

“Minhas próprias notícias”: jornalismo e o público jovem brasileiro e português em contexto digital¹

“My own news”: journalism and the Brazilian and Portuguese young public in a digital context

“Mis propias noticias”: periodismo y el público joven brasileño y portugués en contexto digital

DOI: 10.1590/1809-5844201916

Juliana Doretto¹

<http://orcid.org/0000-0003-3078-2165>

(Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes, MidiAto - Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas. São Paulo - SP, Brasil).

Resumo

Este trabalho tem por objetivo investigar o consumo de notícias generalistas por adolescentes e crianças mais velhas brasileiras e portuguesas, com acesso a tecnologias digitais, em perspectiva comparada. A partir de entrevistas e grupos focais, identificamos que o termo “notícia” é entendido às vezes como algo que vai além da esfera do jornalismo (mas que está sempre ligado a algo que é novo, interessante e verdadeiro para as crianças) e que a imprensa tradicional por vezes é rechaçada ou negligenciada. A partir disso, defendemos que os produtos jornalísticos sejam mais transparentes no processo de construção do discurso noticioso, pois isso pode ajudar os leitores mais jovens a compreenderem melhor os elementos basilares (e, conseqüentemente, o papel social) do jornalismo, principalmente no ambiente digital.

Palavras-chave: Infância. Adolescência. Recepção. Notícias. *Internet*.

Abstract

The aim of this work is to investigate the consumption of general news by Brazilian and Portuguese adolescents and older children who have access to digital technologies, in a comparative perspective. By doing interviews and focus groups, we identify that the term “news” is sometimes understood as something that goes beyond the journalism sphere (but is always linked to something new, interesting and true to the children). The youngest also reject or neglect traditional press sometimes. From this, we argue that journalistic products should be more transparent in constructing news discourse, as this may help younger readers to better understand the basic elements (and hence the social role) of journalism, mainly in the digital environment.

¹ Parte das discussões deste trabalho foram apresentadas no II Simpósio Internacional sobre a Juventude Brasileira, realizado de 12 a 15 de agosto de 2017 em Fortaleza (CE), em trabalho que teve como título “Reconfigurações do conceito de notícia na recepção do jornalismo por crianças e adolescentes brasileiros e portugueses”.

Keywords: Childhood. Adolescence. Audience. News. Internet.

Resumen

Este trabajo tiene por objetivo investigar el consumo de noticias generalistas por los adolescentes y niños más viejos brasileños y portugueses que tienen acceso a tecnologías digitales, en perspectiva comparada. Ao hacermos entrevistas e grupos focales, identificamos que el término “noticia” es por veces entendido como algo que va más allá de la esfera del periodismo (pero que está siempre ligado a algo que es nuevo, interessante y verdadero para los niños) y que la prensa tradicional a veces es rechazada o descuida por ellos. A partir de eso, defendemos que los productos periodísticos sean más transparentes en el proceso de construcción del discurso noticioso, pues eso puede ayudar a los lectores más jóvenes a comprender mejor los elementos básicos (y, consecuentemente, el papel social) del periodismo, principalmente en el ambiente digital.

Palabras clave: Infancia. Adolescência. Recepção. Notícias. Internet.

Introdução

Tem um canal no YouTube sobre famosos e tal. Acho que vocês não conhecem. Até legal vocês pesquisarem [dirigindo-se às colegas participantes da discussão], que se chama Ok Ok². Eles postam várias *notícias* e falam sobre o que “tá” acontecendo, na *Internet*, principalmente, não fora disso [...] E também tem *algumas notícias*. Por exemplo, eu acho legal tutoriais que a pessoa ensina a fazer algumas coisas (DANIELA³, brasileira, entrevista em grupo n.1, out. 2014).

Daniela é uma menina brasileira de 11 anos. Estudante de uma escola particular de São Paulo, tem acesso a telefone celular e *Internet*. Em uma conversa em grupo, com mais duas meninas, colegas de colégio, da mesma idade, ela conta que um “tutorial” em formato de vídeo, postado em um canal da plataforma YouTube, de autoria não indicada, é para ela uma “notícia”. Ela não relata o mesmo entusiasmo com nenhuma outra forma de consumo de material jornalístico tradicional, para além do que vê na *web*: “Os jornais na TV são mais para adultos”.

Este trabalho, parte de tese de doutorado⁴, aborda o consumo de notícias generalistas por adolescentes e crianças brasileiras mais velhas (ou pré-adolescentes), tais como Daniela, em perspectiva comparada, no Brasil e em Portugal. No ano de 2014, entrevistamos, em

2 A descrição do canal é: “Famosos, fofocas, flagras, paparazzi e as principais notícias do mundo das celebridades”. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/canalokok>. Acesso em: 21 jun. 2018.

3 Os nomes dos entrevistados são fictícios, para preservar o anonimato.

4 Bolsa Capes 0860-13-1.

conversas individuais ou um grupo, 50 crianças de nove a 16 anos de idade⁵ em ambos os países (capitais e interior), de classes média ou média alta. Todos os entrevistados deveriam ter acesso às tecnologias digitais (*Internet*, celular ou *tablet*) – daí o recorte socioeconômico –, ainda que seu uso pudesse apresentar diferentes intensidades (de acordo com seu poder aquisitivo ou com as formas de mediação de pais, educadores e responsáveis). Isso se deu porque a pesquisa teve como objetivo entender as implicações desse consumo digital na dieta informativa dos ouvidos.

Em trabalho anterior (DORETTO; PONTE, 2015), já demonstramos que, na rede, os meninos e meninas se dedicam sobretudo a atividades de comunicação com seus pares e a ações de entretenimento, como jogar e ver vídeos, além das tarefas escolares. Nesse cotidiano, os meninos e meninas também têm acesso a conteúdos jornalísticos, ou ao que eles chamam assim. A pesquisa quantitativa TIC Kids Online Brasil de 2016, desenvolvida pelo Centro Regional para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, do Comitê Gestor da *Internet* no Brasil, mostra que 46% dos usuários de *Internet* entre nove e 17 anos, no Brasil, diz que lê notícias ou assiste a elas *online*. O estudo entrevistou 3.068 crianças e adolescentes, mas sua metodologia (com amostra probabilística) permite que os dados possam ser entendidos como válidos para a totalidade da população brasileira dessa faixa etária e com esse perfil. Por meio de um estudo de recepção, buscamos entender como se dá esse consumo de informação jornalística identificado na pesquisa descrita acima, ou seja, o que as crianças e adolescentes dos dois países consideram como “notícias” e porque buscam conhecê-las. Neste texto, abordamos meninos e meninas já na pré-adolescência, além dos mais velhos, porque percebemos comportamentos similares em relação a esse entendimento e também aos canais noticiosos consultados, conforme veremos a seguir.

O que as crianças pensam das notícias da grande mídia

Para entendermos melhor como se dá a relação entre as crianças e adolescentes brasileiros e portugueses ouvidos e o jornalismo generalista, é preciso voltar o olhar para o que já vem sendo estudado no campo da Comunicação, em ambos os países, sobre a recepção das notícias pela faixa etária de nosso interesse. Nos dois países-alvo de nosso estudo, encontramos, sobretudo, investigações que observam as crianças inseridas em suas redes sociais de pares (com tecnologias e códigos culturais compartilhados) e procuram analisar as consequências dessas interações nos modos como os meninos e meninas constroem sentido ao entrar em contato com discursos jornalísticos.

No Brasil, Orofino (2013) trabalhou com crianças de estatuto socioeconômico baixo, de nove a 11 anos, na cidade de São Paulo. A investigadora procurava estudar as percepções das crianças sobre a publicidade, mas, em seus estudos iniciais, observou que seus entrevistados citavam, sobretudo, o programa brasileiro “Cidade Alerta”, um noticiário policiaisco e com

⁵ O recorte etário refletia a principal faixa de público dos veículos jornalísticos destinados às crianças no Brasil e em Portugal que eram objeto da tese, mas também buscava ex-leitores desse tipo de produto, de acordo com o nosso desenho de pesquisa.

forte caráter sensacionalista, como importante referência midiática (conhecido por todos, em pormenor). Ela mostra que crianças de renda mais baixa acabam por assistir mais a telejornais populares e de caráter policial, por conta do hábito dos pais: “a recepção do Cidade Alerta junto às famílias de classes populares” [...] [ocorre] de múltiplas formas, enquanto estão cozinhando, jantando, falando da vida, do trabalho, da escola e que de fato as pessoas não estão vidradas na tela da TV” (OROFINO, 2013). Ela diz ainda que, para as classes populares, o noticiário policiaisco se aproxima de seu cotidiano, assim como as notícias dos programas jornalísticos mais tradicionais traduzem as preocupações das classes médias — daí o seu sucesso.

Em Portugal, o projeto de investigação “Crianças e jovens em notícia”, desenvolvido entre 2005 e 2007, além de analisar a representação das crianças e jovens portuguesas em peças noticiosas, também procurou ouvir as audiências infantis, em seu relacionamento com notícias dirigidas para adultos, “na escassez ou mesmo inexistência de informação noticiosa dirigida a segmentos mais novos da população” (PONTE, 2009, p.10). Desse projeto, analisemos o trabalho de Malho, Pato e Tomé (2009), que ouviram 246 crianças do quarto ano de escolaridade (entre oito e 14 anos), em Lisboa e Castelo Branco (cidade de médio porte, no centro do país), no ano de 2007. Os autores dizem que pouco mais da metade das crianças (56%) dizem ter o hábito de ler jornais, mas 55% das 107 que responderam à questão não conversam sobre os textos lidos com ninguém. “Apesar de muitas crianças não se recordarem de notícias⁶, entre as que o fazem dominam as matérias do Risco Social, o que coincide com os temas mais referidos na imprensa” (MALHO; PATO; TOMÉ, 2009, p.174).

Também dentro do projeto “Crianças e jovens em notícia”, Carvalho, Cadeço, Costa e Linha (2009) trabalharam com crianças provisoriamente em instituições de proteção (ou seja, que foram retiradas da salvaguarda de seus responsáveis em virtude de terem vivido negligência, abuso ou exploração). As investigadoras buscaram mapear as percepções desses meninos e meninas em relação às notícias apresentadas em jornais e em canais de televisão, além de estudar possíveis experiências que eles tenham tido no contato direto com jornalistas ou órgãos de comunicação. Foram realizadas 26 entrevistas, com crianças de ambos os sexos entre os seis e os 13 anos de idade; os inquiridos também realizaram desenhos, como forma de narrar marcas de subjetividade e lembranças de fatos noticiosos.

Como conclusões, a pesquisa aponta que a televisão é o principal meio de acesso daquelas crianças às notícias, não apenas pela presença mais frequente nas instituições de acolhimento (em relação a jornais e revistas) mas também pela preferência dos garotos e garotas que lá vivem. “Destacam o poder da imagem e a temporalidade associada, que, segundo as próprias, confere credibilidade ao discurso” (CARVALHO et al, 2009, p.186). Entre os tipos de notícia sobre as quais mais comentaram estão histórias não voltadas às crianças, sobretudo relacionadas ao esporte, assuntos culturais, ao consumo e ao comportamento,

⁶ A pesquisa não trouxe um número claro de quantas crianças se lembravam; diz apenas que houve 89 referências a notícias, o que indica que um entrevistado pode ter se recordado de mais de uma notícia.

além de acontecimentos trágicos, como tsunamis, o 11 de Setembro e acidentes de avião. Relatos noticiosos sobre crianças em situação de risco só aparecem nas falas depois desses assuntos, o que a pesquisadora atribui à experiência dos entrevistados, que viveram casos semelhantes e procuram evitar contato com essas lembranças.

Ainda em Portugal, Marôpo (2014) entrevistou crianças e adolescentes com origens africanas e moradores da periferia de Lisboa com o objetivo de identificar como o discurso noticioso atua em “suas negociações de identidades” (MARÔPO, 2014, p.203). Quinze crianças (entre nove e 16 anos) participaram do estudo, que durou nove meses e envolveu observação, interação informal e cinco grupos focais. Assim como no estudo de Carvalho et al (2009), os entrevistados demonstraram ser refratários às notícias que representam situações parecidas com as que vivem, mas, ao mesmo tempo, as crianças e jovens ouvidos creem que a representação negativa de sua comunidade na mídia, além de excessiva e descolada dos índices reais de violência do lugar, é a principal causa do estigma negativo que a região apresenta para além dos seus muros. A autora diz que esse fato contribui “para o fortalecimento, especialmente entre os mais velhos, de uma identidade local muito firme, um sentimento de desconfiança em relação à mídia e outros agentes sociais externos enfrentados pela comunidade” (MARÔPO, 2014, p.210).

Nas investigações acima descritas, podemos desenhar algumas conclusões mais gerais: a centralidade da televisão no contato das crianças com o jornalismo sobressai, fato que espelha a importância da mídia televisiva — gratuita, de fácil acesso e leitura — nas sociedades portuguesa e brasileira. Há ainda um claro sentimento de pertencimento, que atua na constante edificação das identidades: as crianças, ao verem notícias sobre sua comunidade, seu país (sobretudo quando se trata de grupos periféricos ou marginalizados), colocam-se como pertencentes àquele local, e mostram postura crítica frente a representações que, para elas, não condizem com a diversidade e complexidade que vivenciam em seu cotidiano local.

Fica claro também, nessa visada, que o discurso jornalístico, sobretudo o da televisão, está bastante presente no cotidiano dos meninos e das meninas, ajudando-os a construir significados sobre o cotidiano: surgem observações sobre situações e atores que os ameaçam, que os tranquilizam, que os unem e separam de outras crianças e dos adultos. As questões que envolvem o contexto nacional e adulto, no entanto, aparecem pouco. Essas pesquisas, porém, não detectam as novas relações que as crianças e os adolescentes travam com o jornalismo por meio dos aparatos digitais, bem como as consequências para os sentidos de mundo que constroem e para sua participação na vida social – objeto de nosso estudo, cujos resultados veremos a seguir.

“Minhas próprias notícias”

Nos discursos de nossos entrevistados, o “*feed* de notícias” ou a *timeline* do Facebook, do Twitter ou mesmo do Instagram aparece como um dos elementos estruturadores de sua “alimentação” noticiosa diária, principalmente entre os adolescentes, no caso português. No

Brasil, a influência das redes sociais já aparece com força nas entrevistas com crianças de 11 anos. Por meio dos textos e *links* publicados pelos “amigos” da rede social ou por páginas de organizações ou de personalidades (principalmente perfis oficiais de seus ídolos), os garotos e garotas leem informações novas para eles. Além disso, aplicativos instalados em aparelhos celulares, principalmente com artigos sobre esporte, chamam a atenção nos discursos dos garotos ouvidos (e não no das garotas). Ademais, em Portugal, o Google Notícias, um agregador de textos jornalísticos, é outra ferramenta muito citada pelos jovens, enquanto no Brasil foram relatadas buscas genéricas no portal de pesquisa Google, mas também com intenção de receber informações (sobre ídolos, no caso das meninas entre os 11 e 13 anos, e sobre outros assuntos de interesse, com os demais adolescentes).

Para uma parte das crianças e adolescentes ouvidos, é a novidade do fato — em relação ao conhecimento deles, e não a atualidade jornalística que o acontecimento encerra — que o define como “notícia” na *Internet*. Em outras palavras, é o ineditismo, em relação à percepção de mundo desses jovens, que faz o texto ou o vídeo ser considerado como algo da esfera do “jornalismo”, e não o reconhecimento de que aquela fonte é jornalística (na verdade, muitas vezes, o jovem leitor nem sabe dizer qual é a origem da informação). Fontcuberta (2010, p.8) diz que a notícia é um “conceito aberto”, que surge como produto final de um processo, cujo ponto mais importante é o início: “aquele [momento] em que alguém que tem esse poder define, ou melhor, classifica, nomeia o que é notícia. Se o jornalismo é poder, ele reside aqui: apontar o que, em cada momento, em que cada dia, é notícia” (p.8). E segue: “Poderia ser de outra maneira? Nunca se teorizou, nem praticou outra. [...] as alterações continuam a situar-se ao nível dos critérios e dos contornos, neste caso dos gêneros jornalísticos” (p.8). A autora ainda diz que “para uma informação ser notícia requer a união de três factores: a) ser recente; b) ser imediata; c) que circule” (p.18). E o terceiro fator está intimamente ligado ao segundo: a atualidade do fato está ligada à noção de que ele, em si (ou sua descoberta), seja recente e de que o período entre essa ocorrência ou achado e sua divulgação enquanto notícia, para um público massivo, seja o mais curto possível. É esse intervalo de tempo que diz se o fato é recente ou mesmo imediato.

As crianças ouvidas aqui, no entanto, fazem de “outra maneira”, para recuperar as palavras de Fontcuberta (2010), e às vezes se dão o direito de definirem, elas próprias, aquilo que é ou não notícia para elas. A informação continua a ser recente e circulante, tal como propõe a autora, mas não obrigatoriamente construída pelo campo jornalístico tradicional, ainda que as qualidades associadas ao jornalismo possam ainda estar presentes: a noção de notícia como algo crível se mantém. O consumo informativo desses jovens continua a ser estruturado com base na rotina noticiosa das famílias, que se centram sobretudo na TV (reforçando o que demonstra a revisão de literatura acima), 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. Nesse caso, nota-se também uma associação clara das crianças e jovens do jornalismo com empresas noticiosas tradicionais nos dois países e uma dificuldade em definir fontes somente *on-line* como jornalísticas ou não.

Vejamos o que dizem os meninos portugueses com 16 anos⁷, de Sintra (cidade próxima a Lisboa), que participaram de um grupo de discussão.

Pesquisadora: Só para entender um pouco como vocês “tão” falando do uso que vocês fazem... *Sites* de desporto [esporte]? Quais *sites* vocês gostam de ver?

Gabriel: Record [jornal esportivo].

Vários meninos: A Bola [jornal esportivo].

Gabriel: Zerozero.

Antônio: Há um *site* que se chama Zerozero⁸, que é desporto também, é sobre desporto, é muito bom.

Pesquisadora: São *sites*, é um *site* de notícias?

Vários meninos: Sim.

Pesquisadora: É um...

Antônio: Onde tem toda a informação.

Pesquisadora: Mas é jornalismo mesmo que faz... não é um *site* de fã?

Antônio: Ahmm, por acaso nem sei quem é que faz aquilo.

Hélio: Não sei também..., mas eu acho que é de jornalistas, mas... porque aquilo tem notícias boas e sempre verdadeiras.

Antônio: Atualizadas.

Hélio: Eles devem ganhar o dinheiro pelos anúncios.

Pesquisadora: Notícias do estilo da Bola ou...?

Antônio: Sim, só que num *site* onde depois não se transforma em jornal.

Gabriel: Eu no tablet tenho uma aplicação [aplicativo] que é de desporto, não preciso de ir à Internet, basta ir à aplicação e aquilo tem lá todas as notícias. (HÉLIO; GABRIEL; ANTÔNIO, portugueses, entrevista em grupo n.2, fev. 2014).

O debate transcrito acima mostra o desconhecimento dos meninos da natureza da fonte de informações que consomem com certa regularidade, num questionamento que parece inédito para eles (*por acaso nem sei quem é que faz aquilo*). Ao mesmo tempo mostram conhecimento do processo de produção industrial jornalístico (*Eles devem ganhar o dinheiro pelos anúncios*) e associam o noticiário profissional a informações *sempre verdadeiras e atualizadas*: num momento de reflexividade, gerado pela discussão, avaliam o *site* em discussão como “jornalismo” por conta da veracidade e atualidade dos dados fornecidos por ele, mas se nota que isso não era uma preocupação inicial.

7 Todos os nomes das crianças e adolescentes entrevistados são fictícios, para preservar suas identidades, como foi exposto no termo de consentimento esclarecido assinado por eles e também por seus responsáveis.

8 Na seção “Quem somos”, está descrito como: “Primeiro que tudo somos adeptos... Sempre entusiastas como os verdadeiros adeptos, por vezes irracionais como o verdadeiro adepto, imparciais q.b., mas acima de tudo sempre exigentes como o verdadeiro adepto”. No link “Ficha técnica”, contudo, está descrito: “é um meio de informação editorial, escrito e produzido por jornalistas, com uma forte componente na questão estatística”. Disponível em: <http://www.zerozero.pt>. Acesso em: 21 jun. 2018.

No Brasil, no grupo de discussão com meninas de 11 anos, do qual participou Daniela, citada acima, ficam claras tanto a variedade de fontes informativas das garotas quanto a visão de que a “notícia” para elas está ligada ao curioso (e não ao útil); as informações que desejam não são encontradas necessariamente em plataformas tradicionais de jornalismo, mas em redes sociais ou plataformas de busca.

Pesquisadora: E você, onde consegue as notícias do seu interesse?

Ana: *No Google, no Instagram*. Assim, eu vejo coisas que para mim não servem para nada, mas eu gosto de saber. Tipo o Fatos Interessantes.

Pesquisadora: O Fatos Interessantes é dentro do Instagram?

Ana: No Facebook também. E tem um *site* também⁹. (ANA, brasileira, entrevista em grupo n.1, out. 2014).

Em alguns casos, ainda que conheçam os nomes de jornais e revistas em papel importantes nos cenários jornalísticos de seus países, alguns jovens nem sempre os citam como fontes, mesmo na versão *online*. Os *posts* nas redes sociais ou em um aplicativo os contentam como fonte informativa digital. É o caso de entrevista com Mateus, tímido menino português, 15 anos, de Lisboa:

Pesquisadora: O que aconteceu com o Facebook, por que é que não usa mais?

Mateus: Porque não... [momento pensativo]. Não sei, eu uso muito o Facebook também para combinar coisas com os amigos e para falar, dizer qualquer coisa aos amigos que já mudaram de escola ou assim. Mas em geral vejo mais porque também tem informação e vídeos e assim.

Pesquisadora: De desporto também?

Mateus: Também.

Pesquisadora: Que tipo de informação lhe chama a atenção, futebol só?

Mateus: Futebol e algumas curiosidades assim, *notícias mais gerais*.

Pesquisadora: Jornais mesmo, páginas de jornais?

Mateus: Pois, nos jornais não tanto...

Pesquisadora: [...] Uma mensagem, um *post* de alguma curiosidade que um amigo passa, nesse sentido assim que está a dizer?

Mateus: Sim, sim, que vão publicando...

Pesquisadora: Você não olha exatamente para uma página específica de uma revista ou de um jornal. Você vai olhando o Facebook e...

Mateus: Sim, vendo as coisas.

Pesquisadora: Mesmo de desporto? Ou tem algum jornal que acede [acessa]?

Mateus: Não.

[...]

9 No Facebook, a página traz fotos, memes, vídeos do YouTube e compartilha publicações diversas. Disponível em: <https://www.facebook.com/fatosinteressantesnaweb>. Acesso em: 21 jun. 2018.

Pesquisadora: Que tipo de aplicações usa mais?

Mateus: No telemóvel [celular] até posso ver aqui... É mais sobretudo o YouTube, jogos, também notícias de futebol...

Pesquisadora: Que aplicação usa de notícias de futebol?

Mateus: É esta.

Pesquisadora: Como é que se chama? “Futebol [ao] Vivo¹⁰”?

Mateus: Sim. (MATEUS, português, entrevista pessoal n.1, jan. 2014).

Mateus conta que sempre vê o noticiário pela televisão com os pais, *à hora de jantar*. Apesar disso, na *Internet*, não se preocupa se a origem da informação sobre esportes, área que mais aprecia, é um produto jornalístico. Contentam-no *posts* que vê no Facebook (não de jornais especializados) e uma aplicação que tem no celular, que lhe avisa sobre o resultado dos jogos, que ele diferencia de um texto noticioso (*Por acaso aquilo não é tanto mais por notícias. Dá mais é atualização de jogos*).

Já Ricardo, um garoto português com 13 anos, de Lisboa (que faz pequenos filmes e os divulga no YouTube), diz que, apesar de acompanhar o telejornal com a mãe, o noticiário só desperta a atenção em áreas específicas, como o ambiente (*aquela coisa da vaga [onda] de frio lá na América*), tema recorrente no que toca ao interesse das crianças e jovens nas notícias. Quanto ao esporte, ainda que seja uma área de seu apreço, os produtos jornalísticos voltados ao tema não despertam sua atenção, assim como ocorre com Mateus. Interessa-se apenas por acompanhar o resultado dos jogos, pela *Internet*, sem citar fontes específicas:

Pesquisadora: Você me disse que só vê notícias se for...

Ricardo: Futebol.

Pesquisadora: O que é que você vê?

Ricardo: Hum... Por exemplo, se “tá” a decorrer um jogo... Pronto, tenho de ver o resultado do jogo e quem é que marcou os golos [gols], a que minuto, de que forma.

Pesquisadora: Mas você vê sites assim de... *sites* desportivos ou de jornais?

Ricardo: Não, só fui uma vez “pra” fazer um trabalho de geografia ao Correio da Manhã [jornal português].

Pesquisadora: Não te interessa esses *sites* assim?

Ricardo: Depende.

Pesquisadora: Só se for, se tiver interessado em alguma coisa muito específica...

Ricardo: Sim.

[...]

Pesquisadora: Sua mãe compra jornais ou revistas em casa?

Ricardo: Não. Já é raro comprar revistas, dantes comprávamos mais.

10 Descrição do serviço no Google Play, plataforma que reúne aplicativo: “Seu PF Live TV com as últimas notícias esportivas! Receba relatórios ao vivo, acesso exclusivo a conteúdo, como ticker ao vivo, destaques de jogos, vídeos e relatórios em vídeo.”

Pesquisadora: Agora leem pela *Internet*?

Ricardo: Sim, lemos pela *Internet* e também às vezes também temos assim umas prateleiras cheias de livros e começamos a ler os livros.

Pesquisadora: E telejornal vê, com sua mãe?

Ricardo: Sim.

Pesquisadora: Quase todos os dias?

Ricardo: Todos os dias mesmo.

Pesquisadora: E você gosta de ver?

Ricardo: Depende... quando é uma notícia assim mais interessante, sim. Por exemplo, aquela coisa da vaga de frio lá na América e isso, é uma coisa que, que eu acho que é mais interessante. (RICARDO, português, entrevista pessoal n.2, fev. 2014).

No Brasil, portais de notícias e *sites* de jornais apareceram com certa frequência nas entrevistas com os adolescentes e, em alguns casos, essas páginas alimentam o *feed* das redes sociais dos ouvidos – ainda que a consulta a esses recursos possa ser esporádica. Nesse sentido, registramos aqui o depoimento de Júnior, 12 anos, de São Paulo, que diz que não acompanha o noticiário com atenção, mas vê nos portais noticiosos tradicionais uma fonte para confirmar a autenticidade de alguma “notícia absurda” (como define as reportagens com fatos curiosos ou surpreendentes) que lê em outras páginas *on-line*, como “*blogs* de notícia”. O que reforça a ideia de notícia como algo “crível”:

Pesquisadora: Você se lembra de alguma outra notícia que chamou a atenção?

Júnior: Quando alguém morre, normalmente. Quando o ator... que morreu agora... que foi suicídio...

Pesquisadora: O Robin Williams.

Júnior: É. [...]

Pesquisadora: E a notícia veio por onde?

Júnior: *Catraca Livre*¹¹.

Pesquisadora: No Facebook?

Júnior: É. Daí eu fui lá conferir no UOL¹² [portal que não segue no Facebook].

Pesquisadora: Você não acreditou quando leu só no *Catraca Livre*?

Júnior: Eu acreditei, só que eu queria conferir se era aquilo mesmo ou se era uma notícia que eles tinham meio exclusiva, se eles publicaram sem ter muita certeza ou se era mesmo.

[...]

Pesquisadora: Você acha que a informação desses *sites* é mais confiável?

11 Site que, busca, segundo definição publicada na própria página, oferecer o “maior número possível de informações que mostrem possibilidades acessíveis e de qualidade, virtuais ou presenciais, em todas as áreas da atividade humana”. Disponível em: <https://www.catracalivre.com.br>. Acesso em: 21 jun. 2018.

12 Um dos principais portais noticiosos do Brasil. Disponível em: www.uol.com.br. Acesso em: 21 jun. 2018.

Júnior: É. [...] Não são *sites* que são só *blogs de notícia*, sabe. Daí o cara coloca qualquer coisa. O G1 [portal de notícias] é da Globo, e eles não vão pôr uma coisa sem pensar um pouco no que eles “tão” publicando. (JÚNIOR, brasileiro, entrevista pessoal n.3, ago. 2014).

Nota-se ainda, nas meninas adolescentes, portuguesas e brasileiras, certo descrédito em relação aos canais tradicionais de jornalismo quando noticiam fatos negativos sobre seus ídolos, como envolvimento com drogas e álcool (destaca-se, nas entrevistas feitas, o cantor canadense Justin Bieber). Vejamos o grupo de foco com meninas de 16 anos, em Sintra (Portugal):

Sandra: Porque é o meu ídolo e porque a *Internet* é a única forma de eu saber novidades acerca dele...

Pesquisadora: Mais do que TV...

Soraia: Que só diz mentiras.

Pesquisadora: Do que revistas...

Sandra: TV não vale a pena e revistas também não, *porque na Internet nós sabemos as coisas em primeira mão...* e sabemos aquilo que aconteceu no momento. Quando chega à televisão e às revistas a história já está um bocado distorcida, então é mais fácil ver a partir da *Internet*.

Pesquisadora: Então você está me dizendo: a TV só mente, quando chega aos jornais e às revistas a história já está distorcida. A *Internet* é uma fonte mais fidedigna? No sentido de... é mais confiável?

Sandra: Sim, porque *nós sabemos aquilo que acontece no momento...* E aquilo que se passou há um dia...

Soraia: E às vezes eles dizem-nos, escrevem sobre o que aconteceu, mas não é isso que depois dizem nas notícias...

Sandra: Exato. (SORAIA; SANDRA, portuguesas, entrevista em grupo n.3, fev. 2014).

Ou seja, o jornalismo conta, mas de modo negativo: para elas, há manipulação dos dados e uma tendência dos meios de comunicação em criticar esses artistas. A notícia “verdadeira” e mais recente (*o que acontece no momento*) — reforçando a ideia da “novidade” — estaria apenas nas páginas oficiais desses ídolos ou nas de pessoas que os conhecem pessoalmente. Carolina, 13 anos, de São Paulo, contou-nos que tem uma crença parecida, em relação ao que se passa com o mesmo cantor (consumo de drogas), o que mostra uma cultura de fã bastante similar entre as adolescentes dos dois países:

Carolina: A gente [os fãs] já sabia, mas eles pioraram as coisas. No Instagram ele é muito aberto

Pesquisadora: Quem piorou?

Carolina: A mídia. Ele foi preso, mas quantos artistas já não foram presos? Tinha gente [na escola] que sabia que a gente gostava dele e xingava a gente. E eu defendi ele [sic] até meu último fio de cabelo. [...] Ele errou, mas a *mídia piorou a situação*. Ele não usa tanto quanto eles falaram. (CAROLINA, brasileira, entrevista pessoal n.4, ago. 2014).

O distanciamento dessa garota em relação à mídia tradicional é tanto que, na entrevista, ela contou que, quando tem dúvida sobre o que vê num desses canais de informação, é à mãe que recorre. E narra uma situação dessas, ocorrida quando o candidato à presidência da República Eduardo Campos foi vítima de um acidente aéreo. Ela diz que: “*Tava*” na TV. *Morreu, morreu. Liguei para minha mãe para saber quem tinha morrido, o que tinha acontecido*. Além disso, sua relação com o noticiário genérico passa também pela mediação dos amigos:

Pesquisadora: E televisão, vê?

Carolina: Sim.

Pesquisadora: O que gosta de ver?

Carolina: MTV, a Fox...

Pesquisadora: Telejornal?

Carolina: Não... é muito triste... muito deprimente... é sempre desgraça... já sabemos que o mundo “tá” assim, não precisamos de imagens...

Pesquisadora: Mas você tem essa preocupação de saber o que “tá” acontecendo, até pela escola?

Carolina: Alguns dos meus amigos sabem porque *alguns veem telejornal e contam à turma toda* por isso não é uma preocupação minha ver o telejornal todos os dias. (CAROLINA, brasileira, entrevista pessoal n.4, ago. 2014).

Podemos caracterizar os casos relatados até aqui como um perfil de jovem (ou pré-adolescente, no caso brasileiro) cujo interesse pelas notícias jornalísticas é *circunstancial* (“vejo quando me interessa” é a fala que aparece com recorrência nos discursos desses jovens) e/ou limitado a um tema de interesse (como moda, esporte, ambiente e celebridades). Esse desejo de conhecer é saciado, digitalmente, com o “clique” no *post* que chama a atenção na rede social, com uma consulta a um aplicativo ou com uma busca no Google (no portal de notícias ou na página geral) — o que se enquadra num entendimento do que vem a ser notícia como algo novo e interessante (não necessariamente uma narrativa produzida dentro dos cânones do jornalismo, ainda que alguns dos casos narrados o seja, apesar do desconhecimento desse fato pelos jovens).

Além desse, identificamos outro grupo, que não apenas consome notícias de modo mais *sistemático* (com ênfase em *sites* ou na televisão), mas também tem mais *cuidados* com as fontes das informações no mundo virtual. Nesses casos, os garotos e garotas dizem

ser meritório saber o que se passa em seu país e no mundo, ainda que, em alguns casos, possam apresentar também uma visão de “notícia” que remeta apenas a uma informação inédita e curiosa para eles, como vimos no grupo anterior. É interessante notar que vários entrevistados com esse perfil afirmaram terem sido leitores relativamente frequentes de produtos jornalísticos quando crianças, num indício de que o consumo do jornalismo infantil pode se transformar num interesse pelo jornalismo generalista no futuro.

Como exemplos desse perfil, temos uma garota de 16 anos, Débora. Ela disse, no grupo de discussão realizado em Sintra (Portugal), que ler notícias para ela é habitual, sobretudo as de ciências, e que as busca no agregador Google Notícias: *É uma coisa que eu costumo fazer, interesse-me pelas notícias do mundo* (DÉBORA, portuguesa, entrevista em grupo n.3, fev. 2014). Outro caso é o de Patrício, garoto português com 12 anos, morador de Lisboa: seus pais, com ensino superior, influenciam sua rotina noticiosa ao trazerem um jornal diário para casa, mas o menino transfere por vezes a leitura em papel para a tela do aparato móvel:

Pesquisadora: Costuma ler jornais ou revistas?

Patrício: Sim, gosto de “tar” informado.

Pesquisadora: Que jornal ou revista você gosta de ler?

Patrício: O Público [jornal diário]. Acho que... eu gosto do Público.

Pesquisadora: Tem alguma parte que te chama mais atenção, que você gosta mais de ler?

Patrício: Acho que é um bom jornal. Também, não sou perito em jornais.

Pesquisadora: É um exemplar que recibes aqui em casa ou lê na *Internet*, no *site*?

Patrício: O meu pai costuma comprar sempre, também, por isso...

Pesquisadora: Então, na *Internet*, não lê muito?

Patrício: Às vezes tenho a aplicação, também dá “pra” ver, a capa e essas coisas todas. (PATRÍCIO, português, entrevista pessoal n.5, dez. 2013).

No interior português (cidade de Estremoz), João, um rapaz com 14 anos, em cuja fala destacou-se sua dedicação à aprendizagem da música, mostra a influência do hábito dos pais (ambos com ensino secundário) desde a infância na sua relação com as notícias. Em sua casa, o telejornal é visto na hora das refeições e, pela fala do garoto, é de interesse de toda a família. Ao contrário do que ocorre com Ricardo, o garoto português de 13 anos citado acima, que, apesar de acompanhar o telejornal com a mãe, só se atenta às notícias de seu interesse, João diz que é sua “responsabilidade” saber o que ocorre em seu país. Novamente, o esporte aparece com um tema de apreço, o que ocorre de modo recorrente nas entrevistas com os garotos: porém, João recorre ao jornalismo para se informar sobre o assunto:

Pesquisadora: Notícias? Coisas assim, coisas interessantes ...

João: Sim, notícias sim. Vou muito ao Sapo¹³ ver as notícias. Mais de desporto, gosto mais de ver notícias assim de desporto. E gosto de pesquisar sobre as notícias de desporto. Ver o que acontece, sim.

[...]

Pesquisadora: E notícias? Vê o noticiário na televisão?

João: Sim.

Pesquisadora: Todo dia?

João: Por vezes. Vejo quando estou a almoçar e jantar. Normalmente quando estamos a almoçar e a jantar é o que vemos na televisão.

Pesquisadora: Todo mundo?

João: Sim, todos. E todos temos um grande interesse por notícias.

Pesquisadora: Você gosta de ver notícias? Por quê?

João: Gosto de saber na situação em que estamos, o que aconteceu durante o dia, as curiosidades. Isso também faz parte da nossa responsabilidade saber o que...

Pesquisadora: Uh uh. Mais do que, não só o desporto, outras coisas também?

João: Sim, outras coisas também, né? Gosto de ver como está a situação do país, por exemplo.

Pesquisadora: Você se lembra assim quando é que começou esse interesse pelas notícias? Quando era menor ...

João: Os meus pais... O meu pai via muito notícias. O meu pai está sempre a ver, assim que chega à casa liga a televisão e vê as notícias. É. Se calhar [Talvez], às vezes estava sentado ao pé dele e comecei também a adquirir interesse, né? (JOÃO, português, entrevista pessoal n.6, fev. 2014).

No Brasil, a fala de Mário, um garoto de 11 anos, morador de São Paulo e filho de pais professores, deixa clara a interferência das opiniões paternas em seus costumes noticiosos, ao mesmo tempo em que desenvolve o hábito de buscar o que chama de suas “próprias notícias”, marcadas por fatos curiosos e pelo humor (elemento que aparecerá com destaque em outras entrevistas realizadas), as quais normalmente não são encontradas por ele em fontes jornalísticas tradicionais, mas em canais do YouTube que prezam pelo humor. Além disso, ele conta na entrevista que acompanha, com frequência, a revista “Mundo Estranho”, que fala de curiosidades científicas.

Mário: Não gosto de jornal. Gosto de ver *minhas próprias notícias*. Porque acho que, na TV, principalmente na Globo, os caras tentam manipular muito do jeito que eles dão as notícias. Então, eu gosto de abrir *sites* [mais à frente, ele conta que vê sobretudo o UOL]. Que eu tenho muito mais facilidade. Com a minha *Internet* dá para abrir várias abas, para ver qual a diferença, para

13 Portal noticioso português.

analisar tudo junto. Porque, se vai ver na Globo, depois vai ver na Record, a notícia é totalmente diferente.

Pesquisadora: Quem lhe falou isso da Globo?

Mário: Meus pais não gostam. Minha família é muito contra a Globo.

Pesquisadora: Você assiste a jornais de outros canais?

Mário: O que eu vejo muito são notícias absurdas. Não absurdas, mas as notícias que marcam mesmo. *Eu vejo os vloggers no YouTube* e eles postam muito *vídeo de notícias*. Na hora que teve aquela cratera no norte da Rússia. E é engraçado, porque eles fazem isso em ritmo de comédia. Mas eles informam muito também. (MÁRIO, brasileiro, entrevista pessoal n.7, set. 2014).

Considerações finais

Resumindo o que foi discutido neste trabalho, identificamos nas falas das crianças e adolescentes que seu consumo noticioso vai além das imagens do telejornal ao qual eles e os pais assistem, das notas que o rádio transmite (e que os meninos e meninas ouvem às vezes no percurso matutino no carro, para a escola) ou dos textos das revistas e jornais que a família possa receber. Ou seja, o que os meninos e meninas consideram como notícia não é necessariamente o que vem em fontes jornalísticas ditas tradicionais, sobretudo da chamada “grande imprensa”. Para os jovens entrevistados, o termo “notícia” é associado ao caráter inédito ou mais crível (segundo seus padrões) dos fatos vistos na *Internet*, e a fonte jornalística tradicional em certos casos é negligenciada ou rechaçada.

As referências à notícia como algo que vai além da esfera tradicional do jornalismo aconteceram quando os jovens falavam sobre seu acompanhamento de redes sociais e de aplicativos para celular e *tablet*, o que nos leva a discussões mais profundas sobre esse tipo de agregador de conteúdo. Essas plataformas provocam, em primeiro lugar, alterações na forma de consumir produtos jornalísticos elaborados por empresas tradicionais de mídia, já que se esvai nessas novas formas de divulgação a hierarquia noticiosa estruturada por editores em *homepages* – que envolve, sobretudo, critérios de definição de relevância do tema para o público leitor. Além disso, esses intermediários digitais têm cada vez mais espaço na “dieta” informativa da sociedade de vários países, em detrimento dos *sites* originais dos veículos de comunicação, oferecendo ao público informações vindas de fontes cujos produtores não são identificados (e que muitas vezes emulam a estrutura textual jornalística; caso das “*fake news*”). Isso pode ser um obstáculo à pluralidade informativa, dado que os algoritmos usados por redes sociais, por exemplo, tendem a concentrar o conteúdo oferecido ao usuário de acordo com suas prévias visitas a outros perfis da mesma plataforma ou a consultas de páginas da *Web*. Assim, caso o receptor não busque variar as suas fontes jornalísticas, driblando o caminho indicado por esses intermediários, “poderemos estar perante aquilo a que se chama uma ‘ameaça’, sobretudo pelo que isso pode significar em termos de condicionamento da matéria noticiosa e de pluralismo da informação” (CÁDIMA, 2013, p.30).

É necessário ainda que os produtos jornalísticos sejam mais transparentes no processo de construção do discurso noticioso, o que envolve, por exemplo, deixar mais claras as etapas de apuração e revelar aquilo que não foi possível comprovar, em vez de sua obliteração na estrutura do texto. Isso pode ajudar os leitores (não apenas as crianças) a compreenderem melhor os critérios que auxiliam na comprovação da veracidade de um fato transformado em notícia, principalmente no ambiente digital. Esse cenário auxiliaria ainda os jovens leitores que demonstram interesse pelas notícias (o que se deve sobretudo à mediação familiar), mas que ainda assim demonstram resistência ao trabalho da imprensa (como vimos em nossas entrevistas, mas também em estudos anteriores da área). Informar as crianças e jovens que começam a acompanhar as notícias sobre os elementos basilares do jornalismo pode auxiliá-los a ter mais autonomia e segurança para navegar no caldo espesso de informações que circula pela *Internet* e ter mais subsídios para analisar o jornalismo de forma ainda mais crítica e, assim, participar ativamente na transformação de seu cotidiano.

Referências

- CÁDIMA, F. R. A Google, o sistema de media e a agregação de informação. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun.**, São Paulo, v.36, n.1, p.19-37, jun. 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442013000100002&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 21 maio 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/S1809-58442013000100002>.
- CARVALHO, M. J. L.; CADEÇO, A.; COSTA, M. M.; LINHA, S. A voz de crianças em instituição (Sistema de Protecção): percepção e conhecimento sobre os media. In: PONTE, C. (Org.). **Crianças e jovens em notícia**. Lisboa: Livros Horizonte, p.177-190, 2009.
- DORETTO, J.; PONTE, C. Brasil e Portugal: infâncias contemporâneas e suas culturas digitais. **Contemporanea**, v.13, p.159-176, 2015. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/13133>. Acesso em: 21 maio 2018.
- FONTCUBERTA, M. de. **A notícia**. Alfragide: Casa das Letras, 2010.
- MALHO, M. J.; PATO, I.; TOMÉ, V. Vozes de crianças: estudo exploratório. In: PONTE, C. (Org.). **Crianças e jovens em notícia**. Lisboa: Livros Horizonte, p.165-176, 2009.
- MARÔPO, L. Youth, identity, and stigma in the media: From representation to the young audience's perception, **Participations: Journal of Audience and Reception Studies**, v.11, n.1, p.199-212, 2014. Disponível em: <http://www.participations.org/Volume%2011/Issue%201/11.pdf>. Acesso em: 21 maio 2018.
- NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR. **Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids online Brasil 2015**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2016. Disponível em: http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2015_LIVRO_ELETRONICO.pdf. Acesso em: 21 maio 2018.
- OROFINO, I. Crianças, televisão, cotidianidade: reflexões sobre a qualidade da programação de TV aberta no Brasil. In: CONGRESSO INTERNACIONAL COMUNICAÇÃO E CONSUMO. São Paulo, out. 2013. **Anais...**
- PONTE, C. Prólogo. In: PONTE, C. (Ed.). **Crianças e jovens em notícia**. Lisboa: Livros Horizonte, 2009, p. 9-12.

Juliana Doretto

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa. É pesquisadora do “MidiAto - Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas”, da USP. Foi professora do Programa de Mestrado Profissional em Jornalismo e da graduação em jornalismo do Fiam-Faam Centro Universitário. Atuou no Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic/Unesco - CGI.br), no portal UOL (de 2006 a 2010) e em diversos suplementos da Folha de S. Paulo (de 2002 a 2006). É mentora na área de infância e adolescência do Mural, agência de jornalismo das periferias. É autora de “*Pequeno leitor de papel: um estudo sobre jornalismo para crianças*” (Alameda, 2013). E-mail: jdoretto@gmail.com.

Recebido em: 13.07.2018

Aprovado em: 14.11.2018

