

4. Impressos, internet e TV: diferentes percepções

Um dos blocos finais do questionário aplicado tratou, especificamente, das opiniões dos alunos sobre o consumo de notícias a partir de jornais, sites e televisão. As questões abertas sobre os meios de comunicação tiveram como objetivo verificar se os estudantes em questão percebem diferenças entre as notícias divulgadas pela TV, pelos sites e pelos jornais e se, de alguma forma, absorvem essas informações de maneira diferente, dependendo do veículo em que elas são divulgadas. Este capítulo traz os resultados desta parte do questionário, enfocando ainda a adequação de jornais e sites de notícia para jovens de sua faixa etária, na visão dos alunos pesquisados.

4.1 No site, no papel ou na televisão?

A internet é mais completa que o jornal. Essa é a opinião da grande maioria dos alunos que disseram notar diferenças entre ler uma notícia no papel e ler essa mesma notícia online. Como escreveu uma aluna de 17 anos, da escola Rio4, *“O jornal limita a notícia, a internet amplia a informação, possibilitando a pessoa a ter acesso a mais notícias e de outros casos que o criminoso tenha cometido, podendo pesquisar em outros sites”*. Outra estudante, da mesma idade, da escola Rio3, apontou: *“A internet é ilimitada de informação, a notícia vem mais completa e dá acesso a maiores informações, diferente do impresso que se limita a uma folha”*.

A preferência pela leitura de notícias na internet, em lugar do impresso, também foi reconhecida por Huang (2009), em uma pesquisa, de bases quantitativa e qualitativa, realizada com 28 estudantes americanos, sobre por que os jovens procuram pouco pelas notícias e sobre como transformar esses mesmos indivíduos em leitores ou espectadores da mídia no futuro. Nessa pesquisa, descobriu-se que 82% dos entrevistados buscavam a internet para ter acesso a notícias – e esse veículo vem seguido da televisão (54%), dos jornais (7%) e do rádio (4%). Algumas das principais razões para os jovens em questão abandonarem o jornal impresso, de acordo com o estudo, são: a preferência por outros formatos, como internet e TV; o formato datado, ou seja, antigo do jornal, o que faz com que seja muito mais difícil,

para esses jovens, encontrarem o que procuram no impresso; e o fato de o jornal ainda ser pago. Um dos entrevistados nessa pesquisa, inclusive, afirma que a apresentação dos jornais, pelo menos nos Estados Unidos, parece não ter mudado desde a década de 70. Esse mesmo estudante dá uma resposta muito próxima à da aluna da escola Rio4, que afirma que a internet lhe dá a possibilidade de procurar outros casos sobre um suposto criminoso, não limitando, assim, a notícia. Segundo ele, é provavelmente a falta de inovação que cria o desinteresse pelo jornal impresso.

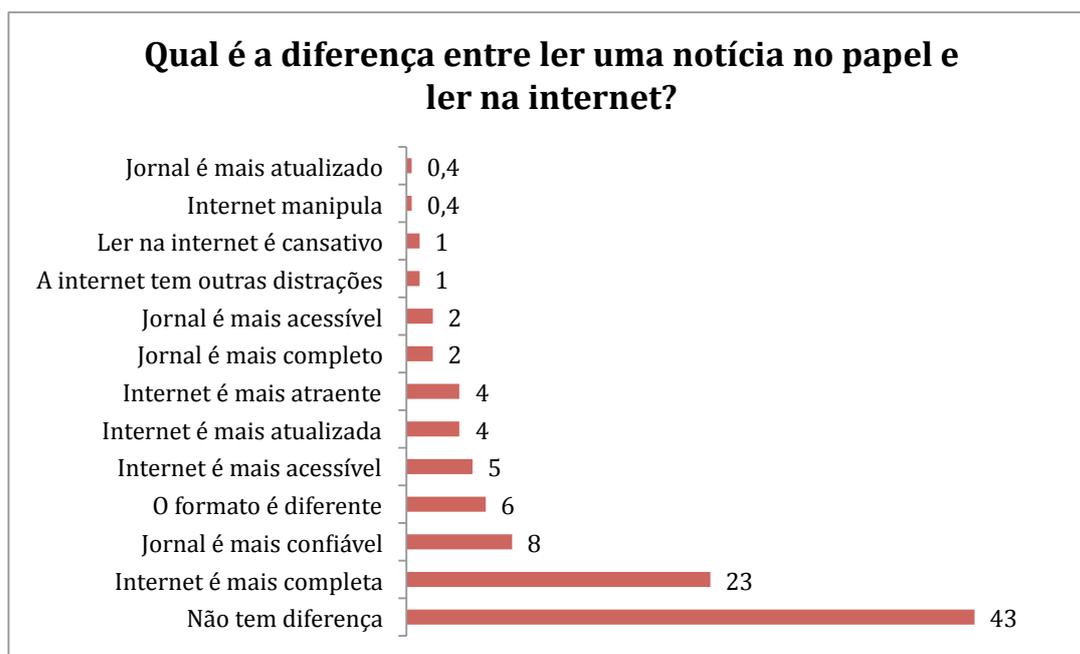
Fato é que a faixa etária que apresentou maior declínio em termos de leitores de jornal foi a dos jovens de até 35 anos (Robinson, 1980). Dos anos 1960 aos anos 1980, nos Estados Unidos, o número de americanos de 18 a 24 anos, que afirmavam ter lido o jornal do dia anterior, caiu cerca de 20 pontos percentuais. Uma das razões dadas por essas pessoas para terem abandonado o impresso foi o uso de outros meios para se manterem por dentro das notícias. Apesar dos esforços de muitas empresas jornalísticas, como o uso mais intenso de cores nos impressos, layouts mais modernos, aumento do tamanho das letras, criação de seções para jovens e mudanças de formato (quando o tabloide²³ passou a ser largamente adotado), o mercado jovem pareceu pouco se importar. Some-se a isso fato de que, já no fim dos anos 90, começa a surgir o que chamamos de uma convergência de mídias, e temos um cenário pouco favorável aos jornais impressos.

Eles (os jovens) não querem confiar no jornal da manhã para se manterem em dia com as notícias. No lugar disso, eles querem as notícias sobre as quais têm interesse em saber, “on demand”, quando elas fazem diferença em suas vidas. Eles querem ter o controle sobre a sua mídia, em vez de serem controlados por ela. (Murdoch, 2005)

As respostas fornecidas pelos estudantes que participaram da pesquisa desta tese para a questão das diferenças entre o papel e a tela do computador, de caráter aberto, foram categorizadas para serem melhor analisadas. Abaixo, o quadro com as respostas fornecidas pelos alunos, na ordem em que mais apareceram, divididas em categorias.

²³ Tabloide é um formato de jornal surgido no século XX, em que cada página mede aproximadamente 33 x 28 cm, menor que o formato Standard. As notícias são tratadas num formato mais curto e o número de ilustrações costuma ser maior do que o dos diários de formato tradicional.

Quadro 25



Microdados: “Jornais e sites de notícia: o que leem (ou não leem) futuros professores”

(Fischberg, 2011)

O maior percentual (43%) é de alunos que não veem diferença alguma entre ler no impresso ou ler através da internet. Nessa categoria estão as respostas de estudantes que afirmaram que papel e computador reproduzem as reportagens de maneira igual, ou que, por ser a mesma notícia, não há diferença na maneira como a recebem. “*É o mesmo conteúdo, por isso não vejo diferença entre saber da notícia pelo jornal ou pela net*”, afirmou uma estudante de 16 anos de Met 3.

Entre aqueles que apontaram diferenças, cerca de 8% sugeriram que o jornal continua sendo um meio de comunicação mais confiável do que a web. “*Se o site for confiável, até vai, mas o jornal é sempre mais confiável e as suas fontes são melhores*” (aluna de Met 4, 16 anos). “*A diferença entre papel e internet é que, se eu não souber a fonte, ou se a mesma não for confiável, terei conhecimentos falsos. Enquanto, no jornal, a probabilidade de erro desse tipo é menor*” (aluna de Met 3, 18 anos)

Na pesquisa “As causas do baixo consumo de notícia por parte dos jovens” (Huang, 2009), a maioria dos participantes – todos americanos - declararam confiar basicamente nas grandes organizações de mídia, como CNN, MSNBC e New York Times e recorrem, na internet, aos sites produzidos por esses gigantes da informação, para terem certeza da veracidade das informações às quais têm acesso. Sites de busca, como Yahoo! e Google, têm pouco apelo entre esses estudantes, de 15 a 30 anos, que afirmaram não confiar no tipo de informação à qual têm acesso por essas ferramentas.

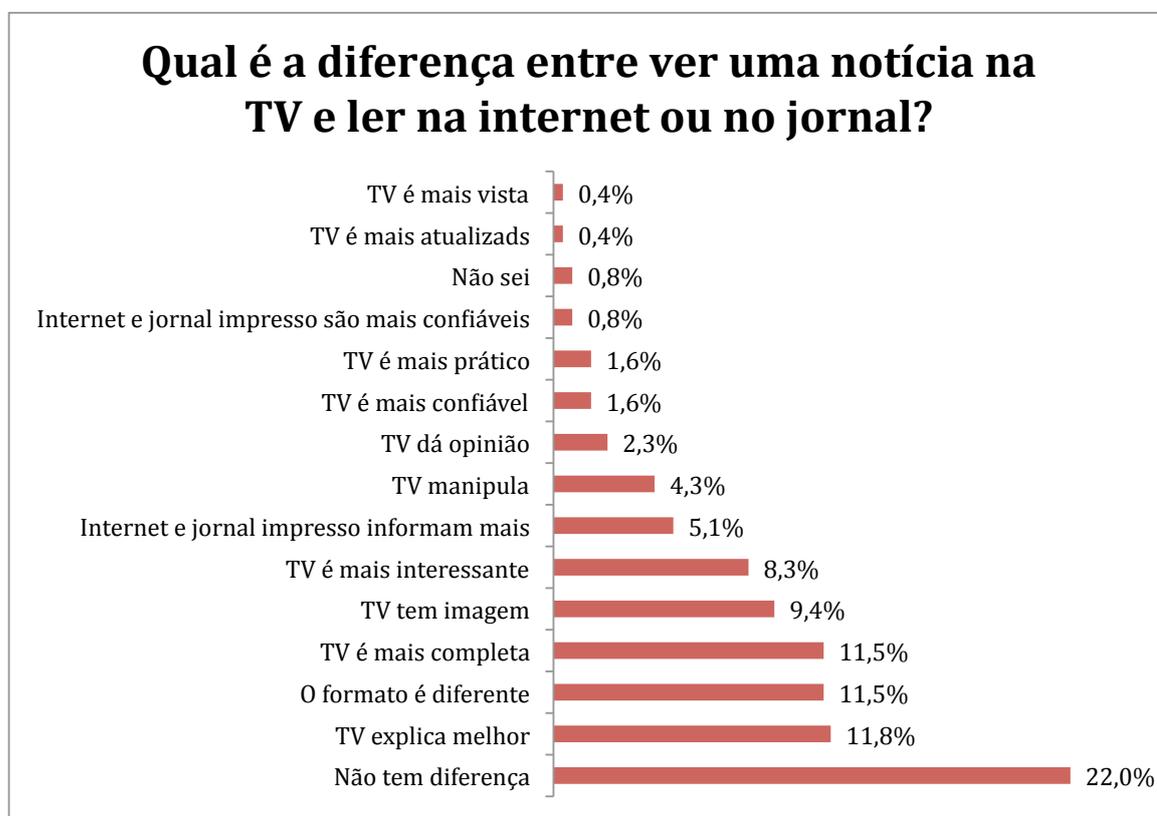
Em seguida, foram 6% aqueles que ressaltaram a questão do formato, para explicar por que notam diferenças entre os impressos e a internet, tanto na escrita, quanto na maneira como são apresentadas as notícias. Curioso é que as questões relativas ao texto, especificamente, foram mais numerosas. “*A escrita de um e de outro é totalmente diferente*”, explicou uma aluna de 20 anos, da escola Rio3. Outro estudante, de 17 anos, da escola Met2, foi além: “*Acredito que, no papel, pela maneira como é escrita, a notícia é mais subjetiva, as pessoas podem interpretar de maneiras diferentes. E na internet não*”. As respostas fornecidas podem apontar que a internet, mais do que os jornais, tem a tendência de “ir direto ao ponto”, como afirmou um dos entrevistados na pesquisa realizada por Huang (2009). Assim, por ter uma escrita mais concisa e mais direta, essencial para quem diz ter menos tempo para se dedicar à leitura de notícias e se interessa apenas pelo que acontece ao seu redor, a web sai em grande vantagem.

A questão da falta de tempo para se manter por dentro das notícias, aliás, é um dado obtido não apenas pela pesquisa de Huang, mas também algo constatado nas entrevistas realizadas para esta tese em fase pré-exploratória. Nos Estados Unidos, grande parte dos entrevistados afirmou que já está sob grande pressão com os estudos na escola e, algumas vezes, em empregos, mesmo antes de se formar. Além disso, eles afirmam ter outros interesses pessoais que tomam conta de seu tempo livre, como a prática de esportes e entretenimento. A fala de um desses jovens é reveladora: “*Como estudante pré-universitário, acho muito, muito difícil encontrar tempo para ler notícias ou assisti-las até. (...) Quando nós passamos cerca de 60 horas por semana estudando e lendo para as nossas aulas, a última coisa que queremos fazer é ler ainda mais. (...) Isso não significa, necessariamente, que nós não queremos saber*

o que se passa no mundo ou que não damos atenção a isso, só não queremos ainda mais trabalho” (Huang, 2009, p. 112).

Já quando são perguntados sobre as diferenças entre ler uma notícia em qualquer meio de comunicação escrito e ver esta mesma informação pela televisão, o número de alunos que não veem diferença alguma diminui: cerca de 22% dizem que, por ser a mesma notícia ou ter o mesmo conteúdo, “é tudo a mesma coisa” (contra os 43% que não veem diferença entre internet e impressos). Novamente, foram criadas categorias a partir das respostas fornecidas pelos alunos, para que fosse feita uma análise mais apurada do que disseram. Abaixo, o quadro com o que afirmaram os estudantes sobre as diferenças entre audiovisual e escrito.

Quadro 26



Microdados: “Jornais e sites de notícia: o que leem (ou não leem) futuros professores” (Fischberg, 2011)

A principal diferença apontada pela maioria dos estudantes, quando comparam a televisão e os meios de comunicação escritos, está no fato de a “TV explicar melhor as notícias”. Para uma aluna de 17 anos, da escola Met 1, “*No papel eles transmitem o básico. Na TV, eles explicam*”. “*Ver na TV é bem melhor, pois se entende melhor o fato ocorrido*”, explica outra aluna de 17 anos da Met 2.

Raeymaeckers (2002), ao investigar os padrões de consumo em relação ao tempo dedicado por jovens aos meios de comunicação impressos, chegou à conclusão também de que a TV é, de fato, o meio de comunicação mais consumido entre os holandeses com idades entre de 16 e 18 anos que participaram de sua pesquisa. Diariamente, esses jovens dedicam cerca de 130 minutos à televisão, contra 25 minutos para a leitura de revistas, 21 minutos para livros e apenas 15 para o jornal impresso. De qualquer forma, o autor traz uma questão importante sobre o assunto: ao contrário de muitos outros estudos, que tentam explicar o declínio do tempo de leitura como consequência do efeito negativo de se assistir à TV, o tempo que os jovens dedicam ao ato de ler é influenciado não só por essa, mas por muitas outras variáveis. Antes mesmo do surgimento da televisão, a leitura já era uma atividade “marginal”, uma vez que pesquisas realizadas nos anos 50 mostravam que o tempo dedicado a ela semanalmente, em média, girava em torno de 2 a 4 horas semanais, mesmo entre os leitores mais vorazes.

As pesquisas, atualmente, precisam levar em conta muitas outras variáveis além da presença da televisão. Agora, a mudança está em um maior foco do tempo disponível a partir da expansão das possibilidades de lazer, que competem entre si. No campo da mídia, o cenário vem ficando ainda mais diferenciado por conta da explosão de canais de televisão, jornais gratuitos, revistas especializadas, vídeo games e a internet. (...) Assim, a pesquisa sobre os usos da mídia precisa levar em consideração as diferentes mídias e também as características individuais e sociais do indivíduo. (Raeymaeckers, 2002, p. 371)

Muitos dos jovens que responderam o questionário acreditam que o repórter de TV, mais do que os profissionais que trabalham nos veículos escritos, tem maior liberdade de transmitir opinião e vem fazendo isso com mais frequência. Isso também pode explicar, em parte, por que eles acreditam que ver e ouvir a notícia dá a sensação de que ela é melhor explicada. Segundo uma estudante de 18 anos, de Rio 1,

“Na televisão, a forma de dar uma notícia muda, muitas vezes a opinião dos jornalistas são dadas após dar uma notícia”. A ideia é compartilhada por outra aluna, de 16 anos, de Met 3: “As pessoas que transmitem a notícia pela TV comentam a notícia, dando opinião”.

Em seguida, os alunos afirmam que é o formato/suporte a principal diferença e que ver e ouvir uma notícia na televisão em nada se assemelha a ler essa mesma informação em um veículo escrito. “Assistindo a uma notícia, você vê de uma maneira e, lendo, você percebe de outra”, diz uma aluna de Met 1, de 16 anos. “No jornal ou na internet temos que ler e, na TV, só ouvir. A interpretação muda bastante de acordo com o meio de comunicação”, segundo uma aluna de São Gonçalo, de 16 anos. Ou ainda: “É diferente ler e ver”, afirma uma aluna de 17 anos de Rio 2.

O fato de a TV “ter imagem” foi um ponto levantado por muitos estudantes. Esse tipo de resposta poderia entrar na categoria “formato”, mas, por causa do número expressivo de alunos que citou palavras como “imagem” ou termos como “imagem em movimento”, optou-se por criar essa categoria específica, uma vez que são as imagens em movimento que parecem fazer com que os alunos pesquisados deem tanto valor e crédito à televisão. “A informação pode ser a mesma, mas a televisão tem imagens e, por isso, dá a impressão de realismo”, explica uma estudante de 17 anos de Met 1. “Na TV tem imagens reais do exato momento do acontecimento e no jornal são apenas fotos”, de acordo com uma aluna de Met 2, de 18 anos. Desta forma, a TV parece ter uma aceitação maior por parte dos estudantes pesquisados, mais até do que a internet. De acordo com eles, uma aceitação maior do que os outros meios de comunicação também, uma vez que a televisão é mais interessante, mais completa, mais prática, explica melhor e, além de tudo, ainda tem imagens, o que lhe confere, de certa forma, um status de veículo de comunicação que mostra tudo, em detalhes realistas, diferentemente dos outros. “Na televisão a gente consegue ver o que aconteceu”, afirma uma aluna de 17 anos de Rio 3.

A imagem parece ter sempre exercido uma espécie de fascínio entre leitores e espectadores. Ainda no século XIX, gravuras e figuras, muito antes da invenção da televisão, colaboraram para o sucesso dos impressos no centro da vida cotidiana do Brasil e do mundo (El Far, 2006). As imagens nos romances, por exemplo,

retratavam as cenas de maior impacto, bem como eram as fotografias que, em livros científicos ou de viagens, comprovavam a existência de fatos, lugares ou pessoas distantes. Nos jornais diários do país, a fotografia só chegou na virada do século XIX para o século XX e, em um primeiro momento, ela se deu de forma mais tímida. Mas não demorou muito até que essa imagem passasse a fazer parte das notícias de destaque, pois era assim que os impressos encontravam um modo de oferecer, aos seus leitores uma pausa em meio a um mundo de textos. Desse modo, podemos entender como a imagem facilita o exercício da leitura, deixando o texto mais leve e prazeroso. De certo modo, podemos também entender a imagem em movimento como algo que chama ainda mais a atenção e, em certos casos, hipnotiza. Mais do que uma pausa no exercício da escuta na televisão, é a imagem que legitima o acontecimento e que, de certa forma, pode entregá-lo mastigado para a população de espectadores.

Mas não devemos entender a televisão e a mídia impressa como isoladas uma da outra. Martin-Barbero (2004) ressalta que a palavra de ordem entre as mídias é cooperação. Isso funciona como uma espécie de divisão de tarefas, o que faz com que a mídia impressa, por exemplo, se aproprie do que dá certo em outros meios de comunicação. Assim, com o rádio, por exemplo, a imprensa escrita aprendeu como estender sua gama de tons, tanto no plano material com diferentes tipos de letra, como também na sua prosa, com o tom sério que o jornalismo impresso, de modo geral, sempre tenta se diferenciar dos outros veículos. Já com as contribuições vindas do cinema, a imprensa escrita traduz a necessidade de dar movimento às páginas e enquadrar por planos, ou seja, organizar a página para que algumas notícias sejam situadas em primeiro plano e outras, ao contrário, fiquem em um plano tão geral que possam se confundir com o fundo do jornal.

Com a TV, a imprensa mantém um relacionamento bem particular. De um lado o desafio da iconicidade: mais fotos, melhor técnica, tanto na tomada como na impressão, o convencimento de que ‘uma imagem vale mais por mil palavras’ e, portanto, quanto mais imagem, mais informação e maior objetividade. Porém, paradoxalmente, a mais imagem corresponde mais imaginário, mais espetáculo, menos seriedade. Daí vem a consequência de que os ‘sérios’ como *Le Monde* continuem pura letra, sem uma foto. (Martin-Barbero, 2004, p. 94)

Mais interessados pela televisão do que pela internet, percebemos que os jovens pesquisados parecem não refletir muito sobre os meios de comunicação por meio dos quais têm acesso às notícias – a maioria diz não ver diferenças entre os diferentes suportes. Talvez isso seja causado por uma falta de educação ou conscientização para as mídias, o que certamente é grave e merece reflexão. Cada suporte, ou melhor, cada empresa jornalística edita a notícia de uma maneira diferente: algumas vezes por influência dos interesses políticos dos seus donos, ou porque quer conquistar uma fatia específica do mercado e há, ainda, várias outras razões. Daí entende-se a importância de ter atenção ao meio de comunicação como um todo e não só à notícia pela qual se interessa.

4.2 – Para quem os jornais e os sites são feitos

Como últimas questões do bloco de perguntas abertas, os alunos foram perguntados sobre a adequação dos jornais e sites de notícia para sua faixa etária. O maior número pessoas, cerca de 31%, disse que os jornais são feitos para todas as idades e não uma só. *“Se a pessoa quiser ler, não tem idade certa”*, diz uma aluna de 17 anos de Rio 4. *“Não só para a minha idade, mas para todas as idades. Jornal é padronizado e nós que temos que nos adaptar a ele. Ele possui notícias para todas as idades”*, diz uma aluna de Rio 3, de 17 anos. Mais uma vez, as respostas dos alunos sobre por que os jornais seriam ou não feitos para sua faixa etária foram divididas em categorias, para que fossem melhor analisadas.

Quadro 27



Microdados: “Jornais e sites de notícia: o que leem (ou não leem) futuros professores”

(Fischberg, 2011)

Em seguida aos que responderam que os jornais são feitos para todas as idades, vieram aqueles que disseram não acreditar que os periódicos impressos são adequados para a sua faixa etária porque possuem uma abordagem chata, adulta ou muito séria. “*Eles até trazem informações que são importantes para nós, porém eles não usam palavras, nem assuntos que tenham a ver conosco*”, diz uma aluna de 16 anos, da escola Met 4. “*Acho que os jornais abordam as notícias de maneira mais adulta*”, diz outra estudante de 17 anos, de Met 3. Ao mesmo tempo – e ironicamente – um número muito próximo de estudantes afirmou que o jornal é feito para pessoas da sua idade porque é, de alguma forma, importante. “*Pois na formação que estamos hoje, devemos estar todos bem informados sobre todos os tipos de notícia*”, afirma

uma aluna de 17 anos, de Met 1. “*Acho que na minha idade as informações são necessárias*”, diz outra estudante de 17 anos, de Rio 4. O que se poderia compreender, a partir dessas duas últimas falas, é que o jornal é uma espécie de necessidade, quer o jovem gostando ou não. Se juntarmos essa questão ao fato de que foram muitos os estudantes que afirmaram não gostar da abordagem dos jornais nos dias de hoje, além daqueles que disseram que os impressos têm uma linguagem difícil e que não agradam a quem tem menos idade, poderíamos ter um número ainda maior de estudantes que não se sentem atraídos por esse tipo de mídia.

Os jornais perderam um número bastante considerável de leitores, especialmente os mais jovens, nas últimas décadas (Zerba, 2004). Pesquisadores analisam que, se os responsáveis pelos jornais impressos não alcançarem esses jovens agora, neste momento, poderão perdê-los como leitores para sempre. Segundo Huang (2009), para reverter esse quadro, seriam necessárias três mudanças imediatas: uma nova linha editorial, com reportagens que se mostrassem relevantes para esses rapazes e moças, uma vez que eles se sentem atraídos por aquele tipo de informação que atinge mais diretamente suas vidas; os impressos deveriam se tornar mais objetivos, ou seja, irem direto ao ponto sobre o assunto de que tratam, dada a pouca paciência dos jovens para lê-lo; e, além disso, deveriam zelar também pela gratuidade da informação, algo imprescindível para quem é jovem e não ganha seu próprio dinheiro.

O número de estudantes que diz acreditar que os sites de notícia são feitos para pessoas de sua faixa etária é maior do que os que creem que o jornal é adequado para sua idade. Um total de 23% afirmou que os sites são para todas as idades e, diferentemente do que aconteceu com os periódicos impressos, os sites de notícia foram citados por muitos estudantes que responderam aos questionários como meios de comunicação com linguagem fácil, interessantes e que estão em um suporte do qual gostam, o computador, o que faz com que não haja tanta restrição a eles. A seguir está o quadro com as respostas dos alunos sobre a relação dos sites de notícia com as pessoas de sua idade. Novamente, as ideias desses estudantes sobre o assunto foram categorizadas para serem melhor compreendidas e analisadas.

Quadro 28



Microdados: “Jornais e sites de notícia: o que leem (ou não leem) futuros professores”

(Fischberg, 2011)

Estar em um ambiente conhecido e muito explorado pelos jovens, a internet, faz com que os sites de notícia tenham um pouco mais de apelo entre os estudantes. Cerca de 14% dos entrevistados disseram que, por estarem na internet, online, esses sites já parecem ser feitos para pessoas da sua idade. “*Os jovens buscam cada vez mais*

praticidade”, explica uma aluna de 17 anos, de Met 4. “*Os sites de notícia são diferentes porque têm aparência boa, são dinâmicos, interativos etc*”, afirma uma estudante de 16 anos do Rio de Janeiro. Além de estarem conectados por muitas horas ao dia, os jovens ainda possuem um outro tipo de ligação com a internet que não têm com o jornal: a produção de conteúdo. É nesse ambiente em que, certamente, eles se sentirão mais à vontade, pois é nele que também criam material em blogs, redes de relacionamento, sites de postagem de vídeo, entre outros. Dessa forma, a comunicação já não parece ser feita de cima para baixo, verticalmente, como acontece no caso dos jornais impressos, mas sim horizontalmente, em que os usuários podem receber a informação, repassá-la, bem como criar outro tipo de informação e ver esse conteúdo ser repassado também – até mesmo pelos próprios sites de notícia. Além disso, uma das principais alegações dos jovens para não acompanharem as notícias pelos jornais (Huang, 2009 e Raeymaeckers, 2002) é o fato de terem já hoje muitas tarefas escolares e muito material a ser lido, o que os deixa sem tempo e sem vontade de ler ainda mais.

Em uma fase exploratória de nossa pesquisa, em um primeiro momento, muitos jovens participantes mencionaram que o tempo limitado para o lazer era o principal motivo para pouca leitura. As muitas horas na escola e as horas que são consumidas pelo estudo em casa foram apontadas como responsáveis pela quantidade limitada de atividades de leitura. Jovens com atitude negativa em relação à leitura tendem a relacionar esse tipo de atividade a algo que gera esforço e que é chato. (Raeymaeckers, 2002, p. 377)

Sendo assim, os sites de notícia podem ser, para esses estudantes, um meio mais direto de ter acesso a informação. Desta forma, compreende-se que há um descompasso entre os jornais impressos, os sites e a televisão. Visto pelos jovens como algo necessário, mas não necessariamente atraente, os impressos possuem pouco apelo e são encarados como datados e caros. Pelas respostas obtidas nessa parte do questionário, percebe-se também que os sites de notícia vêm ganhando espaço, mas ainda de forma tímida entre os jovens futuros professores aqui no Brasil. A televisão ainda não cedeu espaço, como em outros países, para esse meio. É a televisão a detentora da “melhor explicação para a notícia” ou da maior veracidade na hora de repassar uma informação, já que tem “imagens em movimento”, “é mais realista”.

Os jovens de hoje, com idades abaixo dos 30 anos, são apontados, em diversas pesquisas realizadas no mundo inteiro, como a geração que mais vem apresentando insatisfação com os meios de comunicação ou que é a responsável, em parte, pelo futuro incerto do jornalismo impresso. Com necessidades específicas e um estilo de vida bem diferente daquele praticado há pouco tempo, cerca de 10 anos atrás, esses jovens mostram que é preciso bem mais que nova diagramação, outros formatos ou novas formas de se escrever e se fazer o jornal de papel. Não há fórmula, é possível até que não haja como reverter esse quadro, uma vez que seu ambiente hoje é, por excelência, a internet. Há que se pensar, então, em como atrair ainda mais essa faixa etária para o consumo de notícias através desses veículos, uma vez que nem mesmo a partir deles os jovens parecem se interessar muito. A questão da pressão exercida pela escola e por outros afazeres da vida cotidiana é reflexo de um tempo em que não há mais tempo, em que temos que listar nossas prioridades.