lula”, destacamos a notícia de que o “Supremo Tribunal Federal proibiu a prisão em 2ª Instância”, os “protestos no Chile” e a “ameaça do Eduardo Bolsonaro de ocorrer um novo AI 5”, na ordem das mais citadas.

Figura 6: Tipos de “notícias” que mais apareceram nos questionários do Rosário



Fonte: Laura Berrutti (2019)

Nas “factuais segmentadas”, dentre as 21 “notícias” dessa categoria, 55% são de esporte, 35% sobre famosos, mídia e cultura e 10% sobre o ENEM. Respectivamente, exemplificamos os seguintes acontecimentos: “Tiago Nunes anunciado no Corinthians”, “Nascimento da filha da Tatá Werneck” e as “mudanças na forma de aplicação” da prova. As duas publicações consideradas “antigas” são o “extermínio de abelhas por agrotóxico”, que foi veiculada entre outubro do ano passado e em março deste ano, e a “criação de sapatilhas de ballet para quem tem pele negra”, sendo esta notícia de 2017. Acreditamos que essa notícia tenha sido citada porque no dia 4 de novembro a *Huffpost* publicou uma reportagem de uma bailarina brasileira negra que dança em Nova York e que ganhou esses sapatos recentemente.

A nossa pesquisa identificou duas manchetes má compreendidas. A primeira foi sobre o “envolvimento do Bolsonaro no caso Marielle”. A notícia que a Rede Globo veiculou e que acabou sendo compartilhada em outros veículos era de que o porteiro disse que Bolsonaro teria autorizado a entrada de um dos suspeitos do assassinato de Marielle no condomínio. A investigação ainda estava em andamento

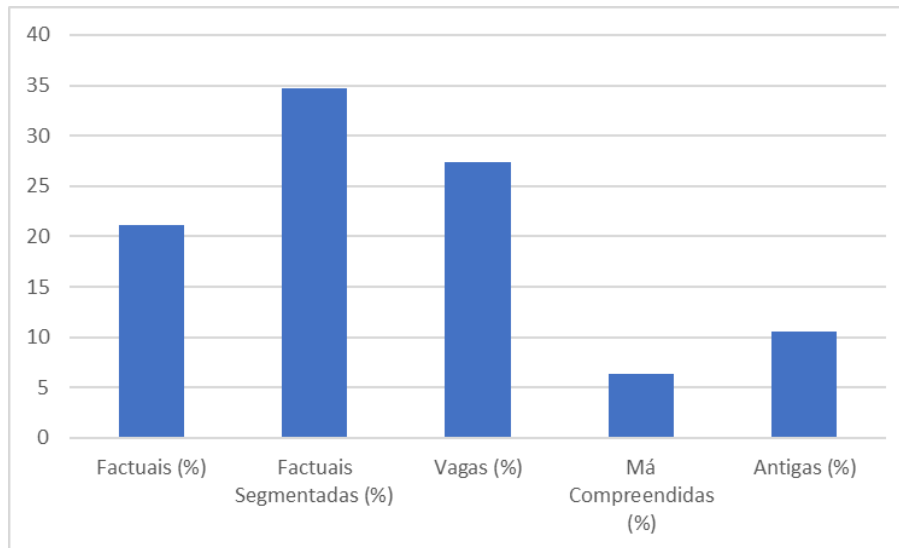
e não havia nenhuma decisão judicial, nem provas concretas. A segunda foi sobre a “prisão da Dilma”. O fato divulgado pela mídia foi de que, no dia 5 de novembro, o ministro do STF Edson Fachin negou um pedido da Polícia Federal para prender Dilma Rousseff em uma operação deflagrada para coletar provas de corrupção e lavagem. A investigação indicou que senadores do MDB teriam recebido da JBS mais de R\$ 40 milhões para apoiar a sua reeleição em 2014. A terceira informação que avaliamos estar errada foi a de que havia a “suspeita de navio venezuelano” derramando petróleo no Brasil, mas na verdade no dia da aplicação do questionário já havia a informação de que a suspeita era de que um navio grego com petróleo venezuelano que estaria envolvido no fato.

Por fim, exemplificamos as 19 “notícias” que consideramos vagas, ou seja, que só citavam um assunto. Exemplos delas são “julgamento ex presidente Lula”, “situação do governo dos EUA”, “variação do dólar”, “*Brexit*”, “Produtos ilegais camelódromo”.

Na escola Parobé, foram lembradas 21,1% de publicações “factuais”, 34,7% “factuais segmentadas”, 10,5% “antigas”, 6,3% “más compreendidas” e 27,4% “vagas”. Na categoria “factual”, além do “vazamento de óleo no mar do nordeste” e das “novas informações sobre o caso Marielle, que citam Bolsonaro”, destacamos notícias como as queimadas na Amazônia, os protestos no Chile e a viagem do Bolsonaro à Arábia Saudita, por ordem das mais citadas. Nessa categoria, incluímos também a informação de que “2019 foi o primeiro ano desde 2006 que não cai ditadura militar no Brasil no ENEM”, por mais que a informação correta é que isso não acontecia desde 2009, porém julgamos que este equívoco não modificou o contexto da notícia.

Nas “factuais segmentadas”, dentre as 21 “notícias” dessa categoria, 6,1% são de esporte e games, 42,4% são sobre famosos, mídia e cultura, 30,3% falam sobre o ENEM, 6,1% sobre previsão do tempo e 3% sobre fenômeno das redes sociais. Respectivamente, exemplificamos os seguintes acontecimentos: “Mudança de técnico no Corinthians”, “Briga da Anitta com a Ludmilla”, “Análise das médias dos candidatos do ENEM”, “Temporal em Porto Alegre” e “Vídeo ‘caneta azul, azul caneta’”.

Figura 7: Tipos de “notícias” que mais apareceram nos questionários do Parobé.



Fonte: Laura Berrutti (2019)

Identificamos seis notícias má compreendidas pelos alunos do Parobé, oito a mais que no Rosário. As primeiras que destacamos são: “ligação de Bolsonaro com o suspeito da morte de Marielle” e “envolvimento do Bolsonaro na morte de Marielle”. Como vimos anteriormente, não é possível fazer essas afirmações antes da polícia apurar os fatos. Ainda sobre episódio, um dos alunos teve uma compreensão totalmente errônea do caso e disse que houve “um assassinato no condomínio do Bolsonaro”. Assim como outro estudante, que disse que o chefe de Estado brasileiro “estava envolvido em um assassinato”, sem saber de qual caso pertencia a investigação.

Ainda sobre o atual presidente, outra “notícia” que citaram foi que “Bolsonaro consultou o ENEM antes, para autorizar”: o que foi divulgado na mídia sobre esse assunto foi que, em novembro do ano passado, o atual presidente disse, depois de não concordar com uma questão do ENEM, que iria “tomar conhecimento” da prova antes dela ser aplicada. Em julho, o ministro da educação, Abraham Weintraub, afirmou que Bolsonaro não leu e nem iria ler a prova.

Ainda sobre os questionários do Parobé, detectamos 10 notícias “antigas”. Os alunos citaram o “aperto de mãos entre presidentes das Coreias do Sul e do Norte”, que ocorreu em abril de 2018, a Tragédia de Mariana, que foi em novembro de 2015 e a “foto do buraco negro que pode ter implicações na Teoria da relatividade”, que foi tirada em abril deste ano. Além disso, foi citado o “desaparecimento do Mota”, ocorrido em abril de 2015, a “morte de Marielle” - que podemos considerar um assassinato - que aconteceu em março de 2019 e a “menina que perdeu o cabelo

andando de Kart”, ocorrido em 11 de agosto. Por fim, a última notícia que identificamos como “antiga” foi a “influência militar nas escolas públicas”: essa notícia se refere ao decreto publicado em janeiro, publicado no Diário Oficial, que determina o fomento à criação de escolas cívico-militares.

Por fim, encontramos 21 “notícias” que consideramos vagas. Exemplos delas são “Presidente se posiciona sobre o derramamento de óleo nas praias do Brasil”, “Sobre cosplay de anime” e “Reportagens sobre abuso sexual”.

A partir desses resultados, percebemos que esses adolescentes têm ciência do que está acontecendo politicamente pelo país, mas grande parte dos acontecimentos não são aprofundados. Além disso, eles buscam saber o que está acontecendo próximo ao dia a dia deles, como podemos observar pelas notícias do ENEM, previsão do tempo e notícias da escola. As notícias “*softs*”, como esporte, games, cinema e famosos também são bastante consumidas.

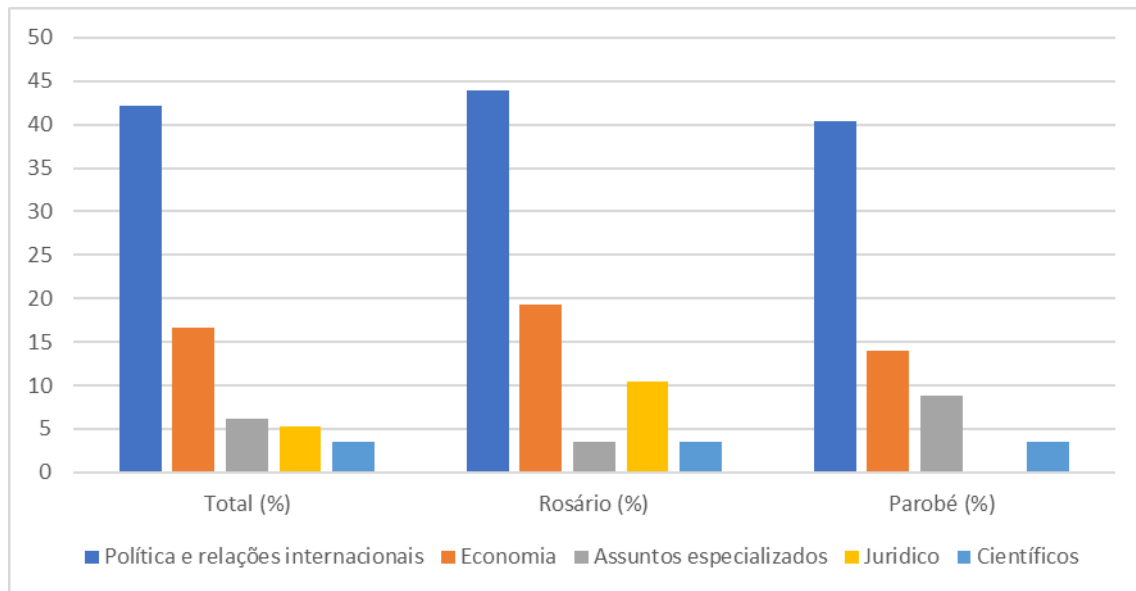
O grande percentual de notícias “vagas”, “antigas” e “mal compreendidas” também nos faz perceber que a assimilação dos adolescentes dos acontecimentos pode ser limitada. Porém seria necessário um estudo mais aprofundado para identificar exatamente que tipo de informações são assimiladas. De acordo com Van Dijk (2005), para uma notícia ser compreendida, é necessário que o consumidor possua um conhecimento prévio, seja ele linguístico, de gênero, de aprendizagem, ou social do assunto. Os jornalistas muitas vezes constroem as notícias partindo de informações que o público ainda não possui; ou seja, as notícias podem ser incompletas porque os profissionais da imprensa às vezes presumem que os leitores já possuem essas informações (VAN DIJK, 2005). Ainda segundo o autor, a leitura das notícias ajuda na construção de “modelos mentais” dos acontecimentos. Ou seja, quanto mais se consume notícias, mais fácil será compreendê-las.

5.5 A falta de convite na participação do Espaço Público

Quando questionados se achavam que existia notícias difíceis de serem compreendidas, 59,6% dos alunos do Rosário e 57,9% do Parobé disseram que sim, o que demonstra uma consciência em relação a essa questão. Os assuntos que eles mais sentem dificuldade são, respectivamente, política e relações internacionais, com 43,9% das menções nos questionários do colégio particular e 40,4% nos do

colégio público, e economia, com 19,3% no colégio particular e 14% no colégio público.

Figura 8: Assuntos que sentem mais dificuldade.



Fonte: Laura Berrutti (2019)

Durante os grupos focais, os participantes relataram sentir falta de aprender conteúdos no colégio que extrapolem o curricular e que poderiam ser fundamentais para assimilar todas as informações que são transmitidas nas notícias. Para um dos alunos do Parobé, por exemplo, boa parte do que eles aprendem na escola ajuda a compreender o que está sendo dito nas notícias, mas “ainda sente que falta alguma coisa” (PAROBÉ, PARTICIPANTE A). No grupo focal no Rosário, os alunos se manifestaram ainda mais sobre essa questão. No dia anterior à discussão, o Supremo Tribunal Federal havia proibido a prisão em segunda instância e a expectativa naquela manhã era de que o ex-presidente Lula fosse solto. Os alunos relataram que sentiam que alguns colegas estavam se manifestando nas redes sociais, mas que não compreendiam muito bem como funcionavam os processos políticos.

O colégio devia sim proporcionar momentos para ensinar o que é Legislativo, Executivo, Judiciário. Quem é que participa, como é que funciona. Falta sabe, porque isso realmente é um conhecimento muito útil para tu entender as notícias que são veiculadas geralmente porque, se eu não entendo o que é prisão em segunda instância, eu não vou entender o que vai acontecer. (ROSÁRIO, PARTICIPANTE F)

Para eles, as instituições de ensino preparam seus alunos durante anos para fazer “uma prova” para entrar na universidade, mas não ensinam informações que contribuem na formação deles como cidadãos. Além disso, uma das adolescentes acredita que, principalmente no terceiro ano do ensino médio, a escola se transformou “em um cursinho” (ROSÁRIO, PARTICIPANTE G). A maior preocupação apresentada por esses alunos é planejar as suas vidas depois de formados.

Eu acho que tem muita coisa no colégio que a gente não aprende que vai servir muito mais para nossa vida do que, sei lá, aprender a fazer alguns cálculos que seja. Precisamos ter aula de política, de cidadania, de planejamento financeiro. Tem coisas que vão fazer muita diferença na nossa vida, muito mais do que saber o conteúdo que tem que aprender porque vai cair na prova. E nada é garantido, “tu pode” ir para universidade e não saber o que tu vai fazer. Tem que ter um planejamento e, sabe, a gente precisa aprender coisas mais funcionais na nossa vida (ROSÁRIO, PARTICIPANTE B).

Além de perceberem que há esta lacuna na educação de conteúdos extracurriculares, estes adolescentes se sentem pouco incentivados a participar da discussão política dentro de sala de aula, principalmente pela constante fiscalização dos pais do que é dito na escola. Uma aluna do Parobé, por exemplo, ressaltou: “Ah é que eu acho também, que, por mais que às vezes tem um professor que queira falar sobre certas coisas, tem que ter um certo cuidado, porque, principalmente esta chapa do governo que acha que a doutrinação” (PAROBÉ, PARTICIPANTE C*). Uma outra participante complementou a colega:

Quando algum professor tenta dar um ponto de vista ou abrir os teus olhos, os pais vão lá na direção e falam que esse professor está tentando manipular o aluno ou alguma coisa assim. Então eu acho que os professores daqui fazem o que tem que fazer do jeito que tem que fazer. Não é demais, mas eles não deixam a gente que nem os cavalos “sem chave de reto” (PAROBÉ, PARTICIPANTE D).

Os estudantes do Rosário compartilham deste mesmo pensamento. Um deles ressaltou:

Eu acho que cada vez está mais difícil do professor conseguir conversar com o aluno sobre estas coisas com medo da carreira dele ser prejudicada, principalmente em colégios particulares. Porque, se o professor fala algo que não é a mesma coisa que o pai da criança pensa, o pai da criança pode fazer um escarcéu e tudo pode acontecer com aquele professor. E não só sobre política que o professor tem que cuidar o que vai falar. (ROSÁRIO, PARTICIPANTE A.)

Essa questão no colégio Rosário é mais delicada porque ele está em pauta na opinião pública desde 2018, após um protesto organizado pelos alunos contra a vitória do atual presidente do Brasil nas últimas eleições. A organização do

movimento diz que ele não era partidário, porém alguns pais se mobilizaram por achar que a instituição estava fazendo “doutrinação ideológica”. Por essa razão, na opinião dos alunos, os professores estão sendo mais contidos em expressar as suas opiniões e a provocar discussões em sala de aula.

Durante o grupo focal no Parobé, também foram relatadas situações em que, ao invés do professor estimular o debate, reprimia os alunos. Uma das alunas do Parobé ressaltou que já se sentiu censurada por um professor e que tem medo de ser prejudicada na avaliação por não concordar com a opinião dele. Nesse momento, os demais alunos começaram a rir e a dizer que sabiam sobre quem ela estava se referindo.

A gente tem receio de falar porque pode ter consequências. Vamos supor que o nosso professor de * proponha um debate e ninguém fala porque a gente tem medo de que ele acabe descontando nas nossas notas, por exemplo. Porque ele tem uma opinião muito diferente da turma inteira. Então a gente tem muito medo de falar com ele sobre as coisas, porque a gente sabe que pode acabar refletindo negativamente para o lado da turma (PAROBÉ, PARTICIPANTE C)

Durante os grupos focais, apenas duas estudantes relataram que os pais estimulam o debate em casa, uma de cada colégio. Durante as discussões, os participantes relataram que os pais, ou não gostam de conversar sobre o que está acontecendo no país, ou não possuem o hábito de debater porque possuem opiniões políticas diferentes. Uma das alunas do Parobé, por exemplo, disse que a mãe dela somente “gosta de falar das notícias que são boas para o ponto de vista dela”, por isso a aluna “não consegue” falar sobre política com a mãe (PAROBÉ, PARTICIPANTE D). Uma outra estudante do mesmo colégio também relatou vivenciar uma situação semelhante em casa:

Na minha família não é que eu tenho um pensamento diferente dos meus pais e do meu irmão, eu só acho que eles pensam que tem coisas que, se eu for falar, eu não vou mudar o pensamento deles e o que eles falaram que não vão mudar o meu pensamento. Então a gente prefere não discutir ou argumentar, eles também não são muito de argumentar (PAROBÉ, PARTICIPANTE F).

A partir desses relatos, podemos verificar que, na casa de alguns dos adolescentes, o debate sobre política não ocorre, seja por falta de interesse por parte da família ou por falta de tolerância a diferentes visões. Uma das participantes que estuda no Rosário comentou que, quando alguém das gerações mais novas concordam com os adultos, é vangloriada. Já quando o jovem contesta, é desacreditado.

Quando a criança ou o jovem que vai lá e concorda com seus ideais, tá ótimo, mas o jovem que vai lá e contesta e faz acontecer, não. O jovem brasileiro sempre foi muito reprimido, isso é muito sério. A gente sempre escuta isso dos nossos pais: “você tem que melhorar o que a gente fez”. Tá, mas discutir sobre política, dar a nossa opinião, colocar no meio daquelas conversas em família não, “eu não vou te ouvir porque é uma criança. [...] É muito errado sabe. porque da mesma forma que eles querem que a gente assuma as responsabilidades do país, eles querem que seja da maneira deles. Mas eles falam que a maneira deles está errada e que eles estão acabando com o mundo, então é meio contraditório (ROSÁRIO, PARTICIPANTE G).

É fato que a internet proporcionou mais espaços de interação e uma diversidade maior de troca de informações (CASTELLS, 2002). Como vimos, todos os usuários podem produzir conteúdo, expressar opiniões e debater assuntos (GILLMOR, 2004). Porém isso não quer dizer que este seja um espaço democrático. As publicações na internet são selecionadas através de algoritmos e os usuários acabam consumindo somente os conteúdos a partir de suas preferências (PARISER, 2012).

Em tempos de pós verdade, diversas discussões online e offline atualmente se baseiam na busca constante de informações, mesmo que falsas ou incompletas, que comprovem a opinião do emissor. Como podemos ver através desses relatos, os jovens não são convidados a participar do debate público (BUCKINGHAM, 2006). Por outro lado, porém, o jornalismo ainda não conseguiu acompanhar as novas necessidades que a internet gerou aos seus usuários e provoca uma lista descontentamentos, como vimos anteriormente.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Muito se diz popularmente que “pensar na juventude é pensar no futuro do país”. Se partirmos do princípio que se manter atualizado é um ato político, compreender os hábitos de consumo de notícias pelas novas gerações também nos ajudará a perceber como será a interação destes jovens com o espaço público daqui a alguns anos, quando adultos. É inegável que a internet modificou profundamente a comunicação na nossa sociedade. Desta forma, o jornalismo precisou se adaptar às novas tecnologias e se manter atento a novas necessidades. O objetivo deste trabalho era compreender como adolescentes do ensino médio de Porto Alegre consomem informações, além de identificar o que eles consideram notícia.

Para isso, analisamos 114 questionários de alunos de duas escolas da capital gaúcha e realizamos duas entrevistas focais, uma em cada instituição de ensino através do método da análise de conteúdo. Anteriormente à investigação, foi apresentada uma revisão teórica de pesquisa que ajudou a entender o objeto do trabalho.

Na parte bibliográfica, mostramos que o jornalismo se consolidou como instituição na Idade Moderna e que foi graças aos jornais que foi possível promover a comunicação nas grandes cidades, que acabaram por substituir a interação direta que os vilarejos proporcionavam. A partir disso, pudemos debater, através de trabalhos de sociólogos e cientistas da comunicação, qual é o papel social do jornalismo na sociedade. Ademais, identificamos também como a internet e a era das “redes” (CASTELLS, 2002) foram responsáveis por alterar mais uma vez a interação comunicacional entre pessoas e, por consequência, as práticas jornalísticas. Além disso, identificamos também os desafios do jornalismo na era da Pós Verdade.

Neste trabalho, também apresentamos diferentes pesquisas que mostram o declínio de consumo de notícias pelas gerações mais novas nos meios tradicionais de comunicação e de como esses jovens estão interagindo com o espaço público atualmente. Alguns autores demonstraram estar preocupados com as práticas cívicas desta geração, porém outros defendem que esses grupos apenas modificaram as práticas de consumo de informação e de se relacionar com a política. Entre eles, estudos que apresentamos mostram que os jovens estão

descrentes com as empresas, que acham alguns noticiários chatos ou que preferem conteúdos que estimulem os seus sentidos.

Com os dados coletados, pudemos verificar que o consumo diário de notícias pelos adolescentes que participaram da pesquisa nos veículos tradicionais de comunicação é baixo, com média dos números apurados nos dois colégios de 19,3% em televisão, 14% em portais de jornalismo e 8,8% em rádio, principalmente em jornais e revistas impressos, com respectivamente 0,9% e 0%. As redes sociais foram as plataformas que eles mais relataram se relacionar com os últimos acontecimentos da nossa sociedade, com 47,4% acessando o Twitter, 28,1% o Facebook e 33,3% o Instagram. Alguns dos entrevistados disseram também conferir estes acontecimentos com amigos, familiares e professores, com 22,8%, 14% e 8,8% respectivamente.

O consumo de notícias na internet pelos jovens ocorre de forma deliberada, enquanto navegam (PATTERSON, 2007). Esse hábito comprovado por este estudo é preocupante, já que as publicações na plataforma online seguem a lógica de algoritmos; ou seja, os conteúdos que aparecem nos feeds de notícias ou nos buscadores são personalizados de acordo com critérios mercadológicos ou de interesse do próprio usuário. Além disso, muitos internautas acabam por somente ler a manchetes que são compartilhadas. Dessa forma, o internauta fica limitado a acessar somente determinados conteúdos e a discutir apenas com pessoas que compartilham da mesma opinião dos fatos. Além disso, notícias falsas são disseminadas na rede sem que haja órgãos institucionais que as combatam.

A presença da família no consumo de veículos de comunicação tradicionais foi marcante. Dentre a maioria dos alunos nos grupos focais que disse assistir noticiários na televisão, por exemplo, os entrevistados relataram que fazem isso à noite, com os pais. Este veículo foi o que os entrevistados apontaram mais consumir notícias, se somados os que disseram fazer isso “todos os dias”, “todas as semanas” e “raramente”. Metade dos alunos do Parobé, no entanto, afirmou também ligar a televisão de manhã para conferir a previsão do tempo, três deles antes de ir trabalhar. Já a maioria dos que disseram escutar notícias no rádio, o fazem durante deslocamentos de carro com a família.

Portanto, em relação à questão sobre como esses jovens se informam, podemos dizer que é majoritariamente pelas redes sociais. Parte dos adolescentes durante os grupos focais relataram que acordam e já pegam o celular para conferir o

que está sendo discutido nos assuntos mais comentados do Twitter, o chamado top trends, por exemplo. Caso eles sintam a necessidade de confirmar alguma informação que eles viram em alguma destas plataformas, eles entram em algum site de notícias, ligam a televisão ou conversam com amigos, familiares e professores.

Durante a análise, confirmamos o que Doretto (2010) já havia verificado: os adolescentes modificaram a sua percepção do que é notícia. Para eles, toda informação nova, independente do meio ou emissor, que tenha caráter inédito ou recente, é considerado notícia. Ou seja, basta algum acontecimento ser publicado nas redes sociais ou contado por alguém, que esta geração já a considera um acontecimento relevante. O jovem atualmente está mais preocupado a entender e a atuar em situações que o impacta diretamente.

Quando pedimos para que os adolescentes citassem três notícias que eles haviam acompanhado recentemente, o tipo de assunto mais lembrado foram os segmentados, como esportes, famosos e culturais. Isso demonstra o interesse deles nos conteúdos mais *softs*. Dentre os acontecimentos individuais mais citados, no entanto, estavam em discussão no momento no espaço público e eram relacionados à política. São eles: os vazamentos de óleo em praias brasileiras, a expectativa do ex-presidente Lula ser solto após a proibição da prisão em segunda instância pelo STF e o fato do porteiro do Bolsonaro ter afirmado em depoimento à polícia que ele teria autorizado a entrada de um dos suspeitos de ter matado Marielle antes do crime.

O número de “notícias” citadas cujo assunto era vago, também foram altas. As notícias que apresentavam erro de entendimento ou que eram antigas foram as menos detectadas, porém esses números também devem ser levados em conta, principalmente no colégio público, cujos alunos demonstraram estar mais confusos com as informações. Através desses dados, podemos verificar que a compreensão das notícias pelos adolescentes pode ser limitada. Para fazer esta afirmação porém, seria necessária uma pesquisa mais aprofundada, que analisasse a compreensão cognitiva dos conteúdos jornalísticos pelos adolescentes e quais os assuntos que eles possuem mais dificuldade de entendimento.

Os entrevistados se manifestaram estar insatisfeitos com práticas e modelos adotados pela imprensa. Eles relataram que alguns programas são sensacionalistas demais e que há notícias cuja construção expõe preconceitos ou que são

tendenciosas. Alguns deles também defenderam que os profissionais da mídia devem adotar uma linguagem mais acessível e que devem ser imparciais - ou pelo menos diferenciar o que é informação e o que é opinião. O fato é que esta geração está cansada do modelo atual de jornalismo, e as empresas jornalísticas, para não perder esse público, precisaria urgentemente adotar um novo tipo de comunicação, mais honesta e que saiba trabalhar melhor com as novas mídias. Para Buckingham (2006, p.120), a imprensa deve se adequar às novas tecnologias, sem deixar o seu papel social comprometido ao tentar cativar as gerações mais novas:

O jornalismo certamente tem muito a aprender com os gêneros que conseguem com sucesso atrair o público jovem, como os videocliques e os programas de entrevista. Obviamente, tais enfoques podem ser uma receita de superficialidade, mas podem também oferecer formas novas para que o jornalismo cumpra sua missão tradicional de educar e informar – uma missão que hoje está muito longe de ser cumprida adequadamente.

Ainda para o autor, os jornalistas devem mostrar ao público como as notícias se relacionam com seu cotidiano:

Precisam ser feitos esforços muito maiores, não apenas para explicar as causas e o contexto dos fatos noticiados, mas também para permitir que os espectadores percebam a relevância daqueles fatos para sua vida diária. As notícias não podem mais ficar confinadas às palavras e aos atos dos poderosos, ou aos discursos estreitos e elitistas que dominam atualmente a esfera pública e o debate político. (BUCKINGHAM, 2006, p.120)

Mesmo que o jornalismo consiga superar essas questões, contudo, de nada será efetivo para atrair este público se a sociedade continuar não educando as crianças e adolescentes a participarem do espaço público como cidadão que são. Durante as entrevistas focais, a maioria dos jovens disse não debater os últimos acontecimentos com a família por dois motivos: ou porque os pais também não se interessavam, ou porque possuem opiniões divergentes e as discussões acabam por ser desconstrutivas, como se apenas tivesse uma verdade a ser relatada. Vivemos em um momento que ter a razão em uma conversa é mais importante do que a “verdade” dos fatos. A intolerância passou a ser um valor adotado pelas comunidades, principalmente nas redes sociais.

A instituição escolar, por sua vez, pela experiência dos entrevistados, parece não estimular atualmente o debate dentro das salas de aula tanto quanto deveria. Os professores estão cada vez mais monitorados, principalmente pelos pais, que afirmam que o fato deles exporem as suas opiniões significa estarem fazendo uma “doutrinação ideológica”. Além disso, alguns dos estudantes, principalmente os do colégio particular, relatam sentir falta de aprender questões além do conteúdo curricular, que seriam fundamentais para eles entenderem algumas notícias.

7 BIBLIOGRAFIA

- ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**. São Paulo: Cia das Letras, 2008.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BASTOS, Helder. A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. Estudos em Jornalismo e Mídia. v. 9, n. 2. Florianópolis: UFSC, 2012.
- BELL, Emily J.; OWEN, Taylor; BROWN, Peter D.; HAUKA, Codi; RASHIDIAN, Nushin. **A Imprensa Nas Plataformas: Como O Vale Silício Reestruturou o Jornalismo**. Revista de Jornalismo ESPM (p. 49- 83). Edição Brasileira da Columbia Journalism Review, 2018. Acessado em: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8D79PWH>
- BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.
- BEN_____. **Changing citizenship in the digital age**. Civic Life Online: Learning how digital media can engage youth (p. 1-24). Cambridge, MA: MIT Press, 2008.
- BENNETT, W. L. **Civic learning in changing democracies: challenges for citizenship and civic education**. Paper presented at Annual Meeting of the American Political Science Association, Washington, DC, 2005.
- BROWN, M. **Abandoning the news** (p. 1-16). New York, NY: Carnegie Corporation, 2005.
- BRUNS, Axel. Gatekeeping, Gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. **Brazilian Journalism Research**. v. 7, n. 2. Brasília: SBPJOR , 2014.
- BUCKINGHAM, David. **The Making of Citizens**. Young People, News and Politics (v. 14). London: Routledge, 2000.
- BUC_____. **Crescer na Era das Mídias: após a morte da infância**. Tradução de Gilka Girardello e Isabel Orofino. Florianópolis, 2006.
- CANAVILHAS, José Messias. **WebJornalismo: Considerações Gerais Sobre Jornalismo na Web**. Portugal, Universidade da Beira Interior, 1999. Apresentação no I Congresso Ibérico de Comunicação.
- _____.(Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. ISBN 978-989-654-144-6 (pdf). Covilhã: Livros Labcom. 2014.
- CARPINI, M. X. D. Gen.com: Youth, Civic Engagement, and the New Information Environment. In: **Political Communication**, 2000, p. 341-349.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- _____. **O poder da identidade: A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- _____. **Redes de Indignação e de Esperança**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CORREIA, J. C. **O admirável mundo das notícias: teorias e métodos**. Covilhã: UBI/LabCom, 2011.

COSTA, Maria Eugênia Belczak. Grupo Focal. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

COSTERA MEIJER, Irene. **The paradox of popularity**: How young people experience the news. *Journalism Studies*, 2007. p. 96–116.

CUNHA, Isabel Ferin. **Análise dos media**. Coimbra: Imprensa da Universidade, 2012.

DAHLGREN, P. **The Internet, public spheres, and political communication**: dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22, 2005, p. 147-162.

DORETTO, Juliana. **‘Fala conosco!’**: o jornalismo infantil e a participação das crianças, em Portugal e no Brasil. Tese (Doutorado) – Universidade Nova de Lisboa, 2015.

_____. A mídia manipula quem tem cabeça fechada: Adolescentes periféricos e a crítica ao jornalismo. **Estudo em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis, Santa Catarina, 2019. DOI: 10.5007/1984-6924.2019v16n1p66

FLICK, U. Grupos focais. In: FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GATTI, B. A. **Grupo focal na pesquisa em Ciências Sociais e Humanas**. Grupo focal na pesquisa em Ciências Sociais e Humanas. Brasília: Liber Livro, 2005.

GILLMOR., Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Presença, 2005.

HEAD, A.J; WIHBEY, J; METAXAS, P.T; MACMILLAN, M; COHEN, D. **How students engage with news**: Five takeaways for educators, journalists, and librarians. *Project information literacy*, 2018. Acessado em: <http://search.ebscohost.com.proxy.lib.utk.edu:90/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=ED591128&scope=site>

JONES, A. **Losing the News**: The Future of the News That Feeds Democracy. New York: Oxford University Press, 2008.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir. Porto: Porto Editora, 2004.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

LLORENTE, José Antonio. A era da pós-verdade: realidade versus percepção. **Revista Uno**, São Paulo, v. 27, p. 9-29, 2017.

MALINI, Fábio e ANTOUN, Henrique. **A Internet e a rua** - Ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARCHI, R. With Facebook, Blogs, and Fake News, Teens Reject Journalistic “Objectivity”. In: **Journal of Communication Inquiry**, v. 36, n. 3, 2012, p. 246–262. MCCOMBS, M. e SHAW, D.L. The Agenda-Setting Function of Mass Media, *Public Opinion Quarterly*. 36(2), Oxford, University Press, 1972, p. 176-187.

MINDICH, D. Tuned Out – **Why Americans Under 40 Don't Watch the News**. New York: Oxford University Press, 2005.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 164-179.

ULTON, H. "Print news as narrative". In: FULTON, H. (ORG). **Narrative and Media**. Cambridge: Cambridge University Press, 2005, p. 218-244.

PARK, Robert. As notícias como uma forma de conhecimento: um capítulo na sociologia do conhecimento. In ESTEVES, J.P (ed). **Comunicação e Sociedade**. Lisboa: Horizonte, 2002.

_____. A história natural do jornal. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (org.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. v. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. In: **UNIREvista**, v. 1, n. 3, jul. 2006.

PATTERSON, T. **Young People and News: A Report from the Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy**. John F. Kennedy School of Government, Harvard University, 2007. Acessado em: http://www.hks.harvard.edu/presspol/research/carnegie-knight/young_people_and_news_2007.pdf

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

AEYMAECKERS, K. Newspapers Editors in Search of Young Readers: Content and Layout Strategies to Win New Readers. **Journalism Studies**, 5, 2, 221-232., 2004. (DOI: 10.1080/146167 004 200 0211195).

RAMOS, M. L. Televisão a cabo no Brasil: desestatização, re-privatização e controle público. In: CAPARELLI, S. et al. **Enfim sós: a nova televisão no Cone Sul**. Porto Alegre: L&PM, 1999.

REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo: o que dizem veículos, jornalistas e leitores**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Porto Alegre: UFRGS, 2016.

ROSA, M.V.F.P.C; ARNOLDO, M.A.G.C. **A Entrevista na Pesquisa Qualitativa: mecanismos para validação de resultados**. Belo Horizonte: 2008.

SAAD CORRÊA, Elizabeth; LIMA, Marcelo Coutinho. O impacto das mídias sociais nas empresas informativas, transformações no processo produtivo. In: BRITTOS, Valério. Cruz. (org.). **Digitalização e práticas sociais: modulações e alternativas do audiovisual**. São Leopoldo: Editora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2009.

STRÖMBÄCK, Jesper. **Four Phases of Mediatization**. An Analysis of the Mediatization of Politics, artigo apresentado na ICA Conference CIA em San Francisco, 2007.

SUNSTEIN, Cass. **Republic.com 2.0**. Princeton: University Press, 2007

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Insular, 2005.

TUBELLA, Imma. **Televisão e Internet na construção da identidade.** In: CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo. **A sociedade em rede: do conhecimento à ação política.** Imprensa Nacional: Casa da Moeda, 2005.

TUCHMAN, Gay. **Making news: a study in the construction of reality.** New York: The Free Press, 1978.

_____. **As notícias como uma realidade construída.** Media e Jornalismo, CIMJ, 2002. pp. 91- 102.

VAN DIJK, Teun. **Discourse and communication.** Brlin, New York: Walter de Gruyter, 1998.

_____. **Notícias e Conhecimento.** In: **Estudos em Jornalismo e Mídia.** v. II, n.2, 2005. p.13-29.

APÊNDICE A

Olá, muito obrigada pela sua participação. Este questionário faz parte de uma pesquisa quantitativa para Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de graduação em jornalismo na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). A autoria do estudo é de Laura Stamado Berrutti, sob a orientação da professora Dr^a Thais Furtado. A sua participação é opcional e garantimos o seu anonimato. O objetivo deste trabalho é verificar como os jovens estão consumindo informações e o que consideram ser notícia, principalmente após o surgimento da internet e das redes sociais.

Sua idade: _____

1. O que é notícia para você?

2. O que é jornalismo para você?

3. Dê um exemplo de veículo de jornalismo.

4. Como você se mantém atualizado dos últimos acontecimentos do Rio Grande do Sul, do País e do mundo? Você pode marcar mais de uma opção.

() Rádio () Televisão () Revistas () Jornal impresso () Sites de jornais ou revistas
 () Blogs () Youtube () Facebook () Instagram () Twitter () Whatsapp () Familiares
 () Professores () Em conversas presenciais com amigos () Outro.

Qual? _____

5. Se você marcou alguma opção da pergunta anterior, escreva em ordem de consumo (o número item número 1 representa o meio pelo qual você mais consome) e marque a frequência.

1- _____ () Todos os dias () Toda a semana () Raramente () Nunca
 2- _____ () Todos os dias () Toda a semana () Raramente () Nunca
 3- _____ () Todos os dias () Toda a semana () Raramente () Nunca
 4- _____ () Todos os dias () Toda a semana () Raramente () Nunca
 5- _____ () Todos os dias () Toda a semana () Raramente () Nunca

- 6- _____ () Todos os dias () Toda a semana () Raramente () Nunca
- 7- _____ () Todos os dias () Toda a semana () Raramente () Nunca
- 8- _____ () Todos os dias () Toda a semana () Raramente ()
Nunca
- 9- _____ () Todos os dias () Toda a semana () Raramente () Nunca
- 10- _____ () Todos os dias () Toda a semana () Raramente () Nunca
- 11- _____ () Todos os dias () Toda a semana () Raramente () Nunca
- 12- _____ () Todos os dias () Toda a semana () Raramente () Nunca

6. Qual o principal motivo que leva você a consumir notícias
() Influência da família () Porque a televisão ou o rádio ficam ligados em casa ou no carro
() Aparece na meu feed de notícias () Gosto de me manter atualizado () Sinto que estou
fazendo alguma coisa para a sociedade () Não gosto de consumir notícias () Outro.
Qual? _____

7. Cite os sites que você mais utiliza para se informar na internet:

8. Cite três notícias que você acompanhou recentemente:

9. Você acha que os canais tradicionais de comunicação (rádio, televisão, jornais -
impressos ou online) precisam mudar alguma coisa?

() Sim () Não

O que você pensa a respeito disso?

10. Você acha que há notícias difíceis de serem compreendidas?
() Sim () Não. Se sim, quais os assuntos que você sente mais dificuldade?

APÊNDICE B

- 1) O que é notícia para você?
- 2) Quais são os hábitos de consumo de informação de vocês?
- 3) Vocês assistem notícias em televisão?
- 4) Vocês escutam notícias em rádio?
- 5) Os pais de vocês comentam sobre as notícias com vocês? E os professores?
- 6) O que vocês pensam dos meios tradicionais de comunicação e do jornalismo atualmente?
- 7) Vocês acham que o que vocês aprendem no colégio preparam vocês para entender as notícias?
- 8) Muito se fala que a juventude “não é mais politizada e não quer saber mais de nada”. O que vocês pensam sobre isso?

APÊNDICE C

Consumo de plataformas	Rosário	Rosário %	Parobé	Parobé %	Total	%
Consumem rádio (Total)	24	42,1	17	29,8	41	36
Rádio (Todos os dias)	8	14	2	3,5	10	8,8
Rádio (Toda a semana)	12	21,1	7	12,3	19	16,7
Rádio (Raramente)	4	7	8	14	12	10,5
Rádio (Nunca)	33	57,9	40	70,2	73	64
Consumem televisão (Total)	44	77,2	45	78,9	89	78,1
Televisão (Todos os dias)	11	19,3	11	19,3	22	19,3
Televisão (Toda a semana)	21	36,8	25	43,9	46	40,4
Televisão (Raramente)	12	21,1	9	15,8	21	18,4
Televisão (Nunca)	13	22,8	12	21,1	25	21,9
				0	0	
Consumem revista (Total)	2	3,5	2	3,5	4	3,5
Revistas (Toda a semana)	1	1,8	2	3,5	3	2,6
Revistas (Raramente)	1	1,8	0	0	1	0,9
Revistas (Nunca)	55	96,5	55	96,5	110	96,5
Jornal Impresso (Total)	6	10,5	19	33,3	25	21,9
Jornal Impresso (Todos os dias)	0	0	1	1,8	1	0,9

Jornal Impresso (Toda a semana)	2	3,5	2	3,5	4	3,5
Jornal Impresso (Raramente)	4	7	16	28,1	20	17,5
Jornal Impresso (Nunca)	51	89,5	38	66,7	89	78,1
Sites (Total)	31	54,4	29	50,9	60	52,6
Sites (Todos os dias)	7	12,3	9	15,8	16	14
Sites (Toda a semana)	17	29,8	16	28,1	33	28,9
Sites (Raramente)	7	12,3	4	7	11	9,6
Sites (Nunca)	26	45,6	28	49,1	54	47,4
Blogs (Total)	3	5,3	9	15,8	12	10,5
Blogs (Todos os dias)	0	0	2	3,5	2	1,8
Blogs (Toda a semana)	2	3,5	3	5,3	5	4,4
Blogs (Raramente)	1	1,8	4	7	5	4,4
Blogs (Nunca)	54	94,7	48	84,2	102	89,5
Youtube (Total)	32	56,1	33	57,9	65	57
Youtube (Todos os dias)	8	14	8	14	16	14
Youtube (Toda a semana)	16	28,1	20	35,1	36	31,6
Youtube (Raramente)	8	14	5	8,8	13	11,4
Youtube (Nunca)	25	43,9	24	42,1	49	43
				0		
Facebook (Total)	14	24,6	35	61,4	49	43
Facebook (Todos os dias)	5	8,8	27	47,4	32	28,1

Facebook (Toda a semana)	5	8,8	4	7	9	7,9
Facebook (Raramente)	4	7	4	7	8	7
Facebook (Nunca)	43	75,4	22	38,6	65	57
Instagram (Total)	33	57,9	27	47,4	60	52,6
Instagram (Todos os dias)	19	33,3	19	33,3	38	33,3
Instagram (Toda a semana)	11	19,3	5	8,8	16	14
Instagram (Raramente)	3	5,3	3	5,3	6	5,3
Instagram (Nunca)	24	42,1	30	52,6	54	47,4
Twitter (Total)	44	77,2	31	54,4	75	65,8
Twitter (Todos os dias)	35	61,4	19	33,3	54	47,4
Twitter (Toda a semana)	7	12,3	9	15,8	16	14
Twitter (Raramente)	2	3,5	3	5,3	5	4,4
Twitter (Nunca)	13	22,8	26	45,6	39	34,2
Whatsapp (Total)	31	54,4	11	19,3	42	36,8
Whatsapp (Todos os dias)	8	14	6	10,5	14	12,3
Whatsapp (Toda a semana)	10	17,5	2	3,5	12	10,5
Whatsapp (Raramente)	3	5,3	3	5,3	6	5,3
Whatsapp (Nunca)	36	63,2	46	80,7	82	71,9
Familiares (Total)	30	52,6	26	45,6	56	49,1

Familiares (Todos os dias)	6	10,5	10	17,5	16	14
Familiares (Toda a semana)	20	35,1	12	21,1	32	28,1
Familiares (Raramente)	4	7	4	7	8	7
Familiares(Nunca)	27	47,4	31	54,4	58	50,9
Professores (Total)	30	52,6	39	68,4	69	60,5
Professores (Todos os dias)	4	7	6	10,5	10	8,8
Professores (Toda a semana)	18	31,6	27	47,4	45	39,5
Professores (Raramente)	8	14	6	10,5	14	12,3
Professores (Nunca)	27	47,4	18	31,6	45	39,5
Amigos (Total)	34	59,6	33	57,9	67	58,8
Amigos (Todos os dias)	11	19,3	15	26,3	26	22,8
Amigos (Toda a semana)	19	33,3	14	24,6	33	28,9
Amigos (Raramente)	4	7	4	7	8	7
Amigos (Nunca)	23	40,4	24	42,1	47	41,2

Motivo de consumo	Rosário	Rosário %	Parobé	Parobé%	Total	Total%
Influência da Família	10	17,5	9	15,8	19	16,7
Televisão e rádio ficam ligados	25	43,9	21	36,8	46	40,4
Aparece no feed de notícias	39	68,4	32	56,1	71	62,3
Gosto de me manter	42	73,7	33	57,9	75	65,8

atualizado						
Sinto que estou fazendo alguma coisa pela sociedade	12	21,1	5	8,8	17	14,9
Não gosto de consumir notícias	0	0	0	0	0	0
Recebe notificação de app e se interessa pela manchete	1	1,8	0	0	1	0,9
Faz sentir que está conectado com o mundo	1	1,8	0	0	1	0,9
Não quero ficar para trás e comparação do resto da sociedade	0	0	1	1,8	1	0,9
Ter o que conversar com as pessoas	0	0	1	1,8	1	0,9
Saber o que escrever na redação do ENEM	0	0	1	1,8	1	0,9
Para ficar bem informado	0	0	1	1,8	1	0,9
Curiosidade sobre determinados assuntos	0	0	1	1,8	1	0,9
Ter mais conhecimento	0	0	1	1,8	1	0,9

Quantas "notícias" os entrevistados citaram?	Rosário	Rosário%	Parobé	Parobé%	Total	Total%
3	52	91,2	46	80,7	98	86

2	2	3,5	6	10,5	8	7
1	2	3,5	0	0	2	1,8
Nenhuma	1	1,8	5	8,8	6	5,3
Os canais tradicionais precisam mudar alguma coisa?	Rosário	Rosário%	Parobé	Parobé%	Total	Total%
SIM	37	64,9	34	59,6	71	62,3
NÃO	20	35,1	22	38,6	42	36,8
Não tem opinião sobre	0	0	1	1,8	1	0,9

Você acha que há notícias difíceis de serem compreendidas?	Rosário	Rosário%	Parobé	Parobé%	Total	Total%
SIM	34	59,6	33	57,9	67	58,8
NÃO	23	40,4	23	40,4	46	40,4
Não respondeu	0	0	1	1,8	1	0,9

Assuntos com mais dificuldade de compreensão	Rosário	Rosário%	Parobé	Parobé%	Total	Total%
Política e relações internacionais	25	43,9	23	40,4	48	42,1
Economia	11	19,3	8	14	19	16,7
Agronegócio	1	1,8	2	3,5	3	2,6
Juridico	6	10,5	0	0	6	5,3

Assuntos especializados	2	3,5	5	8,8	7	6,1
Notícias ambíguas para chamar a atenção	1	1,8	0	0	1	0,9
Científicos	2	3,5	2	3,5	4	3,5
Religião	0	0	1	1,8	1	0,9
Famosos	0	0	1	1,8	1	0,9

Sites mais acessados	Rosário	Rosário%	Parobé* 5 não resp.	Parobé%	Total	Total%
G1	26	45,6	34	59,6	60	52,6
Twitter	14	24,6	16	28,1	30	26,3
Zero Hora (Rosário repete em 2 Gaúcha)	8	14	1	1,8	9	7,9
BBC	7	12,3	0	0	7	6,1
Folha de SP	5	8,8	0	0	5	4,4
Google	4	7	7	12,3	11	9,6
globo.com	4	7	0	0	4	3,5
El país	4	7	0	0	4	3,5
Gaúcha	4	7	0	0	4	3,5
GauchaZH	3	5,3	2	3,5	5	4,4
Youtube	4	7	6	10,5	10	8,8
Veja	3	5,3	1	1,8	4	3,5
Facebook	3	5,3	11	19,3	14	12,3

O Globo	3	5,3	4	7	7	6,1
Estado de SP	3	5,3	0	0	3	2,6
UOL Notícias	2	3,5	0	0	2	1,8
Hugo Gloss	2	3,5	0	0	2	1,8
Terra	2	3,5	1	1,8	3	2,6
ClicRBS	2	3,5	1	1,8	3	2,6
Super Interessante	2	3,5	0	0	2	1,8
Reddit	3	5,3	0	0	3	2,6
Outros	1	1,8	0	0	1	0,9
O Povo Online	1	1,8	0	0	1	0,9
Galileu	1	1,8	0	0	1	0,9
Exame	1	1,8	0	0	1	0,9
Globosat	1	1,8	0	0	1	0,9
Capricho	1	1,8	2	3,5	3	2,6
CNN	1	1,8	2	3,5	3	2,6
Gazeta do Povo	1	1,8	0	0	1	0,9
Globo Esporte	1	1,8	0	0	1	0,9
Redes Sociais	1	1,8	0	0	1	0,9
The Intelligent Podcast	1	1,8	0	0	1	0,9
Wired	1	1,8	0	0	1	0,9
New Yorker	1	1,8	0	0	1	0,9
Nexo	1	1,8	0	0	1	0,9
Scientific American	1	1,8	0	0	1	0,9

Quebrando o Tabu	1	1,8	0	0	1	0,9
Globo News	1	1,8	0	0	1	0,9
Elopboard	1	1,8	0	0	1	0,9
Wikipédia	1	1,8	1	1,8	2	1,8
Tuttor Sport	1	1,8	0	0	1	0,9
Sites de jornais/revistas	1	1,8	0	0	1	0,9
BBC News Podcast	1	1,8	0	0	1	0,9
Internet Explorer	0	0	1	1,8	1	0,9
Gshow	0	0	4	7	4	3,5
Correio do Povo	0	0	2	3,5	2	1,8
Jovem Nerd	0	0	2	3,5	2	1,8
Omelete	0	0	2	3,5	2	1,8
Instagram	0	0	1	1,8	1	0,9
Whatsapp	0	0	5	8,8	5	4,4
Poa 24 horas	0	0	1	1,8	1	0,9
Você sabia?	0	0	2	3,5	2	1,8
Wikipédia	0	0	1	1,8	1	0,9
TecMundo	0	0	1	1,8	1	0,9
Guia do Estudante	0	0	2	3,5	2	1,8
Adrenaline	0	0	1	1,8	1	0,9
Char Digital	0	0	1	1,8	1	0,9
Canal Tech	0	0	2	3,5	2	1,8
Brasil 247	0	0	1	1,8	1	0,9

XXL	0	0	1	1,8	1	0,9
Thrasher	0	0	1	1,8	1	0,9
Critical Hits	0	0	1	1,8	1	0,9
Incrível	0	0	1	1,8	1	0,9
Infoescola	0	0	1	1,8	1	0,9
Brainly	0	0	1	1,8	1	0,9
League of Legends	0	0	1	1,8	1	0,9

Exemplos de veículos de comunicação citados pelos entrevistados	Rosário	Rosário%	Parobé	Parobé%	Total	Total%
Redes sociais	8	14	6	10,5	14	12,3
Jornal	26	45,6	18	31,6	44	38,6
Revista	8	14	2	3,5	10	8,8
Postais de jornais online	11	19,3	13	22,8	24	21,1
Rádio	11	19,3	11	19,3	22	19,3
Televisão	21	36,8	37	64,9	58	50,9
Internet	6	10,5	12	21,1	18	15,8
Panfleto	1	1,8	0	0	1	0,9
Aplicativo de jornal no celular	3	5,3	1	1,8	4	3,5
Mídia	1	1,8	0	0	1	0,9
Blog	1	1,8	0	0	1	0,9

Youtube	0	0	0	0	0	0
Google Notícias	0	0	1	1,8	1	0,9
Conversa com pessoas	0	0	1	1,8	1	0,9

Notícias dos alunos do Rosário	Vezes que repetiram	%
Vazamento petróleo no Nordeste	25	15,4
Processo de soltura do Lula	22	13,6
STF proibe prisão em 2ª Instância	17	10,5
Protestos Chile	7	4,3
Ameaça Eduardo Bolsonaro Ai 5	7	4,3
Ataque em escola de Carai (MG)	5	3,1
Repercussão ENEM	5	3,1
Queimadas Amazônia	4	2,5
Manifestação Hong Kong	4	2,5
Aprovação Reforma da Previdência	3	1,9
Nascimento filha Tatá	3	1,9
Bullying Mc Gui na Disney	3	1,9
Envolvimento do Bolsonaro no caso Marielle	3	1,9
Julgamento ex presidente Lula	2	1,2
Notícias porteiro do Bolsonaro	2	1,2
"Realizações da presidência brasileira"	1	0,6
"Bolsonaro escolhe dramaturgo que ofedeu Fernanda Montegro para ser o secretário da Cultura"	1	0,6

Harry Styles no Brasil	1	0,6
Brion J. Smith assume homossexualidade	1	0,6
Extravio dos arquivos dos suspeitos caso Marielle	1	0,6
Mudança da Secretaria da Cultura para o Ministério do Turismo	1	0,6
Liberação de condenados em segunda instância	1	0,6
Mudança na forma de aplicação do ENEM	1	0,6
Mudança da lei do governo na obrigação dos hospitais terem que relatar casos de abuso	1	0,6
Manifestação a favor da universidade pública	1	0,6
"Prisão" de Dilma	1	0,6
Filho de Adriana Esteves em foto	1	0,6
Criação de sapatilhas de cor negra	1	0,6
Mulher pós gravidez supera record de Bolt	1	0,6
"Últimas questões políticas do Brasil	1	0,6
Vitória Grêmio dia 7/11	1	0,6
Novo Ensino Médio	1	0,6
Arrascaeta fora do jogo	1	0,6
Queda prédio Fortaleza	1	0,6
Voto de Bolsonaro na ONU	1	0,6
Suspeita de navio venezuelano derramar pretróleo no Brasil	1	0,6
Extermínio abelhas agrotóxico	1	0,6
Brexit	1	0,6
Produtos ilegais camelódromo	1	0,6
Menina desapareceu após Enem	1	0,6

Acordos comercial Brasil-União Européia	1	0,6
"Situação do governo EUA"	1	0,6
Conflito com morte Curdos e Turcos	1	0,6
Eleições gerais Reino Unidos	1	0,6
Crise na Bolívia	1	0,6
Participação brasileira em porto estadunidense em Cuba	1	0,6
Conflito na Palestina	1	0,6
Guerra Comercial EUAXChina	1	0,6
Coreia do Sul deporta 2 para a Coreia do Norte	1	0,6
Variação dolar	1	0,6
Crise Venezuela	1	0,6
Desempenho do basquetebolista giannis antetokounmpo	1	0,6
Taubaté ganha Cruzeiro	1	0,6
Skin vitoriosa para quem é gold 4 no lol	1	0,6
"Drama" de Bolsonaro após matéria da Globo	1	0,6
Polêmica Augusto Nunes e Glenn Greemwold	1	0,6
Permanência Grêmio no G-4	1	0,6
Agressão Rádio Bandeirantes	1	0,6
Caso racismo no programa "A Fazenda"	1	0,6
Sáida Gui Araujo do "De férias com o ex"	1	0,6
Taubaté campeão no vôlei	1	0,6
Nacho Fernandes no Inter	1	0,6
Tiago Nunes anunciado no Corinthians	1	0,6
Balotelli vítima de racismo	1	0,6

Homem morreu vítima de um raio em Gravataí	1	0,6
--	---	-----

Notícias dos alunos do Parobé	Vezes que repetiram	%
Vazamento de óleo no mar do nordeste	18	12
"Novas informações sobre caso Marielle" "Citando Bolsonaro"	9	6
Queimadas Amazônia	8	5,3
Tema redação ENEM 2019	5	3,3
Prova ENEM	4	2,7
Nascimento filha de Tata e Rafael Vitti	3	2
Protestos no Chile	3	2
Envolvimento do Bolsonaro na morte de Marielle	3	2
Resultado do Grenal	2	1,3
MC Gui comete bullying com uma menina na Disney	2	1,3
Justin diagnosticado com doença rara	2	1,3
Vídeo "caneta azul, azul caneta"	2	1,3
Bolsonaro consultou o ENEM antes, para "autorizar"	2	1,3
Nível de violência em Porto Alegre	2	1,3
2019 foi o primeiro ano desde 2006 que não cai ditadura militar no Brasil no ENEM	2	1,3
Novidades Reforma da Previdência	2	1,3
Garota desclassificada do ENEM porque ajudou outro participante a encontrar a folha da redação a pedido do fiscal	2	1,3

Política no geral	2	1,3
Aperto de mãos entre presidentes das Coreias do Sul e do Norte	1	0,7
Envolvimento da Globo com política e corrupção	1	0,7
Viagem do presidente à Arábia Saudita	1	0,7
Parcelamento IPVA	1	0,7
Tragédia em Mariana	1	0,7
"Alguma notícia relacionada a motoristas"	1	0,7
Previsão do tempo de quarta e quinta	1	0,7
Pessoas não fizeram ENEM porque não conseguiram pegar o ônibus	1	0,7
Foto do buraco negro pode ter implicações na teoria da relatividade	1	0,7
"Tata Werneck está grávida?"	1	0,7
Filme Coringa se mantém na frente da bilheteria americana	1	0,7
Desastres naturais Brasil	1	0,7
Menina que fez a redação com o tema errado	1	0,7
"A morte do ator que morreu"	1	0,7
Presidente se posiciona sobre o derramamento de óleo nas praias do Brasil	1	0,7
Garota escreve redação do ENEM com uma frase na frente do caderno de respostas	1	0,7
Retorno de MyChemical	1	0,7
Sobre cosplay de anime	1	0,7
Músicas, como slipisnot	1	0,7
Famosos	1	0,7

Falecimentos de um cantor gaúcho	1	0,7
Possível alteração de provas no caso Marielle por Bolsonaro	1	0,7
Morador de comunidade perde prova ENEM	1	0,7
Esposa que descobriu cura para superbactéria	1	0,7
Resultado ENEM	1	0,7
Assassinato no condomínio do Bolsonaro	1	0,7
"Enturmação" dos colégios públicos	1	0,7
Corpos encontrados em um caminhão na Inglaterra	1	0,7
Impeachment do Trump	1	0,7
Homem que bateu em uma mulher no ônibus	1	0,7
"Bolsonaro fazendo merda"	1	0,7
Questionamento sobre o acesso às informações de Bolsonaro	1	0,7
Análise das médias dos candidatos do ENEM	1	0,7
Investigação das fotos da prova do ENEM que vazaram	1	0,7
Morte de Jorge Fernando	1	0,7
Acidente em Nova Prata	1	0,7
Diversos tiroteiros em favelas no Rio de Janeiro	1	0,7
Eduardo Bolsonaro falando sobre o ENEM	1	0,7
Homossexual agredindo mulher em um trem	1	0,7
Morte de Marielle	1	0,7
Discursos de Bolsonaro	1	0,7
Desaparecimento do Mota	1	0,7
Eminem fazendo apologia a violência contra a mulher	1	0,7

Briga da Anitta com a Ludmilla	1	0,7
Menina que perdeu cabelo andando de kart	1	0,7
Possível impeachment do Bolsonaro	1	0,7
Pagamento à vista do IPVA	1	0,7
Transporte escolar confirmado para cursos	1	0,7
"Fim das nossas áreas de escolas	1	0,7
Envolvimento do nosso presidente em um assassinato	1	0,7
Mudança de técnico no Corinthians	1	0,7
Transferência do Marcola para um presídio federal	1	0,7
"Caco policial de Tekachi 69"	1	0,7
Ligação de Bolsonaro com o suspeito da morte de Marielle	1	0,7
Reportagens sobre abuso sexual	1	0,7
Cultura coreana	1	0,7
Informações sobre o curso de direito	1	0,7
Bolsonaro xingando a TV Globo	1	0,7
Ludmilla ganha prêmio de melhor cantora na MTV	1	0,7
Robert Pattinson já começou a estudar roteiro para Batman	1	0,7
A nova animação de Superman já tem data de estreia	1	0,7
Blizzard lançou o primeiro trailer de Diablo IV	1	0,7
Intervenção do Estado no prédio esqueletão em Porto Alegre	1	0,7
Novo acordo EUA e China	1	0,7
"EUA fora de acordo de poder"	1	0,7

Menina com sonambulismo caiu de um prédio	1	0,7
Influência militar nas escolas públicas	1	0,7
Comércio de matéria prima do Brasil para a China	1	0,7
Temporal em Porto Alegre	1	0,7
Cidades com menos de 5 mil habitantes serão extintas	1	0,7
Discurso de Bolsonaro na ONU	1	0,7
Eduardo Bolsonaro cita a AI-5	1	0,7
Estados Unidos fora do acordo de Paris	1	0,7
Tinha uma bomba no estúdio que a Angelina Julie estava	1	0,7
Polêmica no colégio por causa da fantasia de dois estudantes	1	0,7
Polêmica no programa A Fazenda	1	0,7
Cachorro fica cego por causa de fogos de artifício	1	0,7

APÊNDICE D

Entrevista focal Rosário

1) O que vocês consideram notícia? O que é notícia para vocês?

Participante A: Notícia é o meio pelo qual nós usamos para nos informarmos das atualidades, das coisas que estão acontecendo no mundo e para a gente não ficar ignorante com as coisas que acontecem no Brasil, no nosso país e tal. Se a gente quer falar de alguma coisa, a gente tem que saber sobre o que se trata. E a notícia é o meio que nos ajuda a saber das coisas.

Participante B: Eu acho que a notícia é o “perfato” que pode ser veiculado em qualquer um dos meios, meio virtual, meio impresso, que é um meio que está caindo um pouco de audiência, mas eu acho que é qualquer fato que tu noticia e coloca em um lugar onde as pessoas possam ver. Eu acho que é basicamente isso.

Participante C: Notícia para mim é o meio que a população usa para se informar de acontecimentos que “tão” na atualidade. É realmente informar a população do que está acontecendo.

Participante D: É o que eu coloquei no questionário, notícia para mim não é necessariamente algo profissionalizado, que é veiculado em um meio formal ou algo do tipo assim. Para mim, o (nome do participante C) que está aqui do meu lado pode, enfim, pode escrever uma publicação no Twitter sobre algum fato que aconteceu tipo “a que chato que aconteceu isso em Minas Gerais lá, o atentado na escola” e, a partir disso eu vou buscar uma fonte de jornalismo mais confiável, mas a notícia em si pode ser qualquer veiculação do fato informal, não necessariamente um meio profissionalizado para isso.

Participante E: É, eu acho que notícias é um conjunto de informações sobre um determinado fato que eu desconhecia antes. É uma forma de ficar atualizado do que está acontecendo.

Participante F: É, para mim notícia é mais ou menos o que o (nome do participante E) disse. Mas para mim, notícia pode ser sobre qualquer fato que a sociedade considera relevante, não precisa ser só algo da atualidade ou algo de política. Eu acho que notícia pode ser sobre qualquer coisa que a gente queira saber sobre.

Participante G: Eu acho que é bem isso que eles falaram, qualquer um pode fazer uma notícia. Eu vejo mais uma notícia sobre algo atual que as pessoas ficaram sabendo. Porque normalmente eu vejo uma notícia como “ó meu deus aconteceu isso” sabe, não só um fato, uma coisa para ser olhada sabe?

Participante H: Eu acho que é basicamente isso que eles já falaram, que tipo, notícia é uma informação nova, uma novidade, que é veiculada independente de ser informal, tipo, tu ficar sabendo por um amigo, por um familiar, ou por jornais, mas é um jeito de se informar. Seja pelo o que está acontecendo no teu redor no mundo, no teu estado ou na tua cidade ou também, tipo, sei lá, na tua bolha. Ai, aqui entre os meus amigos uma notícia que fulaninho fez alguma coisa diferente. Ah, é uma notícia assim sabe, é uma novidade e tipo, tem certa relevância sabe. Não vai falar qualquer coisa que não tenha alguma relevância. Eu acho que é basicamente isso. É para informar as pessoas basicamente do que está acontecendo. Se não as pessoas vão ficar alienadas do que se trata e é isso.

2) Então alguém de vocês acha que notícia é só aquilo que o jornalista publica?

Silêncio

3) Então todo mundo acha nesta sala que notícia é qualquer informação relevante publicada? Então vocês podem fazer notícia?

Todos concordam.

4) E qual é o hábito de vocês de consumo de informação? Vamos fazer uma primeira pergunta então. Alguém de vocês lê jornal impresso?

Disseram que não e riram.

5) Alguém de vocês escuta rádio?

Participante A: Quando está ligado.

Participante B: Quando estou no carro

Participante C: É, quando estou no carro.

Participante D: No carro

Participante E: Não

Participante F: No carro

Participante G: Todos os dias a minha mãe liga a rádio. Por causa da minha mãe

Participante H: É, no carro também. Estou indo para o colégio e a minha mãe liga o carro.

6) E televisão?

Participante A: Quando ela está ligada e eu estou na sala.

Participante B: É quase a mesma coisa.

Participante C: Sempre que está passando o jornal.

Intervenção da mediadora: Mas “tu liga”?

Participante C: Só este ano, por causa do ENEM.

Todos riram.

Participante D: Eu também, só porque está ligada

Participante E: Também não.

Participante F: Eu vejo jornal às dez e pouco com os meus pais por causa da janta e a gente acaba discutindo as coisas. Mas é sempre este horário, o resto eu nunca vejo.

Participante G: Eu acabo olhando televisão quando eu acabo vendo uma notícia em outro lugar. Tipo, eu vejo a notícia no Twitter, por exemplo. Ontem foi isso, eu falei “bá, vai ter o negócio do STF, de liberação da lei e não sei o que. A minha mãe já foi lá ligando a televisão e disse que não está acontecendo nada na TV. E eu disse: “bá mãe, acabei de receber isso no Twitter, tipo, não vai chegar isso direto na TV sabe. Mas eu só vou ligar a televisão quando está acontecendo alguma coisa. Ou quando a minha mãe liga assim, para ela é mais viável.

Participante H: É, geralmente os meus pais ligam a TV assim nas refeições e eu acabo ouvindo. Mas é difícil eu pegar e ligar por livre espontânea vontade, “bá, vou ver jornal agora”. Tá ligado e eu acabo assistindo sabe. Tipo, eu ouço, tô passando eu pela sala e se é algo que me interessa eu paro para ver.

7) E os pais de vocês comentam muitas notícias, vocês acabam descobrindo os últimos acontecimentos pelo o que os pais de vocês falam para vocês?

Participante A: Mais por outros lugares, mas também, eles falam bastante sim.

Participante B: Pode-se dizer que sim, a minha vó me manda muitas notícias. Sempre que eu vou lá a minha vó quer discutir o que está acontecendo no Brasil, sempre que eu vou lá a minha vó acaba me “jogando” muitas notícias.

Participante C: Eu acho que muitas vezes eu que acabo informando os meus pais, mais pela nossa rapidez pelo meio da internet. Acaba que a gente está mais informado de algumas coisas.

Participante D: Para mim não é o meio principal, mas acho que tem esta troca também.

Participante E: É, para mim também, não é o meio principal, mas...

Participante F: Eles não chegam a me informar, acho que a gente sabe ao mesmo tempo e quando chega de noite, a gente acaba debatendo sobre o assunto, mas eles quase nunca me informam, mas a gente discute o assunto. Então tem bastante diálogo. Mas o algo que eu sei, é pela internet assim, os sites que eu vejo, daí eu comento com eles, a gente discute e eles já sabem, porque o meu pai lê muito jornal de manhã, então ele acaba sempre sabendo antes de mim das coisas. Daí ele acaba não falando e a gente discute sempre na hora da janta. É um diálogo assim.

Participante G: Eu só fico sabendo mais de coisas regionais assim. O meu pai trabalha no setor público e ele me conta coisas de Porto Alegre assim. É bem o que eles falaram assim, muitas vezes a gente informa mais do que eles nos informam assim, porque a gente tem essa coisa da velocidade da informação.

Participante H: É, eu geralmente, sei lá, todos os dias vejo as manchetes tipo no Twitter e em outra rede social, e aí de noite eu acabo falando com os meus pais. O meu pai é jornalista e então geralmente ele sabe bastante informação e ele acaba transmitindo a mesma informação que eu já tinha visto, só que com mais detalhes, porque eu não paro para ler a reportagem inteira. Eu vejo a manchete e o resumo, não tudo o que está escrito, e ele acaba falando. E é isso, a minha mãe também acaba falando bastante.

8) Vocês falaram bastante em rede sociais, como é a rotina de vocês: Vocês já acordam e já acessam?

Participante A: A primeira coisa que eu faço é acordar e olhar o Twitter. Tipo, quando eu vejo uma notícia eu não vejo o pessoal comentando a notícia, daí eu vejo ela em um site. Eu encontro as notícias primeiro no Twitter.

Participante B: Ah, eu não olho muito pela rede social, eu vejo mais pelo Youtube e é mais notícias ligadas ao esporte. Mas as vezes eu vejo no Facebook, aparece umas manchetes e dou uma olhada.

Participante C: A primeira coisa que eu olho é o Twitter e daí eu olho as coisas mais comentadas. E daí eu procuro mais a fundo, para saber o que está acontecendo.

Participante D: Eu também, para pegar mais informação, a primeira coisa que eu olho no começo do dia é o Twitter, e também logo que vejo ali, seja uma pessoa comentando, seja uma manchete de uma página mais séria ou não, acabo por verificar em um site mais “credibilizado” assim.

Participante E: A mesma coisa. Abro o Twitter primeiro e só mais tarde eu vou procurar para ter certeza do que eu vi.

Participante F: Eu não tenho Twitter, eu não sei muito sobre isso, mas eu sigo no instagram muitas páginas de notícias. Eu abro o Instagram e aparece vários: o G1, BBC, estas coisas assim. Mas eu não faço ideia de como se mexe no Twitter.

Participante G: Eu também, eu acordo e às vezes tem um amigo meu dizendo “olha o Twitter”. Hoje eu acordei com alguém “ó meu deus, hoje tem o treco do Lula”. Então é sempre assim, tipo, a minha maior fonte de notícias rápidas é o Twitter. E se tiver no Twitter, vai ter no insta e vai ter face. Então tudo está interligado.

Participante H: Para mim também, o Twitter é a primeira coisa que eu abro e se tiver alguma pessoa comentando a respeito, eu procuro em sites mais confiáveis para ver se tem credibilidade aquela informação. E também, às vezes, tipo, se o site tem o verificadinho assim sabe, do oficial, acabo vendo por ali.

9) Vocês falaram bastante sobre credibilidade, né gente. A gente está em uma era que a *fake news* está em voga. Vocês acreditam em todas as informações e o que vocês acham sobre elas?

Participante A: Quando eu vejo uma notícia no Twitter e eu vejo os comentários... Eu não posso ir pelos comentários, porque meu Deus, tem cada coisa que a gente lê. Se eu for pelas pessoas, vai ter muitas opiniões e vai ter muitos jeitos que elas

vão falar sobre o que aconteceu. Então eu tento procurar um canal de notícia mais confiável, às vezes eu pergunto para os meus pais se estão sabendo de alguma coisa e quando eu chego na escola também pergunto e vejo o que os meus amigos estão falando. Eu não acredito em tudo que eu vejo no Twitter obviamente, mas também é ali onde eu vejo primeiro. Então eu vejo e tá, vou procurar.

Participante B: É, eu acho que *fake news* é o grande problema da atualidade. E também é um dilema sempre, principalmente quando a notícia é mais polêmica, que aponte alguma questão mais complicada. Eu procuro procurar em mais meios, mas eu sempre acabo me deparando com coisas completamente distintas, então cabe ou tu acreditar em um ou encontrar um meio termo. É muito complicado nos dias de hoje, ainda mais com a polarização dos meios de comunicação. É o que eu acho.

Participante C: Eu procuro mais de um site normalmente para ver se as informações são corretas porque a fragilidade das pessoas em acreditar sempre no que vem primeiro assim acaba propagando com que isso aconteça mais vezes. Divulgar aquilo achando que é certo. E procuro também me comunicar com amigos e pessoas mais próximas e perguntar o que acham e ver se aquilo realmente aconteceu, se está certo assim.

Participante D: Eu tenho assim, seja em qualquer esfera. Seja as notícias da nossa esfera aqui do colégio e da nossa esfera de amigos, ou qualquer notícia do mundo assim. Se é algo nosso, do nosso dia a dia, eu procuro confirmar com amigos. Se não, independentemente de onde eu vejo a notícia, a primeira coisa que eu faço é jogar no Google e ver os diferentes resultados. Assim porque daqui a pouco a data, talvez uma notícia de uma notícia de outra data também tenha sido repostada, republicada, para não achar que é recente. O meu reflexo é jogar no Google e ver o que os diferentes sites estão falando sobre o assunto

Participante E: O meu processo é bem parecido com a (nome da participante A). Primeiro eu abro o Twitter e depois eu coloco no Google. Quando chego na escola, vou conversar com as pessoas que já sabem sobre o assunto. Normalmente tem uma ou duas opiniões diferentes e a gente chega a alguma conclusão junto assim.

Participante F: Eu acho que as pessoas atualmente tão acreditando muito em qualquer notícia que elas recebem. Eu, por exemplo, ontem que o STF proibiu a prisão em segunda instância. Eu olhei primeiro no Instagram que apareceu e eu olhei quem é que tinha votado a favor e daí eu vi o nome de um deles daí eu tinha achado estranho que uma pessoa tinha votado a favor e quando eu entrei mesmo

no Google e eu pesquisei eu vi que essa pessoa não tinha votado daí eu vi que as informações não eram totalmente corretas. Às vezes, eu acho que as pessoas colocam nas redes sociais as notícias que elas querem. Então às vezes tu pode ver uma notícia no ponto de vista da pessoa que publicou e, às vezes, não é exatamente aquilo assim. Então às vezes eu tento ver em vários outros sites para ver se é exatamente aquilo assim. Às vezes tu olha, dá credibilidade àquilo, acredita naquilo e não é. A gente tem que cuidar muito.

Participante G: Se a gente parte do fato de que uma notícia pode ser feita por qualquer um, isso quer dizer que pode ter a opinião dela junto. Então, é aquela coisa, quando a gente lê uma notícia, a primeira coisa que a gente lê é aquele título, ela está vindo de um conhecimento básico de seus valores. Então é aquela coisa né, se tu olha o que uma pessoa fala, tu fica “bá isso claramente que é mentira”, mas para outras pessoas, pode não ser porque esta pessoa veicula por estes mesmos ideais. E ela acredita que o que essa pessoa falou é verdade, então é aí que começa a entrar a *fake news*. As pessoas começam a acreditar numa figura e não buscam sobre. E quando elas buscam sobre, e veem alguma coisa que é diferente, elas dizem “isso veicula com ideais de outras pessoas”. Elas não veem com os fatos em si. A polarização ajuda muito isso, assim, de tu não saber onde acreditar.

Participante H: Eu acho que as *fake news* são um problema na verdade por quê porque as pessoas acabam acreditando nas primeiras coisas que olham tipo “ai recebi um link no whats, minha mãe mandou e a minha mãe não vai mentir para mim então tá certo” aí não acaba procurando outro sites para ver se tem sentido naquilo. Na maioria das vezes, as *fake news* estão defendendo algum interesse, tem algum motivo por trás. Ou disseminar uma informação falsa para atingir outras pessoas como nós vimos nas eleições do ano passado ou também interesse próprio da pessoa. Então é isso, eu acho importante conferir vários sites, as fontes, para ver se tem credibilidade. E é muito difícil, quando falamos de parcialidade sabe. Por mais que tem que ser neutro, assim tu vai pegar a mesma notícia para ler na Veja e na Carta e tu sabe que vai ser abordado de uma maneira diferente, não vai ser necessariamente ressaltando os mesmos aspectos. Então eu acho que tem muito disso. Nós temos que procurar nos informar por fontes confiáveis, não por qualquer link que nos mandam no Whatsapp. Tem que sempre tentar ver os dois lados da história. Como falou a (nome da participante F), se aquela pessoa não faz sentido ter votado e não tem coerência isso que tá sendo falado nesta notícia, então temos

que procurar se desconfiamos de uma informação. Temos que ver a notícia em vários sites.

10) Vocês falaram bastante que concordam que notícia não é necessariamente aquilo que o jornalista fez, mas, ao mesmo tempo, neste momento de fakenews, vocês comentaram bastante também as diferentes visões entre empresas. O que vocês acham que seja o papel do jornalismo neste período?

Participante B: Eu acho que a função do jornalista seria simplesmente veicular o fato aquele que foi verídico, mas como nos dias de hoje, como falamos anteriormente, temos muito mais parcialidade, então está tendo uma desconstrução neste quesito. Mas é quase impossível veicular uma coisa muito polêmico sem parcialidade. O mesmo fato pode ser compreendido de formas diferentes, então cabe ao próprio jornalista poder dar um pouco da opinião do jornalista, desde que ele deixe explícito, como os colunistas fazem. Eu particularmente gosto de ler algumas colunas e eles dão a opinião deles dizendo o porquê, não simplesmente jogando um fato como se fosse verdade.

Participante C: Eu acho que o jornalismo tem que mostrar as informações de um jeito imparcial. Mas como isso não tem como, porque para abordar um tema tu tem que falar um pouco do que tu acha dele. Mas tem que abordar com a menor marca de parcialidade possível.

Participante D: Eu acho muito importante a gente ver no Twitter, muitos jornalistas migrando, independentemente mesmo, por conta para veicular estas notícias e serem diferenciados da maioria pelo próprio Twitter mesmo, que eu acho que o fato deles estarem se flexibilizando para ir para as redes sociais também confere um caráter cada vez mais sério na notícia que é veiculada lá. É importante, porque não só a gente aqui, mas a maioria dos jovens é por onde a gente mais se informa. E acredito que também o jornalismo, ele, tipo, viva não só do número dos acessos, da audiência, mas sim também do modo como se veicula as informações de um jeito claro, objetivo e verossímil assim eu acho. É possível sim veicular informações sem colocar a tua opinião em cima, e mas se coloca também é importante dar espaço para que o teu interlocutor discordar de ti. Isso também é muito importante.

Participante E: Eu concordo bastante com o que o (nome do participante B) disse, mas como é impossível ser imparcial, acho que o jornalista deve noticiar um fato e

deixar bem clara qual é a sua opinião, para dar espaço para o público ler, olhar e discordar. Assim “tu consegue” ter acesso ao fato e a uma discussão.

Participante F: Eu acho que com as *fakes news* o jornalismo geral está ficando cada vez menos sério, ele está totalmente perdendo a credibilidade. Eu acho que as redes sociais em geral elas tiraram aquela coisa do jornalista assim “nossa eu vou ligar a TV e vou ver o William Bonner falando sobre coisas que realmente é verdade” e nas redes sociais todo mundo pode ser um jornalista entendeu. Então eu acho que ficou menos sério, ficou muito mais diluído toda esta situação. Eu acho que tem sim como veicular uma notícia pura, crua sem a tua opinião, porque tem vários ambientes para um jornalista botar opinião. Por exemplo, o (nome do integrante B) falou da coluna. Por exemplo, eu leio algumas e realmente acredito que dá para veicular uma notícia e colocar a sua opinião. Mas na hora do jornal, eu acho que tem que só ter a notícia crua, mas não colocar opinião.

Participante G: Se “tu parar” para pensar assim, da mesma forma que qualquer um pode ser um jornalista disseminando notícias na internet, a gente julga afu assim, determina o que é de direita ou de esquerda. Isso que a (nome da participante F) falou assim é muito real. Quando eu era mais nova, eu tinha a ideia que o jornalista que vai lá, procura informação e busca, sintetiza e fala sabe. Para mim era assim, mas se “tu parar” para pensar agora com a internet a gente tem a informação na mão. Eu acho que o jornalista que se destaca é aquele que consegue atingir as pessoas que não tem internet. Imagina, a maioria da população brasileira nem tem TV então elas conseguem ver o que elas veem na rua, que é TV ou jornal. Então é isso que vai alcançar. Então esta coisa de ser parcial, cara, é muito difícil, porque da mesma forma que a gente vê uma pessoa falando “ah o traficante foi lá e fez isso e aquilo” provavelmente este traficante é negro. Mas o “estudante de medicina que estava levando droga” não é traficante. Então é uma diferença, né? E é muito difícil ser imparcial também. Então isso que o (nome do participante B) falou de mostrar o fato que aconteceu cru e depois mostrar a tua opinião, tu dá o espaço do leitor diferenciar: “ah, isso é realmente a opinião do cara”, “ah, isso foi o que realmente aconteceu”. E tem muita diferença.

Participante H: É, eu acho que de tudo o que eles falaram, o mais importante é que o jornalista passe informação com o máximo com toda a veracidade possível, sabe. E é um fato, não tem opinião do cara porque foi o que realmente aconteceu, não vai ele mudar. Só que claro, vai ter um pouco de opinião porque é muito difícil ser

imparcial, tipo, às vezes tem como, em jornal escrito, mas em jornal “televisonado” se tem uma notícia sobre, sei lá, queimada da Amazônia, tu vai ver pela expressão do jornalista se ele está reprovando ou não aquilo sabe. Às vezes pela expressão facial, do jeito que a pessoa aborda aquilo não tem como ser 100% imparcial. E aí, eu acho que cabe então as informações serem veiculadas da notícia em si e da perspectiva em segundo plano, não como o mais importante. Como eles falaram, coluna é mais adequado para dar opinião sabe. Então, eu acho que é basicamente isso.

Participante A: O jornalista também é humano, então é muito difícil esconder. Se a gente for falar das notícias da queimada, o jornalista não vai ficar “uhu queimadas na Amazônia”, a gente vai ver que ele não vai estar gostando da situação e tal. Então eu acho que é difícil ser totalmente parcial, mas tem que tentar o máximo e deixar bem claro qual é a parte que ele está falando a tua opinião. Eu gostei do que o (nome do participante E) falou que ele pode propor a discussão. “Então tá, este é o fato, é o real, mas ele está pensando por este jeito”. Eu acho que falta isso.

11) Gente, podem abrir o coração de vocês: O que vocês acham do jornalismo agora, vocês gostam do que vocês veem na televisão? Como vocês se sentem consumindo notícias feitas por jornalistas nos veículos tradicionais?

Participante A: Algumas notícias que eu vejo é só para fazer a pessoa clicar, não vão me trazer nada de informação, só vai ser um negócio nada a ver. Às vezes, o título não tem nada a ver com que eles tão falando E é só para pessoa clicar. Eu percebo que é só isso entendeu, que é só marketing. Mas tem muitas pessoas que acreditam e vão lá e clicam e vai espalhar para todo mundo e todo mundo vai achar que é real. Nós temos que saber muito filtrar um site confiável e o que não é eu acho que cada vez mais com a internet e com a globalização está difícil de fazer isso e as pessoas só estão indo na onda e acreditando em tudo.

Participante B: Eu acho que o jornalismo é algo ainda muito importante no mundo, é um jeito que a gente recebe as informações. Mas eu acho que por esse dilema, de eu não saber qual veículo de informação eu vou confiar. Como eu disse anteriormente, a imparcialidade total não vai ser alcançada Mas eu continuo achando que o jornalismo é muito importante para a veiculação de notícias

Participante C: Eu acho que o jornalismo ainda é muito importante. Mas sinto que o jornalismo sempre quer trazer alguma vantagem da sua parte.

Participante D: Não acho que só hoje em dia, mas acredito que o jornalismo sempre vai ser o mecanismo que a sociedade tem acesso a informação em geral, mas eu acho que o jornalismo atualmente quer atrair muito a audiência. Eu acho que atrai muito pelas manchetes muito chamativas e a notícia não traz muito conteúdo. Neste tipo de coisa, eu acho que dá para ver jornalistas que tem essa bússola moral de querer trazer a verdade, de querer levar a profissão com seriedade. São pessoas que são referências, que estão no topo, que a gente busca para confirmar as informações que estão nos outros lugares.

Participante E: Eu acho que a importância que o jornalismo tem para atualidade é o que a (nome da participante H) falou antes porque a gente se esquece que tem gente que não tem acesso a essa gama de informações que a gente tem e, querendo ou não, o jornalismo é uma forma de trazer todas as pessoas que não têm acesso às informações do que está acontecendo no mundo. O jornalismo hoje ainda tem essa função. Por exemplo, os meus pais não entram no Twitter para ter toda essa variedade de poder escolher o que eles acham que é mais confiável. O jeito que eles se informam ainda é pela TV.

Participante F: Eu acho que o jornalismo nunca vai perder a essência do que realmente é, que é veicular informações para todo mundo. Mas com as *fake news* e com as redes sociais, o que aparece para mim é “o que a Anitta pediu em seu camarim”, uns negócios assim. Eu quero saber o que ela pede no seu camarim, mas ao mesmo tempo eu também quero saber de coisas importantes. Isso realmente acontece diariamente. Tem vários tipos de jornalistas, tem os jornalistas mais sérios, mas que tá difícil por conta das *fake news*. Essas notícias que não agregam em nada, mas que também são necessárias porque sempre teve e sempre vai ter. O que é um negócio impossível de controlar, mas que eu acho que está cada vez mais aumentando este lado do jornalismo menos sério totalmente sem conteúdo e é uma cultura inútil causa dos seguidores por causa dos cliques, tipo a Tititi da vida ou Hugo Gloss. Eu vejo e, às vezes, eu paro para pensar porque eu tô olhando isso, mas é curiosidade eu acabo consumindo mais cultura inútil do que alguma coisa séria. O que é o que tá cada vez mais acontecendo dia a dia, por exemplo.

Participante G: Eu acho que o jornalismo brasileiro já foi melhor. Tipo, é que eu acho que tem vários fatores que levam ao jeito que a gente está agora. A repressão

na época da ditadura em que a gente não podia falar nada e agora a gente pode falar tudo, mas não falam porque hoje em dia a gente tem aquela coisa que as pessoas vão julgar. Tudo é tão rápido que se eu colocar uma crase diferente muda tudo. E essa coisa da cultura inútil isso é muito real que mais a gente vê porque tem muitas páginas no Twitter que elas são meio que uma máfia. Às vezes nem é a página que tu segue mas aparece para ti umas coisas que tu não precisa saber mas daí tu entra e tem três frasezinhas falando nada com nada ou daí tu entra e é vírus. Eu acho que o jornalismo está muito pobre, ele está muito naquelas coisas do que as pessoas mais querem ouvir e não o que elas precisam ouvir. Tem muita coisa que está na tua cara que tu consegue ver mas as pessoas fazem muitas manchetes falando dos acontecimentos sintetizados tipo “ah primeiro ela pediu o suco de laranja”. Daí uma semana depois e “ela tinha pedido o suco de laranja com alguma coisa”. Então tu nunca sabe a matéria inteira, só pequenas coisas porque como esses likes e essas visualizações dão dinheiro, dão acesso e dão visibilidade, as pessoas não vão te dar tudo de uma vez. É que nem série né, as pessoas vão te dando gostinho gostinho gostinho até que acaba a série. E vão continuar te dando outras temporadas para tu continuar vendo.

Participante H: Eu tenho impressão particularmente que o jornalismo entrou em decadência nos últimos tempos porque não parece ser tão mais sério quanto antes. Claro que ainda tem as referências tipo Jornal Nacional, Jornal Hoje, mas parece que tudo agora é informal. Pelo Bom Dia Rio Grande particularmente acho ridículo as pessoas mandando foto “ai fulaninho mandou foto por que queria aparecer no Bom dia Rio Grande”, eu acho sem nenhuma necessidade. É sério, eu acordo às 6:15 e eu não quero saber o que o fulaninho está fazendo. E acaba perdendo a seriedade e as pessoas não vão levar a sério essas informações fúteis. Tipo os sites de fofocas Hugo Gloss tem mais de 13 mil milhões de seguidores e o negócio que é valorizado por grande parte das pessoas. As pessoas têm mais interesse nisso do que nas notícias sérias. Então eu acho que é isso. Acabou entrando em decadência. A gente percebe quem não tem muita gente que desiste de seguir carreira porque o mercado é ruim então a gente percebe por aí que tem piorado o jornalismo. Não é tão valorizado parece que o senso comum virou verdade absoluta. Parece que o jornalismo está transmitindo não é tão importante quanto aquilo que as pessoas estão falando. O que a maioria fala é mais importante do que um jornal que tem credibilidade está falando sabe. Então é mais ou menos isso sabe, as pessoas

estão sendo manipuladas por um viés ou por outro acabam não consumindo tanto esse jornalismo mais sério realmente, tipo notícias que realmente são importantes e que são transmitidas a maneira mais correta.

12) Muito se fala que esta juventude não é politizada, que esta juventude não quer saber mais de nada. Vocês se sentem convidados a participar do debate público pelos adultos? Vocês acham que aprenderam no colégio conteúdos para entender as notícias?

Participante A: Se eu for falar sobre alguma notícia que eu li com meu pai, talvez ele não dê tanta credibilidade porque ele jornal todos os dias então ele fica achando que tudo que eu vejo na internet é *fake news*, isso não é verdade. E que eu tinha que me informar mais, o que eu concordo com ele. Ele acha que nenhum site é confiável, só o jornal. Eu acho que isso acontece muito quando eu vou falar com pessoas mais velhas sobre as coisas que estão acontecendo que elas não têm tanto esta visão de “ah é que mudou os meios”. Mas eu acho que entre nós jovens, a gente fala muito sobre, a gente procura se informar e conversar sobre as coisas entender todos os lados das pessoas. E eu acho que política na escola é um tema muito polêmico. Eu acho que cada vez está mais difícil do professor conseguir conversar com o aluno sobre estas coisas com medo da carreira dele ser prejudicada principalmente em colégios particulares. Porque se o professor fala algo que não é a mesma coisa que o pai da criança pensa o pai da criança pode fazer um escarcéu e tudo pode acontecer com aquele professor. E não só sobre política que o professor tem que cuidar o que vai falar. A gente tenta se informar, a gente tenta entrar nesse meio não tem tanta abertura para a gente como eu também acho que não tem tanta abertura com os mais velhos

Participante B: Cara eu acho que a juventude está bem politizada. Ano passado nas eleições que foi um período de muitas ideias, em todo lugar era só política. Então eu acho que esse fato da juventude não estar tão politizada na minha realidade eu acho que não está presente esse argumento. Cara, eu acho que a juventude está fazendo um papel importante de questionar certos valores que de certa forma foram constituídos em outro tempo outra questão sabe que precisam ser mudadas isso é muito importante do Diálogo dentro das escolas em qualquer lugar que tu vai para ver qual é o ponto que vai valorizar o maior número de gente.

Participante C: Eu acredito que o jovem está mais politizado mas não por causa da escola de precisar abordar mais este tema que eu acho que tem muito julgamento de quem não presencia isso tipos nossos pais mas eu acho que o jovem está mais politizado por causa das redes sociais do acesso que ele tenha novas informações.

Participante D: Eu acredito que a nossa geração é uma das Gerações mais politizados história porque nós temos muito recurso muito espaço nós podemos ser autodidatas mas eu acho que essa má questão muito difícil de se trazer na escola de paz e de pessoas que não estão inseridas dentro do contexto de escola e criticando o comportamento dos Professores por tentar formar cidadãos políticos mas acho que tem professores que dão abertura para a gente fazer um debate entre a gente fala a gente conversa muito acho que não é só em relação ao nosso grupo mas em relação a outras pessoas pela disponibilidade de informação que a gente tem.

Participante E: É eu concordo que a gente está muito politizado principalmente a quantidade de informações que nós temos acesso porque a escola como instituição não tem muita abertura para nos dar espaço e discutir política Por que pode ser taxada de alguma ideologia ou outra Mas eu também acho que a escola é um espaço que dá abertura para a gente discutir com outras pessoas Por que vir para cá e discutir com pessoas que não têm a mesma opinião política que tu dá um crescimento no nosso conhecimento político não as mas o espaço que ela proporciona.

Participante F: É, eu concordo eu realmente acho que o jovem está muito politizado de alguma forma está ligado e antenado com as coisas que estão acontecendo por conta dessa variedade e bombardeamento de informação diariamente Talvez os nossos pais que não recebam na mesma velocidade Mas na minha realidade eu percebo que eu perco muita credibilidade lá em casa na minha família na questão da gente conversar e dialogar na minha casa nunca mais discussão é um diálogo então eu me sinto muito livre para conversar com os meus pais sobre assuntos mas já com outros adultos eu já me senti muito desvalorizada porque só como eu sou jovem eu não sei tanto quanto uma pessoa adulta eu mesmo tem tendo empenhado e pesquisado sobre o assunto Então eu acho que realmente tem que mudar um pouco mesmo essa visão do jovem dele não saber nada eu acho que mudou muito atualmente em relação à escola é mais ou menos do que o Lucas disse a escola não abre muito espaço de discutir por questões óbvias atual do país que tá totalmente

polarizado mas internamente a gente discute muito e é um conhecimento diário opiniões diferentes e aprender a conviver com as opiniões diferentes que eu acho que algo que está faltando mundo atualmente assim que as pessoas são muito raivosa se tu não concorda comigo já é motivo para discutir e partir para briga eu acho que a gente precisa aprender a Maísa dialogar e não é discutir.

Participante G: Eu acho muito umbigo essa coisa de jovens politizados porque eu não vejo pessoas politizadas vejo pessoas alienadas eu acho muito bonito tu pegar uma criança para ela um texto mandar para o presidente Presidente postar no Twitter e dizer olha que bonito mas uma mesma criança que recebeu orientação dos dois lados do tipo ela realmente aprendeu sobre Ah não ela é uma criança ela não sabe o que ela tá falando tu vai tirar a credibilidade dela mas a criança ou o jovem que vai lá e concorda com seus ideais tá ótimo mas o jovem que vai lá e contesta e faz acontecer não o jovem brasileiro sempre foi muito reprimido isso é muito sério a gente sempre escuta isso dos nossos pais você tem que melhorar o que a gente fez Tá mas discutir sobre política dar a nossa opinião colocar no meio daquelas conversas em família não eu não vou te ouvir porque tá uma criança Esse eu não tenho argumentos eu vou usar isso como argumento como se tu fosse um jeito de ganhar uma fala isso também é muito errado sabe porque da mesma forma que eles querem que a gente se puxe as responsabilidades do país eles querem que seja da maneira deles Mas eles falam que a maneira dele está errada e que eles estão acabando com o mundo então é meio contraditório né eu acho que os jovens não estão politizadas eu acho que é uma polarização não buscam sobre apenas continuo reproduzir indo uma coisa que eles ouviram Então essa coisa do pessoal pegar esse xingar eu vejo isso como medo também pelo menos muita gente fica com medo do que vai acontecer e muitas pessoas ficam com raiva Deu uma raiva que não nasceu delas nasceu de outras influências Então essa coisa de perguntar e de bater isso sim a ser politizado Mas tu simplesmente só falar que é isso e falaram que é ponto porque eu vi no site tal isso tu não tá dizendo o teu argumento

Participante H: A gente percebe assim e na nossa realidade as pessoas são muito bem informadas e tudo mais mas tem uma outra realidade Por que a gente vê que tem pessoas que não têm isso como prioridade sabe ela tem jovens que a minha idade é que tem que trabalhar e tem que ajudar a cuidar dos irmãos enfim na realidade completamente diferente não vai ter isso como principal objetivo vai querer ser politizado e querer mudar o mundo não é o principal objetivo deles só que isso

acaba tendo muita gente alienada acesso à informação e outras que simplesmente não seguem páginas de informação no Twitter e não chega até a minhas informações Por que não querem porque realmente não buscam se informar assim falando pela nossa realidade as pessoas estão mais informadas mas eu não acho que isso seja sinônimo de politizada muita gente que sabe do assunto mas não está aberto para debate uma pessoa politizada tem que estar aberta para saber que vai ter opiniões diferentes da tua e que vai ter divergência de ideias tem que saber lidar com isso tipo agregar para ti e não ter Solta o ponto de vista fechado eu vejo muito também que eu acho muito relativo essa questão do politizado porque a gente percebe muita gente militando pelas redes sociais e não fazendo nada para mudar na prática no início do ano eu vi que Teve muita manifestação por causa dos cortes na educação e eu vi muita gente não fazendo nada Eu particularmente tenho isso de casa meus pais sempre falaram não fica de braço Cruzado faz alguma coisa sabe Eu frequentei algumas manifestações só que é um negócio que eu sei que é da minha criação mas eu sei que tem muita gente que não vai porque os pais acham que é perigoso ou tipo por outros motivos não é por falta de vontade Mas eu vejo muito isso sabe as pessoas militando pela internet como se isso fosse mudar alguma coisa e não vai sabe se tu não tiver ações contribuíram para mudança não vai ser tu falando teu discurso que vai mudar acho que tem muita gente que só reproduz eu vim em casa os meus pais falaram os meus pais tem a sua opinião e eu vou reproduzir a mesma opinião dos Pais não busca se informar de outras maneiras realmente só reproduz o que houve em casa eu acho que aqui no colégio virou um tabu falar de política e falar de questões mais sérias a gente tem um período de sociologia e eu vejo que meus professores cuidam muito que vão falar porque senão pode ser interpretado errado e pode ser mandado para rua então tipo professores a gente vê mais isso outros não ligam acabou limitando assim e o debate acaba sendo mais entre a gente entre os colegas do que na sala de aula a gente raramente tem um espaço tão aberto é bom a gente ter opiniões diferentes dentro da sala de aula e poder ouvir que tem gente que tem opiniões diferentes e saber debater de forma pacífica sabe não se estressar e eu acho que é basicamente isso tem uma parte dos jovens que está mas informado mas não necessariamente politizado.

Participante G: Passado o pessoal aqui no Rosário veio aqui no pátio me deu as mãos antes disso já era uma coisa mais livre os estudantes podiam se expressar mas deu uma proporção tão grande isso que abalou o psicológico do colégio assim

Pô a gente não pode tirar foto do dia da mulher porque era um movimento político Então teve manifestações com políticos com pessoal da polícia gente falando que era uma milícia de esquerdista e que a gente tinha doutrinação aqui dentro para é difícil assim sabe isso de ser professor e querer falar algo dentro da sala de aula porque nunca vai tá bom e é muito difícil tu querer proporcionar um espaço para as pessoas debaterem porque nunca vai tá bom a gente foi no pátio eu falo isso porque eu estava lá e Tecnicamente era para não ter questões políticas teve um que outro que foi cara do Lula no pátio entendeu teve um grupo de pais que pediu para os seus filhos irem lá na frente eram crianças muito mais novas que o pessoal do terceiro ano e segundo ano ensino médio pessoas bem mais novas e elas estavam com a cara estampada do Bolsonaro gritando fora PT e algumas coisas bem políticas então fica difícil né essa coisa né e não foi feito um debate sobre isso eu achei que faltou porque só mostrou como se fosse duas polarizações sendo que o movimento Inicial Não era para isso e não teve essa junção esse contato das pessoas para saber qual foi o Real problema sabe

Participante H: Passado eu fazia parte do GER(Grêmio Estudantil Rosariense) e a gente tinha sugerido uma palestra sobre questões LGBT's e ela teve que ser cancelada porque tinha muita polêmica pairando assim daí tinha cartazes que estavam no corredor que tiveram que ser retirados o que é que era sede de votação e tudo mais e tem muito disso sabe das pessoas serem politizadas no ano das eleições mas do resto do tempo não sabem o que está acontecendo tipo não busca se informar do que está acontecendo na política da eleição e eu acho isso muito ruim porque parece que as pessoas não notam os erros estão cometendo acho que acaba faltando espaço de debate porque tudo gera polêmica.

Participante F: Muito isso até aqui no colégio tipo tava fazendo passeata aqui na frente do colégio e a gente tendo aula tipo Marista não marxista as pessoas nem sabem o que realmente acontece dentro de uma sala de aula e sobre os jovens ser politizado ou não eu acho que como a gente vê muitas notícias diariamente a gente acha que eu me incluo nisso sabe e a gente acha que a gente entende alguma coisa eu conheço muitas pessoas que ficam falando ficam militando Mas elas nem sabem o que significa STF por exemplo então eu acho engraçado assim essas pessoas falam no Twitter postam com propriedade eu milito eu sou eu participo só que a pessoa vai lá e nem sabe o que que é Segunda instância terceira instância. O colégio devia sim proporcionar momentos desaprender legislativo executivo

judiciário quem é que participa como é que como é que funciona falta sabe por que isso realmente não conhecimento muito útil para tu entender as notícias que são vincular veiculadas geralmente porque se eu não entendo O que é prisão em Segunda instância eu não vou entender o que vai acontecer.

Participante G: E se tu pesquisa, tu não vai encontrar bonitinho isso ou aquilo vai aparecer aqueles textões enorme que a pessoa que só quer saber O que é não vai ler então é realmente aquela coisa não queremos explicar.

Participante F: E isso acontece diariamente na nossa aula de história por exemplo a nossa professora até chegou a perguntar sobre Qual é o maior partido que as pessoas acabam tendo que se vincular E ninguém da nossa turma sabia e era um negócio totalmente atual e todo mundo sabe que é o PMDB até eu sei Nossa tantas pessoas que vivem militando na internet mas não sabem a coisa básica e eu acho que isso falta.

Participante G: Isso também não é nem culpa deles né é aquela coisa a gente não aprende estamos em um dos melhores colégios de Porto Alegre E aí onde vai ser em um colégio que não tem nem professora e eu escuto muito isso assim ai porque o pessoal é muito burro tal e tal pessoamas as pessoas não tem aula de política as pessoas não debatem sobre política

Participante H: As pessoas ficam ignorantes e contribuem para continuar como tá sabe para não mudar nada a gente fica aí mudar o mundo mas se as pessoas são ignorantes não tem como mudar o mundo tipo sem mexer no jeito que está fica sempre as mesmas pessoas lá na Câmara e no senado tipo e não muda nunca e não vai ter diferença sabe.

Participante F: As pessoas não sabem nem o que é imposto de renda, o que é previdência e o que tá mudando.

Participante H: As pessoas vão ser afetadas no futuro e não sabem como.

Participante G: eu acho um absurdo assim a gente fica por exemplo eu até em uma das aulas de História falaram a Por que teve esse presidente e agora está ali na câmara Oi O cara roubou fez um monte de coisa está na câmara Como assim não faz sentido entendeu às vezes adolescentes e os jovens não faz muita coisa porque não sabem E por que tem medo de fazer

Participante H: E os pais também não incentivam né.

13) E vocês guris, concordam com que as gurias estão falando? Vocês acham que vocês aprendem na escola o que é necessário para entender uma notícia?

Participante B: eu acho que tem muita coisa no colégio que a gente não aprende que vai servir muito mais para nossa vida do que sei lá aprender a fazer alguns cálculos de seja aula de política de cidadania, planejamento financeiro. Tem coisas que vão fazer muita diferença na nossa vida muito mais do que saber o conteúdo que tem aprender porque vai cair na prova e nada garantido tu pode ir para Universidade e não saber o que tu vai fazer tem que ter um planejamento e sabe a gente precisa aprender coisas mais funcionais na nossa vida.

Participante C: Eu acho que não é culpa do colégio X ou do colégio Y mas na verdade é todo um sistema que nos prepara muito a curto prazo que nos preparam para uma prova para não fazer entrar na universidade segundo menino

Participante G: São 12 anos para uma prova

Participante B: isso a gente chega na universidade tá vou começar a estagiar Mas como eu vou administrar o meu dinheiro como é que eu vou fazer o meu título como é que eu vou votar onde eu tenho que votar por que que eu tenho que votar essas coisas assim essas coisas assim que a longo prazo moldam como tu vai gerir a tua vida a gente não tem essa preparação aqui qualquer outro colégio.

Participante C: No colégio onde eu estudava tinha essa preparação é uma extraclasse de educação financeira, isso é importante. Eu acho não sei se continuou esse projeto, mas estavam tentando implementar pai pensei a um colégio com essa proporção deve ter alguma coisa parecida, mas eu acho que não tem porque tem muita gente que não concorda como é muito grande muita gente pode discordar que não fazem com medo dessa crítica

Participante D: Se agora nas vésperas do vestibular a gente tivesse tipo, se eles dissessem “amanhã nós vamos ter seis períodos sobre educação política sobre educação financeira etc aula jurídica” com termos assim, tem 4000 alunos aqui no mínimo e ia dar muita discussão. Tem muita gente que não se interessa se informar e enfim este tipo de noção. Tipo assim, é muito difícil da gente mensurar se seria proveitoso, o quanto seria uma dor de cabeça.

Participante E: No meu antigo colégio também tinha aula sobre educação financeira mas quando eu vim aqui no Rosário eu vim com uma ideia de um colégio mais forte para eu passar no vestibular e eu imaginava aqui também teria aulas de até porque

no outro Colégio Marista e chegando aqui também foi uma surpresa porque a gente não tem nada por fora do currículo específico. A principal ideia de um colégio como esse é te preparar para prova e eu não sei se eu posso só culpar o colégio, mas sim o sistema. Porque a gente cresceu para fazer essa prova porque a prova é o nosso futuro, mas chega o nosso futuro e a gente não sabe viver.

Participante G: Eu acho muito interessante isso sabe a gente transforma a escola em um cursinho. Aqui é o nosso último ano no Rosário e a gente não teve nada de escola, de coisas que eu realmente tenho que aprender para mim e eu não vou aprender isso lá fora sabe, eu não vou pagar um celular e escrever “curso de contabilidade” ou alguma coisa assim sabe. Está aí sabe, é a gente se preparar para uma prova que será o nosso futuro. A gente não vai ter que entrar num colégio de novo e fazer tudo de novo. Pelo menos eu senti esta falta sabe no último ano e como se esse fosse meu último ano no colégio eu sentia ano passado sentindo mais daquela coisa porque eu estou vivendo naquela pressão de eu tenho que passar. O psicológico fica ferrado por conta disso e quando fala a gente se estressa então tem essa falta sim que lugar de colégio eu lugar de cursinho tudo se transformou numa coisa só e quando tu está no colégio tão grande tão bom tem que passar sabe.

Participante H: Eu acho assim que essa falta meio de noção de mundo acaba tornando os jovens extremamente dependentes tem gente que depende faz para tudo eu particularmente Sempre busquei fazer as coisas por conta própria porque eu fui criada de uma maneira que tu tem autonomia e condições de fazer as coisas por ti Mas eu vejo muita gente que depende dos pais tudo e mas também pela formação sabe porque não é incentivado sabe tipo assim informar sobre o mundo Mas sempre tem o teu pai Ele sabe se precisar tipo ah se eu precisar fazer IPVA não é importante agora Depois eu vejo isso Então eu acho que tem de acabar fazendo com que os jovens se tornem dependentes e não terem noção de mundo e de lei a gente vê muito jovem inconsequente tipo ai bate o carro as loucuras no trânsito e está nem aí porque não vai ser punido o pai vai lá e paga uma indenização e Deus sabe Por que acha que é tudo assim tipo vai ter uma solução sempre me acaba que as pessoas não são tomar duras não tem essa visão de ai eu preciso fazer isso como cidadão ano passado particularmente tipo vir quase ninguém com 16 anos fazendo carteira para votar E aí foram poucas as pessoas que fizeram e daí eu fiquei pensando estão reclamando de braços cruzados tenta fazer alguma coisa e as pessoas falam ai eu não tive tempo eu vejo isso muito mais como falta de vontade

do que de tempo Por que cara tu tem as condições tu pode ir lá e tu não faz nada sabe então eu tenho muito disso.

Participante G: Isso tem muito a ver com classe média né o pessoal de colégio público está na escola para poder trabalhar eles já sabem como se pega a carteira Como se pega ônibus tem gente que nunca andou de ônibus tem gente que tu fala assim Ah é lá no Osvaldo e a pessoa pergunta onde fica Osvaldo tipo é ali embaixo e cara não tem como culpar porque a pessoa sempre anda de Uber entra no Uber e está aqui nem olha onde está indo cara é doido sabe essa discrepância também sabe enquanto a gente é muito superprotegido outras pessoas não tem nem isso sabe não tem nem esse zelo Na minha opinião uma parte da população não tem autonomia Mas pode fazer o que quiser porque tem dinheiro e uma outra parte da população está ralando e se ferrando também porque não tem para onde ir aquelas duas realidades totalmente diferentes e cada uma fala X e Y E tipo não tem essa interligação sabe por exemplo a gente tem que estou em de esporte no colégio e cara eu jogo por um setor público de Porto Alegre eu não vejo nenhuma escola particular de Porto Alegre fazendo parte e podia mais ter integração entre esses dois públicos eu mudei muito a minha questão de pensar e falar com as pessoas que eu tenho contato todas são de colégio público já estão trabalhando sabe então muito do que eu aprendi andar na rua a pegar o ônibus foi com eles quando eu peguei o ônibus pela primeira vez eles ficaram meio assim tu não sabe pegar o ônibus E desde pequenininho muitos deles Pega um ônibus sozinhos quanto outra parte da população vem caminhando muito legal.

Entrevista focal Parobé:

1) O que vocês consideram notícia?

Participante A: Bom eu considero notícia tudo aquilo que transmite e informação conhecimento. Eu acho que seria isso. Independente de meio sem falha de comunicação sem que ela seja distorcida.

Mas você acha que só jornalista pode fazer notícia?

Não, eu acho que qualquer pessoa pode fazer jornalismo. Eu digo jornalismo que pode falar do cotidiano do meio que vive participante.

Participante B: Que nem ele disse. Notícia é toda a forma de informação que entrega algo novo. Por exemplo, a minha mãe disse que o meu vizinho morreu. Isso é uma notícia, veio dela e a gente sabe que é certa. Só que nem sempre a gente sabe que a notícia certa pelos meios que ela vem. A gente recebeu muita *fake news*, nas eleições principalmente. Ah tipo, as notas de R\$ 50,00 vêm com a cara da Pablllo Vittar são coisas assim sabe a gente nunca sabe se é certo ou se não é, mas toda forma de informação é uma notícia.

Participante C: Ah eu concordo com tudo que eles disseram eu não tenho muito que acrescentar na verdade participante.

Participante D: Eu concordo com que eles falaram. Eu concordo, eu acho que quem dá notícia atleta é o jornalista mesmo. Eu não acredito muito no que os outros falam, mas se ela vier de uma pessoa que eu conheça e que eu confio. Eu acredito sim que nem as correntes no whats... Acontece muito né, então é muita notícia *fake news* e nas redes sociais também tem muita *fake news* que prejudica e manipula bastante pessoas.

Participante E: Ah, eu acho que é bem o que eles falaram na real. É tudo aquilo que te traz uma informação nova um conhecimento que tu não tinha, independente da fonte.

Participante F: Para mim notícia é isso, é uma informação. Só que por meio de jornal também pode vir uma informação que não seja real como já vi muitos sites que todo mundo lê de coisas que não são reais. Então muitos usam este meio para dar uma notícia e as pessoas pensam “Ah isso é verdadeiro” e as pessoas pensam que eles colocam as coisas lá para as pessoas pensarem isso. Então para mim notícia é tudo aquilo que a pessoa estuda, que ela procura entender para colocar realidade ali dentro. Mas também tem as notícias falsas né então né um pouco dos dois. Eu tenho mais credibilidade nas pessoas que eu sei que elas pesquisam por exemplo eu tenho sei que eu tenho uma colega que pode falar sei lá sobre batata, pesquisa tudo sobre a batata então eu vou entender se ela vem falar dê uma notícia sobre batata... E pode jornalista a falar naquilo e eu acreditar também porque eu sei que ambos estudaram agora quando vem uma notícia de alguém tipo assim que não sabe nada então eu já fico meio duvidosa.

Participante G: Como a (nome da participante F) disse, a notícia é praticamente qualquer informação nova que venha para mim independente da fonte. Pode ser um familiar, pode ser um amigo, pode ser um jornalista. Qualquer pessoa que me transmite a informação eu considero uma notícia. Seguido eu escuto uma expressão que também é uma gíria “ah, me dê notícias quando tu chegar em algum lugar”. É para falar a informação sobre o ocorrido, seja de forma tendenciosa que tu viu ou não viu. Tudo se trata de uma notícia, mas se tu pode levar fé ou não naquilo já é outra coisa.

Participante H: Eu acho que notícia é uma informação. O trajeto que vai fazer amanhã, uma atividade do tipo... É algo que te falam sobre o trajeto que tu vai fazer de manhã para casa que caiu uma árvore alguma coisa assim. Essa informação eu acho que é uma notícia. Tem notícias falsas que podem ser transmitidas pelo YouTube, por exemplo, por sites e pela rádio. Eu acho que não é só jornalista que faz no caso qualquer pessoa pode estar transmitindo.

2) Então assim gente para entender um pouquinho da rotina de informação de vocês como é que é o durante o dia recebe informação durante o dia de vocês vocês acordam 3 pessoas falaram Twitter

Participante A: A primeira coisa que eu faço quando acordo é ligar a tv e começar a escutar o jornal que dá de manhã. Depois eu vejo qual é a previsão do tempo. normalmente são as únicas duas coisas que eu faço de manhã para ficar informado. Se vai fazer sol, se vai chover, se vai fazer calor, e o que tá dando mais ou menos na rua.

Então é tu que liga a televisão da manhã?

Sim sou eu, se não fica muito silêncio na sala.

E ao longo do dia, nas redes sociais?

Daí só o Facebook, mas eu não uso muito rede social. Eu quase não mexo. De noite só fico olhando TV, mas não é porque eu quero ver notícia, é porque eu não tenho nada para fazer de noite assim

Participante B: Quando eu acordo, eu só ligo o *wi-fi* e entro no Twitter, quase sempre é isso. Eu não assisto muito notícias pela TV. Para dizer que eu não assisto, eu chego em casa e às vezes assisto Jornal Nacional.

Por que ela está ligada ou por causa do seus pais?

Não, eu ligo, é que às vezes eu leio o Diário Gaúcho, não tem muita coisa mas tem mais lazer essas coisas do que notícias diferentes. Mas a maior parte do tempo eu vejo as notícias pela internet mesmo: G1, UOL, estas coisas assim.

Facebook, recebe alguma informação?

No Facebook eu não acredito muito não. No Facebook as pessoas ficam compartilhando coisa de dois anos atrás, que nem aquele cara que estuprou um monte de mulher. O STF soltou ele mas é uma notícia de 2017... Então eu não acredito muito nas notícias do Facebook, mas no Twitter ainda é um pouco mais atual porque o povo tá comentando.

Participante C: É eu não vejo TV. A primeira coisa que eu faço é me arrumar e sair para o serviço porque eu acordo muito cedo então eu não assisto muita notícia. Eu vejo mais por rede social, sites e tudo mais no serviço, porque quando eu ligo o computador dá em site de notícias, então às vezes eu dou uma lida. Mas isso é isso, eu não vejo televisão, jornal na TV.

Participante D: De manhã eu só vejo a previsão do tempo e dou uma olhadinha no Twitter. É onde eu vejo as principais notícias assim porque tem os assuntos mais comentados. Aparece sobre política, sobre a morte de alguém, coisas assim. E site de notícias eu olho bastante. Eu só cuido bastante porque o que me dá vontade de ler é o que tá na legenda e depois tu entra e é outra coisa completamente diferente. Eles cortam a legenda para aparecer que alguma coisa e aí tem gente que não abre passa rápido e sai espalhando que o que tá ali, que na verdade era só o título. É isso. E no meu serviço, a copeira às vezes me dá um jornal para eu ficar lendo leio assim. E a única coisa que eu gosto de acompanhar é o Fantástico. Todo domingo eu tenho que olhar o Fantástico, é algo que é natural assim, eles tratam

bastante sobre coisas legais, sobre coisas da atualidade e eu gosto bastante sobre o posicionamento deles das coisas.

Participante E: Bom, eu não tenho rede social, então normalmente a notícia não vem até a mim, não pelo menos por essa mídia. Então eu vejo o que busco, uma coisa específica. Tipo, o que aconteceu de interessante hoje ou alguém que fala. Por exemplo, eu chego aqui e tem alguém que fala “Bah tu viu que não sei quem morreu?”

Mas assim, escuta rádio, lê jornal?

Não.

Participantes F: Ah eu acordo de manhã e já ligo o jornal. Tipo deixo lá amanhã inteira. Eu também olho o clima todo santo dia. Eu acordo e vejo clima. Antigamente quando eu trabalhava há um ano, eu ligava a rádio e ia para o trabalho escutando a rádio. E até aquele jornalista que morreu. Todo dia eu escutava ele. Eu sempre gostei de informação, sempre gostei de jornal e estar por dentro das notícias e tudo mais. Até porque, hoje em dia, a gente vive numa cidade, em um Estado, num país perigoso, então eu gosto de estar sempre bem informada. Do tipo “ah, não ande naquele lugar”. Então já é rotina minha estar sempre olhando jornal. Eu só não leio o jornal impresso porque eu não sou muito fã. Eu lia antigamente por ler, mas hoje em dia como a gente tem TV e tudo mais, é mais fácil.

Participante G: Ah, bem, a minha rotina é eu não tenho muito acesso à informação diretamente, pelo menos não na mídia mais popular. Mas relacionada ao jornalismo, eu acabo ouvindo um pouco do jornal pela manhã quando eu estou me organizando para ir ao trabalho e eu acabo prendendo a minha atenção na previsão do tempo alguma coisa assim. Porque durante o serviço eu não tenho acesso a televisão ou a jornal então no máximo que eu tenho acesso a notícia não é no noticiário mais importante, vamos assim dizer, eu tenho acesso mais as minhas redes sociais. Mas as minhas redes sociais eu tenho mais acesso à cultura pop, não tenho muita relação com política ou coisas do tipo, não nos assuntos mais sérios, pelo menos não na minha rede social.

Participante H: Durante a maior parte do dia, as coisas que eu mais ouço é por amigos ou familiares. Não procuro muito assistir jornal, então eu acabo ficando mais

pelo que eu vejo de principal da manhã, escutando ao longo do dia pelas pessoas na rua ou amigos. E depois, se algo me parece mais interessante, eu procuro na internet ou alguém que saiba um pouco mais para me informar melhor sobre aquilo. Eu não assisto televisão, mas a caminho do trabalho eu escuto rádio a Rádio Pampa. E quando eu chego, eu abro tipo o Olhar Digital ou TecMundo, que tem notícias matérias mais elaboradas daí que eu pego as notícias sabe. Eu não assisto televisão nas redes sociais Eu também não acompanho notícia e é isso.

3) Quem aí assiste televisão todos os dias?

Participante A: Eu assinto.

Participante B: Ahh, é que eu assinto YouTube na TV, então não conta.

Participante C: Eu assisto televisão.

Participante D: Eu assinto, mas é que eu estava sem net lá em casa. Por isso eu estava sem ver, agora eu vejo.

Participante E: Quase nunca.

Participante F: Todo o dia.

Participante G: Pouco, mas todo dia.

Participante H: Acho que uma vez por semana.

4) E rádio?

Participante A: Antes de eu comprar meu telefone novo eu escutava todos os dias porque ele tinha rádio agora ele não tem mais rádio.

Participante B: eu só assisto rádio porque eu escuto música então só escuto a antena 16 Continental porque eu sou antiga.

Participante C: Eu não escuto rádio.

Participante D: Só quando meu padraсто me leva em algum lugar.

Participante E: Não.

Participante F: É que o meu pai era radialista.

Participante G: No máximo uma vez por semana.

Participante H: Todo dia de manhã de noite.

5) Twitter?

Participante A: Não.

Participante B: Eu tô todos os dias no Twitter.

Participante C: Também.

Participante D: Aí, eu amo Twitter, Twitter é vida. Twitter é tudo de bom eu amo eu amo eu amo me mantenho atualizada dos assuntos mais comentados. É a melhor coisa, eu entro lá. Eu descobri que o Lula tava livre, que o Rafael Braga tava livre, Renan Penha tava livre. Muito legal, amo Twitter.

Participante E: Eu não tenho.

Participante F: Eu tenho e olho.

Participante G: Tenho, mas sigo mais perfis de cultura pop.

Participante H: Eu tenho, mas não simpatizo muito.

6) E quais são as notícias mais recentes que vocês lembram?

Participante A: Estados Unidos fora da cordo de Paris, queimadas na Amazônia. Que eu lembre foi isso.

Participante B: Lula Livre, o que estava bastante no Twitter era “vergonha STF” e quando tiraram a verba das universidades federais.

Participante C: Abertura do caso da Marielle que eles voltaram a investigar de novo que estão quase conseguindo descobrir né, derramamento de óleo que está acontecendo em várias praias do Brasil.

Participante D: Agora que eu me lembrei tem o derramamento do óleo, fala bastante sobre o STF.

Participante E: Tem a parada do óleo, o Lula Livre e a queimadas na Amazônia.

Participante F: A última notícia que eu vi, que eu lembro agora de cabeça foi a menina que que foi fazer o Enem e a fiscal falou para ela que um senhor não sabia onde ficava a redação e ela disse para ela mostrar para ele. Foram lá explicar e expulsaram ela. Ela chamou a polícia e tal, eu não consegui terminar de saber se deu tudo certo para ela, mas eu acho que ela não conseguiu fazer a prova e foi desclassificada. Esse eu vi no Twitter e fiquei revoltada e eu ainda fui no Instagram olhar.

Participante G: As coisas que eu vi recentemente foram sobre as manchas de óleo nas praias, as notícias sobre o STF das alterações das leis e coisas do tipo e de resto só notícias sobre a cultura pop.

Participante H: a renúncia do presidente da Bolívia, as manifestações do Chile E a crise na Venezuela. E é isso.

7) E os pais de vocês, comentam muitas notícias com vocês?

Participante A: Eles comentam muito, mas eu fico sem prestar atenção parece que tudo que eles falam... Eles são muito influenciáveis, daí parece que tudo que eles estão falando eles são os donos da verdade daí eu tento não discutir com eles e não falar nada para não gerar briga.

Participante B: É tipo a mesma coisa, principalmente a minha mãe. Ela é muito influenciável com tudo nas redes sociais, tanto que ela leu essas coisas aí do STF e tal que era isso que era aquilo eu tentei explicar, até o meu pai tentou explicar para ela de um jeito bem negativo, mas ela entendeu. Então é isso.

Participante C: Ah, eu moro só com a minha mãe então eu não converso com ela sobre notícias porque ela é muito influenciável também, porque ela sempre vê alguma coisa ela sempre pensar “ó meu Deus do céu, aquilo é real”. E eu falo “mãe calma”, mas eu procuro não discutir muito política para evitar briga, porque ela é muito plena de não querer debater porque ela acha que vai estragar relações.

Participante D: A minha mãe, ela só gosta de notícias do TV Fama essas coisas assim. Dai ela só fala “ah, tu viu que aquela atriz está lá com com aquele ator?”.

Participante E: Os meus pais também não gostam de notícias assim, eles preferem ser alienados sei lá, não se angustiar com essas coisas.

Participante F: A minha mãe adora ver essas coisas de reality show e ela não comenta muitas coisas de jornal O meu pai também porque meu pai já passa o dia inteiro trabalhando com isso, quando ele chega em casa ele não quer falar sobre isso.

Participante G: Os meus pais conversam mais entre si sobre as notícias, até porque eu não me interesso pelas mesmas que eles procuram então as únicas notícias que eles conversam comigo são relativas a filmes e cinema, o que é mais ou menos o que eu me interesso. Um pouco mais mas fora isso, notícias um pouco mais sérias

que dão no jornal de política eles falam mais entre si porque eu não converso muito com ele sobre isso;

Participante H: Meu pai acompanha mais notícias sobre conspiração. Tá muito feliz com a liberdade do Lula. Só isso de notícia que ele comentou comigo ultimamente, foi isso.

8) Em relação às *fake news*, quais são cuidados que vocês tomam?

Participante A: Olha, sempre que eu vejo alguma coisa que eu acho que é mentira, procuro ver se em outros sites têm informação sobre aquilo. Às vezes eu tô passando pelo Face e vejo alguma coisa assim que nem ela falou, pelo título assim, daí depois eu vejo lá se o que eles estão falando é verdade. Tinha um negócio aí sobre remédio com bactéria vírus dentro, eu peguei e fui ver e não era nada disso que nem tem como ter essas coisas dentro de remédio. Eu só dou uma cuidada para ver se é verdade ou não.

Participante B: Eu tento tipo, ver a fonte de onde veio porque é supernormal postar umas *fake news* de gente que morreu né? Estão sempre matando o Renato Aragão e eu sempre vou lá ver e o cara não morreu. Eu sempre pesquiso o nome da pessoa. Às vezes é só um site que postou isso e eu acabo vendo que isso não é verdade. Então eu nem dou muita bola, então é sempre bom ver a fonte, no ano que foi postado aquilo. Porque às vezes pode ter acontecido, mas foi há muitos anos atrás, tipo 2, 3 anos atrás e está voltando agora por pessoas querem incomodar. Isso está acontecendo, mas não então é sempre. É bom ficar atento na fonte e com a data que foi postada.

Participante C: É, eu também eu tento verificar a veracidade da informação, a fonte de onde ela veio e, principalmente, o ano. Porque até mesmo semana passada tava rolando o caso de um senhor que trabalha numa padaria e ele perdeu o ENEM, só que a notícia é de 2015 e tinha um monte de gente reclamando dizendo “Ah vamos reclamar por ele”, sendo que faz um tempão. Mas é isso, ver a fonte onde veio porque muitas vezes tem um título sensacionalista para galera já sair compartilhando sem ler, então é sempre bom ver o que está lá e de onde vem.

Participante D: Eu a mesma coisa, tudo que eu ia falar, eles falaram.

Participante E: Assim, cuidar a data eu cuido, título, ver se é a mesma informação. Eu entro mais para ver sites famosos né, G1, UOL, coisas assim. Eu não leio muitas

coisas de outros sites sobre assuntos mais sérios que não sejam mais comuns, mas se não olho por estes sites mesmo. É o que a gente pode fazer, checar a fonte e ter um determinado ceticismo, não acreditar em tudo que a gente vê.

Participante F: Eu tomo muito cuidado também com o site, com a data, estas coisas, porque eu já caí em muita mentira. Eu tenho que ir lá pesquisar em muitos lugares, mas eu pesquiso, não vai ter vários sites mentindo né. Pergunto para as pessoas para ver se é real ou não.

Participante G: Eu procuro evitar qualquer coisa que chame de mais atenção, porque eu tenho a ideia que se for sensacionalista demais automaticamente tende a não ser verdade. Tanto que nem sempre as fontes mais confiáveis se aplicam. Há uns anos atrás, durante a copa, teve um blog que o nome é “Não salvo meme” que disse que a Coreia do Norte pegou um vídeo do jornal coreano do Sul e editaram, colocando como se Coreia do Norte tivesse transmitido na TV deles que eles estavam participando da Copa e estavam ganhando todos os jogos. Por exemplo, o Brasil tomou 10 a 0 da Coreia do Norte no noticiário que fizeram. Isso foi parar na BBC, no New York Times, isso passou em jornal sério nos Estados Unidos em horário nobre e também passou aqui. Então nem sempre as fontes mais confiáveis são aquelas que vão estar dizendo a verdade, independente do número que seja sempre tento ver se for sensacionalista demais. Eu costumo evitar e não levo tanta fé.

Participante H: Quando eu estranho título de uma notícia, alguma informação, eu vou na internet para ver se saiu no R7. Porque se é algo tão polêmico, sai em vários jornais e tal. Mas normalmente eu não lido muito com *fake news*, eu já leio o título e já descarto, é isso

9) Gente, em relação aos meios tradicionais de jornalismo, tem alguma coisa para mudar. Vocês acham que eles têm alguma coisa para mudar ou vocês gostam da maneira que são apresentados para vocês?

Participante A: Eu gosto de jornal, eu acho interessante tu ler, olhar. A única coisa que eu vejo de errado é que às vezes eles estão sem a informação. Às vezes parece que eles tentam meio que levar para algum lado, induzir a pessoa a acreditar em algo que necessariamente não seja real, como eles dizem. Tem uns canais que parecem ser de partidos. Tipo, tu pode ver no SBT quase todo domingo vai alguém

do partido do Bolsonaro fazer aquele joguinho que fica girando a roleta. Já foi assessores e alguns partidários deles. Então eu acho que às vezes eles tentam puxar para algum lado que não é o ideal, mas de resto se eles passarem a informação tá bom.

Participante B: É isso, é tem alguns noticiários que eles tentam favorecer mais alguns, como alguns noticiários da Record. Mas é isso, o eu gosto do jeito que é passada a informação. Só que alguns desses jornais poderiam simplesmente explodir como Pânico, a Rádio Pânico poderia explodir também. Mas é isso, eu acho que é muito bom, mas esses poderiam explodir.

Participante C: É isso que eles falaram também sobre a questão da parcialidade. A outra coisa que eu me incomodo muito vendo site de notícias é aquela coisa de tipo assim ó “um jovem branco é encontrado fazendo tal coisa”; Aí se a pessoa é negra traficante é encontrado fazendo tal coisa esse preconceito é muito absurdo porque tipo, por mais que eles tenham feito a mesma coisa eles são tratados de maneiras completamente diferentes. Na hora de botar o nome da notícia lá, eu acho isso muito horrível.

Participante D: Eu concordo muito com eles. Na verdade, porque pessoas que fazem até pior não são consideradas tão ruins assim e até aquela coisa lá de alguém do partido do Bolsonaro estava com o avião cheio de pó isso aí tal pessoa lá lá se ele estava com tudo isso ele é traficante. Eu acho que todos tinham que ser igual o Fantástico, porque eu acho que o Fantástico é muito legal. Fantástico além de tudo é bem posicionado, ele zoa bastante Bolsonaro. Eu acho que eles têm uma maneira diferente de trazer as notícias, porque uma hora é uma relação de mãe com filha pra tu ver que a tua filha faz tal coisa, se a tua mãe faça uma coisa. Outra hora é sobre política, outra hora é sobre saúde, sobre ciência. Nenhum jornal apresenta sobre ciência praticamente e eles trazem tudo que tem de mais avançado assim eles transformam em algo muito legal. Eu amo o fantástico.

Participante E: Ah, tirando a distorção dos fatos que às vezes acontece, eu acho interessante a maneira como eles transmitem informação

Participante F: Eu acho que tem muito jornal que é chato para nossa geração. Hoje em dia, nunca muda e é sempre a mesma coisa. Eu sei que esse é o jeito do jornal sério e tal para passar credibilidade e tal, mas seria interessante um jornal que puxasse as pessoas para notícia. E eu também acho que eles deveriam ser mais neutros, eu acho que se tu for puxado por um lado ou muito puxado para outro, vai

acabar magoando. Aí eu não sei agora eu me esqueci da palavra, você tá falando muito de um lado, acho que eles deveriam ser mais neutros, falar a coisa certa e não ficar puxando mais para um lado ou ficar puxando mais para o outro. E eu não estou nem falando só de política. E eu acho que tinha que ser neutro não ficar só insultando as pessoas ou induzindo as pessoas a odiarem os outros essas coisas do tipo. Hoje em dia a gente vê muita coisa de política né. A Record né, eles são tudo para o direito né, eles são tudo para o conservadorismo. Na Globo muito são mais para o lado esquerdo e etc. E eu acho que ambos não deveriam ser puxados tanto para um lado. Eu não tô falando que é, eu tô falando que eu já vi várias vezes o próprio SBT, eles cometem muitos erros. O próprio dono do SBT fala tanta coisa e ninguém diz nada e ele dá tantas notícias e as pessoas estão ali assistindo e as pessoas são obrigadas a ouvir aquilo sabe, eu acho que devia mudar mais isso

Participante D: Em defesa do Fantástico, ele se defende sobre o Bolsonaro, porque o Bolsonaro foi atacar a Globo, então agora eles estão jogando no ventilador e estão nem aí se eles estão. Se ele for me atacar, eu vou atacar, porque até então ele era neutro, mas aí o Bolsonaro veio, daí se ele atacar eu vou atacar.

Participante G: Eu acho que o problema maior é que tá tendo muito sensacionalismo por parte da mídia e isso acaba sendo uma maneira tendenciosa, porque, se tudo é uma notícia, é banal ter um lado político. Caso alguém consiga falar dela como se pareça algo maior, as pessoas tendem a procurar assistir, apoiar ou se indignar sobre. As pessoas têm uma mania feia de também procurar aquilo que não gosta sabe, delas irem atrás de procurar aquilo que elas não querem ouvir, e elas se estressam e compartilham de uma forma negativa. E também o formato das notícias ultimamente porque tudo bem que é muito mais fácil acontecerem coisas negativas do que as boas, mas dentro de um jornal, a escala chega ser absurda. Para cada uma notícia bacana sobre sei lá, uma lei de proteção animal que dê multa para quem maltrata os animais. agora qualquer coisa... Um político espirrou errado, o político que tava de pneumonia sabe. Eu acho que tinha que ter um novo formato de apresentar a notícia. Vai que não seja nada sensacionalista e nem parcial e procurar também mostrar para as pessoas um lado mais positivo. Vira e mexe aparece a morte de 10 pessoas na esquina no outro lado da cidade, mas ninguém fala do bombeiro que salvou não sei quantas pessoas em um incêndio. Então seria mais sobre a representação das pessoas.

Participante H: Tu falou sobre o formato da notícia, eu acho que as notícias são apresentadas de maneira muito complexa. Tipo o Jornal Nacional falando da lava jato, eu não consegui entender nada, já o fantástico consegue simplificar a notícia de um jeito que quem está assistindo consegue entender. Acho que tem que mudar o formato da notícia.

10) Gente, vocês acham que os veículos de comunicação podem se posicionar?

Participante B: Eu acho que tu pode ter uma posição sim, mas que ela não pode ser tão extrema que nem a Globo que agora está totalmente contra o Bolsonaro, também ser contra o Lula. Mas eu gosto que seja contra Bolsonaro integrante.

Participante C: Aí eu não sei o que eu vou dizer porque agora eu gosto que a Globo seja contra o Bolsonaro, mas também é ruim porque só que isso pode acontecer com qualquer outro partido. Tanto é que a Globo passou anos “metendo o pau” no PT. Então tem que procurar sim, ser imparcial, porém eu não posso negar que eu adoro a Globo metendo o pau no Bolsonaro.

Participante D: Eu acho que os veículos têm que se posicionar sim porque daí eu já sei o que eu não devo ler porque eu não vou ler um negócio que seja contra com que eu acredito o que é certo. Eu vou ler o que pareça mais de acordo com os meus pensamentos e ideologia. Então eu acho que tem que ser posicionado sim para dar credibilidade ao que “tu está” falando e para a pessoa entender o que tu quer mostrar.

Participante F: Eu acho que sim, é interessante ter posicionamento, mas não que aquilo seja tomado como verdade absoluta, porque por mais certo que aquilo pareça, aquilo pode influenciar grande parte da população participantes.

Participante G: Ah, eu acho que que depende também porque vamos supor que jornais grandes de TV, que tem várias pessoas, que fazem matérias. Então são várias mentes diferentes para poder criar a notícia. Então eu acho que nem todos estão a favor só de uma coisa. Então eu acho que não tem que ser tão neutro, porque tem que se posicionar de uma forma, mas é aquilo: não pode denegrir a imagem dos outros e nem endeusar muito alguém. Então é isso.

Participante G: Eu acho que o ideal é ter uma neutralidade total na forma como se representa as coisas, por que atualmente o jornal é algo que é uma influência para as pessoas e tem muitas pessoas que levam aquilo como verdade. Então eu acho que quando tem qualquer parcialidade, tu vai levar pessoas para esse lado da parcialidade. Então eu acho que os noticiários deviam ser neutros para fazer a pessoa pensar por si só, no que elas acham certo ou errado, porque um jornal que é mais parcial, por exemplo o Jornalismo do SBT, que é mais puxado para o lado conservador, as pessoas vão assistir aquilo e as pessoas que assistem esse SBT vão dar credibilidade para aquilo e não vão refletir sobre notícia. E agora alguém que acompanha a Globo, que atualmente está contra a direita em geral, principalmente a Bolsonaro, depois as pessoas que acompanham a Globo dão credibilidade para Globo. Adoram tudo que tá acontecendo, inclusive sacanear o Bolsonaro e gostam de sacanear o conservadorismo. E muitos, não todos, mas muitos, levam aquilo como uma verdade por se tratar de algo que tem a ver com o seu ponto de vista. Eu acho que o ponto de vista não tem que ser algo, só ir com aquilo que a gente acredita e eu acho que a gente tem que ver uma notícia neutra para a gente criar o nosso ponto de vista. Se não, a gente vive em uma bolha, só encontro pessoas que concordam comigo e acho que eu estou certo.

Participante H: Eu acho que quando o jornal se posiciona e acaba cortando aquilo que não convém para o lado deles, também acaba criando bolhas sociais. As pessoas só vão procurar as notícias que defendam as faltas dela e eu acho que tem que ter mais jornais que pega em todos os lados, que informem de verdade.

11) E vocês acham que a família de vocês e a escola preparam vocês para entenderem as notícias? Vocês acham que os conteúdos que vocês aprendem no colégio ajudam vocês a entenderem o que é dito nas notícias?

Participante A: eu acho que sim e não boa parte do que a gente aprende no colégio nos ajuda a compreender o que está sendo dito nas notícias Mas eu ainda sinto que falta alguma coisa e a família também eu não converso muito com a minha mãe sobre sobre notícias eu acho que ela não me influencia muito a entender a notícia eu entendo mais por mim mesmo pelo que eu já tenho conhecimento

Participante B: Olha eu acho que sim a minha mãe fluencia bastante para eu ir atrás das coisas ela fala bastante para eu pesquisar para eu poder construir os meus argumentos e a escola também principalmente em história a gente aprende bastante coisa para não ficar apoiando o presidente que apoia golpe militar eu aprendo bastante em história

Participante C: [é em casa não tem muito esse papo não a minha mãe não fala muito sobre essas coisas comigo](#) então é mais para eu propor para mim mesma ou de outros parentes

que eu acabo tendo mais discussão pela internet E quanto a escola mais ou menos pelo menos aqui eu sinto pouco de falta disso no sentido de colocar a gente para pegar informação e instigar a gente e tudo mais. Na minha antiga escola eu tinha um professor que dava nota se eu assistisse jornal Todo Dia porque ele queria que a gente tivesse preparado para debater qualquer coisa para entender e depois no Enem da vida fazer redação sobre qualquer assunto sabe ele queria que a gente fosse atrás mas aqui não não tem a gente até debate sobre coisas em sociologia em história por exemplo mas não tem é mais uma matéria que está ali e era disso integrante

Participante D: **a minha mãe é um pouco diferente de mim em relação a isso porque ela é bolsominion Então ela gosta de falar das notícias que são boas para o ponto de vista dela então eu não consigo falar com ela sobre isso** Mas o colégio na medida que eles podem alguns professores po quando algum professor Tenta dar um ponto de vista ou abrir os teus olhos os pais vão lá na direção e falam que esse professor está tentando manipular o aluno ou alguma coisa assim Então eu acho que os professores daqui fazem o que tem que fazer do jeito que tem que fazer não é demais mas eles não deixam a gente que nem os cavalos sem chave de reto então eu acho que é isso integrante

integrante 4 Ah é que eu acho também que por mais que às vezes tem um professor que queira falar sobre certas coisas tem que ter um certo cuidado porque principalmente esta chapa do governo que acha que a doutrinação Se o professor falar sobre algo a escola do meu vizinho teve uma turma que se juntou para processar um professor porque ele estava falando sobre coisas que eles estavam achando que ele tava fazendo doutrinação ideológica

integrante 5 é eu concordo bastante com que elas falaram professora é censurado pela próprio meio que ele tá ele não pode gerar a opinião dele **em casa a gente não fala muito disso os meus pais**

integrantes 6 eu acho que dentro da escola há um preparo Não tanto quanto para tu trabalhar quando eu trabalhava eu tinha um professor que que não existe Gava assistir e a ler bastante notícias e me fez querer mais Porque antes eu estava nem aí eu olhava para o Facebook e achava que aquilo **era certo já na minha família não é que eu tenho um pensamento diferente dos meus pais e do meu irmão Eu só acho que eles pensam que tem coisas que se eu for falar eu não vou mudar** o pensamento deles e o que eles falaram que não vão mudar o meu pensamento

Eu acho que tem coisas que eles pensam que se eu falar não vai mudar o pensamento deles e o que eles falarem não vai mudar o meu pensamento então a gente prefere não discutir ou argumentar eles também não são muito de argumentar mas um dia deles eu estava argumentando com o meu irmão até sobre o atual presidente há um tempo atrás a minha família colocou não que a minha família colocou na minha cabeça amigos da minha família colocaram na minha cabeça que colocaram na cabeça dos meus pais que colocaram na minha cabeça sobre bolsonaro e tal E aí por um mês eu acreditei que nele Eu lembro que há muito tempo atrás eu procurava algumas notícias tipo porque na escola me falavam muito sobre ele me falavam sobre coisas ruins que eu pesquisei eu vi cara é real e até no YouTube eu vi que era real e eu até discuti com uma amiga porque BA em 2018 me colocaram uma coisa na minha cabeça que hoje que hoje eu penso ba eu fui e influenciada então depois que eu comecei a ver outras realidades dentro da escola e com amigos E aí eu cheguei não Este não é o meu pensamento e nunca foi isso foi algo que colocaram na minha cabeça os meus pais eles me entendem o meu irmão ele não consegue compreender Mas é isso integrante

7a eu diria aqui em casa não porque em casa tem muito aquela questão da parcialidade pessoas sua opinião por isso é natural que em casa as pessoas não tenham o preparo para buscar a informação de uma forma faça pensar sobre ela no colégio eu diria que os professores conseguem agir dentro daquilo que é possível embora claro eu acredite que os professores tem que saber como passar isso porque eu entendo que há uma censura e eu sou totalmente contra isso Mas eu também acho que dependendo é capaz de um professor acabar aplicando a opinião dele ao invés de passar a opinião dele principalmente porque as pessoas tratam com muita seriedade o ponto de vista delas não estão muito abertas a mudar isso vale para qualquer direção uma pessoa que acredita em alguma coisa ela acredita naquilo e ponto final e eu acho que no geral as pessoas não são Preparadas para isso então não é que as pessoas não sejam Preparadas para buscar notícia eu diria que elas não são Preparadas para lidar com elas abrir a cabeça ler sobre e assumir um ponto porque eu acho que a vida das pessoas ao redor delas não é formada por Direita ou esquerda eu diria que é como que fosse um Zig Zag ela pode concordar com o ponto E discordar de outro eu acho que assim que é importante para a gente se a Bi lidar com as coisas

integrante 6 é só para voltar numa coisa porque eu vi um filme na verdade que respondeu a pergunta de uma aluna que perguntou coisas de religião Não era nem a fé da menina mas ela se interessou em perguntar para a professora e naquele momento que ela perguntou para a professora a professora respondeu não assim dando a opinião Total dela Ela respondeu a pergunta de acordo com não com a fé dela mas sobre a história né fora daquele meio da escola e tal A menina estava precisando de ajuda e a professora falou de alguma coisa que ela acredita né a fé dela e isso fez com que todo mundo ficasse com ódio dessa professora com raiva dela porque não era para ela ter dito isso porque estava induzindo na cabeça da menina e eu acho que realmente muitos professores não falam não sobre religião não falam sobre política a gente tem medo de a vai influenciar o meu filho ou vai influenciar não sei o quem sendo que é só opinião dele ele não está querendo dizer a você tem que ser isso você tem que acreditar não isso é uma opinião dele que ele construiu e ele tem que ser neutro não totalmente falando sobre aquilo para poder influenciar alguém mas eu acho que dar opinião sobre algo não é errado

integrante número 7 eu acho mesmo que o maior problema é que tem muito receio de falar sobre isso e eu acho que isso tem muito a ver com o que eu falei antes de saber lidar com as coisas então o professor expressar a opinião dele frente dele aplicar a opinião dele Então se um professor da sua opinião não tem nada de errado por exemplo neste caso aí do filme A Professora só falou algo sobre a pergunta que a A Luna fez só que ao redor as pessoas não souberam lidar com isso e acabaram atacando a professora eu acho que é essa falta de preparo das pessoas não é em buscar em assimilar a informação

integrante número 2 a esta opinião de não poder influenciar os alunos é bem real porque quando eu estava no fundamental tinha uma professora de ciências que ela estava que ela disse ah hoje nós vamos fazer uma aula sobre sexualidade e a gente fez a aula a gente falou sobre as coisas lá e veio mamãe no outro dia e começou a brigar dizendo que era impossível que ela não aceitava isso de falar sobre sexualidade na escola que tava influenciando a sua filha a ser lésbica e um monte de coisa E agora o que aconteceu que para ter aula de sexualidade lá na escola cada aluno tem que ter um bilhete assinado pelos pais autorizando porque a mãe simplesmente chegou lá quebrando tudo e dizendo que ela não aceitava aquilo quero uma coisa totalmente babaca

integrante 8 eu acho que os professores Tem que se cuidar em passar uma informação para os alunos para não se posicionar até para não se comprometer e para não influenciar os alunos também mas também o que há nome da integrante dois disse também é um exagero faz parte da aula e é importante né

Mas então vocês acham que dentro da escola tem espaço para debate dentro da escola
falaram depende depende da aula e do professor e do aluno

integrantes 6 eu acho que por exemplo o professor de português ele consegue dar opinião dele e ao mesmo tempo não ferir a opinião do próximo só que dentro da sala de aula tem pessoas com opiniões diferentes e tem gente que não consegue Respeitar a opinião da outra por exemplo o professor tempos fez uma pergunta sobre religião na sala de aula e tem gente ali dentro que não sabe respeitar tem gente que não sabe tolerar a crença do próximo e a mesma coisa acontece com política e etc as pessoas não conseguem entender não só isso como o estilo da pessoa né o jeito da pessoa e etc integrante dois e o engraçado é que não foi só religião mas era uma coisa de Cultura mesmo e simplesmente atrapalharam e cortaram ela que estava falando poesia sabe idiota integrante

7 eu acho que abrir espaço é possível abrir espaço principalmente nas aulas de sociologia trabalhos são muito de a pesquisa sobre determinado assunto e o pessoal vai falando sobre Então nem sempre a gente fica naquela coisa do livro algum colega que não esteja necessariamente no meu grupo vai falando sobre e vai indo Então eu acho que é espaço para debate existe só que depende muito se for possível de fazer disseram tem colegas que não sabem como respeitar então se eu tenho uma opinião política que eu evito bastante expressar e alguém não concorda tem grande chances de ser atacado e assim vai indo

integrante 3 e outra coisa também sobre professor é que a gente tem receio de falar porque pode ter consequências vamos supor que o nosso professor de história proponha um debate e ninguém fala porque a gente tem medo de de que ele acabe diz contando nas nossas notas por exemplo porque ele tem uma opinião muito diferente da turma inteira Então a gente tem muito medo de falar com ele sobre as coisas porque a gente sabe que pode acabar refletindo negativamente para o lado da turma então às vezes não é só questão dos alunos mas é do professor também se ele está aberto ou não abrir este espaço

integrante X eu diria que no geral tanto para o aluno quanto para o professor para uma pessoa na rua ou para um familiar a gente tem muito medo da opinião pessoal dos outros O que é opinião dos outros vai influenciar de como ela vai agir com a gente então é muito fácil um professor que não gosta da tua opinião e falar Tipo a eu não vou levar em consideração isso porque eu não concordo E aí ele te influencia para o mal ele é negativo em relação a ti. Agora se alguém concorda muito contigo essa pessoa vai estar sempre ali mas ela sempre vai estar ali contigo porque você concorda com ela Então o meu receio maior como debate embora haja espaço O que é poder aplicar ele porque nem sempre a gente consegue aplicar aquilo que a gente pensa dizer aquilo que a gente pensa expressar no geral o que é gente quer dizer sem ter medo que aquilo vá prejudicar algum relacionamento como por exemplo a nossa relação em aula com os professores

e gente para encerrar essa conversa quero ver com vocês assim muito se fala que os jovens hoje em dia não são mais politizados, que não querem mais nada com nada. O que vocês pensam a respeito?

Participante A: eu realmente não me importo nem um pouquinho com política então eu posso te dizer que eu não sou politizado eu não voto e eu não votaria eu prefiro votar em branco

Participante B: tipo assim eu importo bastante com política eu estou vendo que está acontecendo em vários lugares eu sou adolescente eu sou negra gay um monte de coisa

então eu sofro muito preconceito então eu sou uma pessoa que tento lutar pelos meus direitos então eu me considero mais ou menos politizada

Participante C: mulher integrante dois integrante dois Tô que nem Camila menos Negra Eu também eu sempre me procuro me manter por dentro e também procurar coisas União mas também não só sobre a minha se não eu vou me manter dentro de uma bolha mas realmente Antes eu era bem mais intolerante mas hoje em dia eu dou risada porque tem coisas que não tem muito o que fazer mas tem muita gente que não liga nem um pouco e isso é um pouco ruim porque isso vai acabar refletindo em pessoas que realmente estão ali para tentar alguma luta por exemplo o caso da Camila que disse que tentou lutar pelos direitos e tudo mais até cotas em Universidade tem gente que diz e fala eu não ligo acaba pesando de alguma forma até porque o nosso presidente foi eleito por mais votos em branco e nulo no que nele de fato Então se tu não procura nem um pouquinho ler isso acaba sendo negativo para quem está lá tentando

Participante D: eu acho que a nossa geração está muito politizada gente tem mais direito de voto eu acho que estamos ouvindo bastante a gente hoje em dia e a gente tem um ótimo posicionamento nós somos bem posicionados para nossa idade mente porque quem não é influenciado pelo pai que já tem a sua própria visão às vezes vão optar pelo mesmo caminho Às vezes tem a sua própria opção e faz por si não faz porque o pai quer sei lá Então eu acho que a gente é bem politizado sim eu acho que antigamente tinha mais medo dos adolescentes em si assim porque era mais complicado e vai ser bem mais enquanto a gente se calar

Participante E: eu acho que quem falou mulher não está por dentro da realidade do jovem não está inserido na nossa sociedade assim por exemplo meu avô Ele sempre fala que o jovem não quer nada com nada que está nem aí para tudo Mas ele também é um cara que está nem aí para nada Tipo ele não busca notícia em lugar nenhum ele se ele prefere Se excluir de tudo isso que está acontecendo faz questão de não ficar preocupado com isso integrante 8 é que ele é os jovens de hoje em dia

Participante F: eu acho que os jovens de hoje estão bem politizadas mas eu acho que tem muitos que tem medo de falar o que pensa e a opinião do que os outros vão dizer vamos supor eu tenho e não tenho medo de dizer o que eu penso porque eu sei que alguém vai dizer alguma coisa para mim é só sobre política sobre outras coisas da vida Por que a gente hoje em dia é muito privado de falar contra as pessoas ou por causa dos adultos porque eles acham que são os donos da verdade porque eles viveram aqui em 1920 porque eles souberam que aconteceu e a gente não aqui para mim sim os jovens de hoje em dia estão bem informados eu não posso dizer que todos porque ainda tem muita gente que está vivendo bem a sua casinha e não quer sair deste e-mail às vezes é o meio que a família construiu o que vamos supor nos Estados Unidos eles conseguiram influenciar muita gente a votar no trump Por que eles não sabiam em quem votar eles não tinham escolha Então por meio de redes sociais Eles pagaram o maior preço para enfiar na mente das pessoas que ele era o cara que tinha que ser eleito e por essas pessoas não terem uma opinião não saberem a informação política elas foram influenciadas e acabaram voltando nele e eu tenho certeza que aqui no Brasil aconteceu muito isso porque teve muita gente da minha família que fez a mesma coisa que não queria saber de nada foram influenciadas e acabaram voltando nele

Participante G: eu acho que as pessoas estão bem erradas em relação ao Jovem ser politizado ou não meio que a maioria sim O problema é que para mim tem uma diferença muito grande entre ser politizado polarizado Porque por mais que eu não sigo a opinião de algumas pessoas Porque na minha crença eu só acredito que uma pessoa possa ser politizada se ela saber ver os outros lados porque é muito fácil eu opinar politicamente sem

procurar analisar o outro lado então eu diria que sim o jovem hoje em dia é politizado Mas ele também é muito polarizado quem acredita que o jovem não quer saber nada com nada normalmente é esta pessoa que não quer saber nada com nada eles pensam que a gente não sabe o que a gente está fazendo porque se na época deles eles não soubessem que eles estavam fazendo hoje em dia nós somos forçados a saber porque estamos sendo afetados diretamente então é meio que involuntário

Participante H: o jovem é mais politizado sim só que eu não tenho muito como comparar com outras épocas eu acho que hoje em dia é mais difícil comprar voto da gente gente acompanha mais as notícias e eu acho que esse são motivos para acreditar que a gente é mais politizado