

Edição v. 42
número 2 / 2023

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 42 (2)
mai/2023-ago/2023

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

DOSSIÊ

“Não levo a sério”: jovens de classe trabalhadora e as representações da adolescência no jornalismo¹

“I don’t take it seriously”: young people from working-class and the representations of adolescence in journalism

JULIANA DORETTO

Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC Campinas) – Campinas, São Paulo, Brasil.
E-mail: jdoretto@gmail.com. ORCID: 0000-0003-3078-2165.

¹ Este artigo é baseado em trabalhos apresentados nos seguintes congressos: 31º Encontro Anual da Compós e 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, ambos em 2022. O conteúdo foi modificado e aprofundado. Não houve publicação de Anais no segundo evento, ao contrário do primeiro.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

DORETTO, Juliana. “Não levo a sério”: jovens de classe trabalhadora e as representações da adolescência no jornalismo. Contracampo, Niterói, v. 42, n. 2, p. 01-14, maio/ago. 2023.

Submissão em: 24/05/2023. Revisor A: 29/06/2023; Revisor B: 05/06/2023. Aceite em: 29/06/2023.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v42i2.58283>

Resumo

Este trabalho tem o objetivo de investigar como adolescentes de 14 e 15 anos, de Campinas (SP), consomem informação noticiosa e reagem a certas representações da adolescência propagadas pela imprensa. Para isso, realizamos dois grupos focais, envolvendo dez jovens de uma escola da área periférica da cidade, de classe trabalhadora. Nos resultados, reafirma-se, como a literatura vem mostrando, que os adolescentes compreendem as notícias de forma mais estendida, denominando assim a informação vinda de perfis em redes sociais, pois ali encontram temáticas de seus interesses. Percebe-se ainda que os entrevistados não concordam com as representações de sua fase de vida construídas pelo jornalismo, mas não as discutem com família e amigos. Isso se dá por uma certa indiferença em relação à imprensa, ainda que compreendam que tais abordagens interfiram no modo como são tratados pela sociedade.

Palavras-chaves

Adolescência; Jornalismo; Representações; Grupos focais.

Abstract

This work aims to investigate how 14 and 15-year-old adolescents from Campinas (SP) consume news information and react to certain representations of adolescence propagated by the media. To do so, we conducted two focus groups, involving ten young people from a school in the peripheral area of the city and from working-class. The results confirm, as the literature has shown, that adolescents understand news in a more extended way, designating as news information coming from diverse profiles on social networks, as they find themes of their interests there. It is also noticed that the interviewees do not agree with the representations of their life phase constructed by journalism, but they do not discuss them with family and friends. This is due to a certain indifference towards the media, even though they understand that these approaches interfere with the way they are treated by society.

Keywords

Adolescence; Journalism; Representations; Focus groups.

Introdução

Ser adolescente significa viver uma espécie de moratória (CALLIGARIS, 2009): apesar de o corpo e a cognição desses jovens já terem atingido estágios de desenvolvimento relacionados aos padrões vinculados à vida adulta, eles não são considerados capazes de participar de certas arenas da vida social, pois estariam ainda desenvolvendo condições de desenvolver e controlar suas potências e habilidades. Trata-se de um período cercado de incongruências, pois, ao mesmo tempo em que se acredita que os adolescentes podem tomar decisões importantes como a escolha da carreira e dos governantes, são considerados imaturos e irresponsáveis no controle de sua vida social e reprodutiva. Por outro lado, nessas gerações, são depositadas esperanças de renovação social, sobretudo em relação ao cuidado com o meio ambiente e com o uso revolucionário das novas tecnologias (BECKER, 2017; DORETTO e CASAQUI, 2022; BUCKINGHAM, 2007).

É importante, porém, pontuar que não existe apenas uma adolescência, que responde a esses ideais, mas que os jovens vivem essa fase de vida de diferentes modos, e que os de classes de menor rendimento socioeconômico por vezes assumem responsabilidades do dito mundo adulto — como a entrada no mercado de trabalho e a parentalidade — com muitos anos de antecedência em relação ao que ocorre com os das classes médias e altas (PARGA, 2003; SALLES, 2005). Assim, falamos em adolescências, no plural, de modo a marcar essas diferentes experiências, ainda que a concepção social que identifica essa etapa como um período probatório, de preparação (que os revolta, inclusive) perpassa a vida de todos eles. Daí também nosso interesse aqui em adolescentes periféricos, de classe trabalhadora.

Essa ausência dos jovens em certas ações participativas e decisórias se espelha na sua relação com a produção jornalística. Em primeiro lugar, os discursos dos adolescentes pouco aparecem nas narrativas noticiosas — como temos observado em nossas pesquisas, seguindo o que autores como Buckingham (2003; 2007), Marôpo (2015) e Ponte et al. (2009) atestam. Em segundo, poucos veículos jornalísticos brasileiros elegem os mais jovens (incluindo as crianças) como seu público principal (DORETTO, 2015). Em terceiro, na própria academia, identifica-se um número reduzido de estudos brasileiros que se voltam à análise do consumo noticioso por adolescentes (DORETTO, 2019). Todos esses fatores, ao nosso ver, são reflexo do período de moratória social em que esses jovens se encontram.

Apesar disso, nos resultados preliminares de nosso último projeto de pesquisa (interrompido em 2018),¹ em um estudo de recepção com adolescentes periféricos, observamos, como a literatura indica (CARTER, 2014; CONDEZA et al., 2014), que os jovens entrevistados manifestavam bastante interesse em conhecer mais sobre o mundo contemporâneo, e enfrentavam a escassez de produtos jornalísticos a eles destinados por meio do consumo de outras fontes informativas, que não as produzidas pelo jornalismo profissional — sem considerar as primeiras menos críveis que estas últimas (DORETTO, 2019). Os adolescentes entrevistados ainda reconheciam alguma importância das fontes tradicionais de produção noticiosa, como portais, telejornais e sites de revistas (o rádio apareceu pouco), mas entendiam que outras informações também podiam ser consideradas notícias, como *posts* de mídias sociais, aplicativos de entretenimento e vídeos do YouTube.

Eles não se preocupavam se a fonte da informação era jornalística, ou não (aliás, comumente, eles não sabiam indicar a origem dos textos), porque, para esses adolescentes, o que interessava era se a informação recebida tinha relevância em suas vidas e, sobretudo, se era compreensível. Em resumo: percebemos que os jovens, de forma geral, batizavam como notícia os conteúdos que fossem novos e interessantes para eles. Isso torna o processo aqui estudado mais complexo, já que esses jovens davam outros significados à noção de notícia, para além da produção jornalística. Daí o nosso entendimento de

1 Por conta do fechamento do Programa de Pós-Graduação a que estávamos ligadas e do nosso consequente desligamento da instituição.

que devemos falar aqui em "consumo noticioso", e não apenas em conteúdos jornalísticos, o que vem sendo confirmado também por estudos internacionais (TAMBOER et al., 2020).

Nessa pesquisa de campo, estávamos, portanto, interessados nas fontes acessadas pelos adolescentes periféricos na busca por notícias, para compreender que tipo de narrativa era consumida por eles quando queriam se informar sobre a atualidade. Na análise dos resultados, no entanto, percebemos que, ao comentar sobre o conteúdo noticioso, esses jovens traziam também suas visões de mundo sobre temas mais amplos, como o contraste geracional e seu papel político. Ponto esse que não foi trabalhado na pesquisa de campo.

A partir disso, neste estudo, partimos para a análise das leituras de mundo construídas pelos adolescentes no consumo midiático – “nossos próprios significados” nas palavras de Silverstone (2005) – em relação à própria condição adolescente, buscando entender em que medida os sentidos preferenciais ou dominantes (HALL, 2006), construídos pelos grupos sociais hegemônicos (no caso, os adultos e também a chamada “grande mídia”), são ressignificados ou incorporados. Entendemos assim, como pregam os estudos de recepção, que os sujeitos “são produtores de sentido e da própria história, embora não detenham controle da totalidade desse processo” (FIGARO e GROHMANN, 2017, p. 156).

Compreendemos a noção de *sentidos de mundo* de acordo com a perspectiva de Orlandi (1997, p. 31-32): “O homem está ‘condenado’ a significar. Com ou sem palavras, diante do mundo, há uma injunção à interpretação: tudo tem de fazer sentido (qualquer que seja ele)”. Ou seja, trata-se aqui de tentarmos compreender melhor as apropriações que ocorrem no processo de consumo midiático, quando, com base no que nos é oferecido (em concordância ou não com ele), produzimos significado sobre quem somos, sobre o outro e sobre a sociedade como um todo.

A partir desse cenário, o objetivo principal desta investigação é o de compreender se os adolescentes, por meio de consumo noticioso, criam estratégias, sobretudo nos seus grupos de pares, para fazer frente às estruturas hierárquicas discursivas que os separam do mundo dito adulto, ou seja, das esferas públicas e decisórias da sociedade, por meio da elaboração de outros sentidos de mundo —, com foco aqui na própria adolescência. Assim, espera-se compreender de que modo essas práticas midiáticas conformam estratégias de construção de significado dos adolescentes e investigar se elas se concretizam num modo de o “dizer vir a ser outro” (ORLANDI, 1997, p. 162), isto é, se se tornam uma forma de combate dos jovens em relação à situação marginal em que se encontram, sobretudo aqueles que moram nas periferias — já sabendo, inclusive, que esses discursos noticiosos trazem poucas vozes adolescentes. Desse modo, será possível analisar como essa interação midiática influencia os processos sociais em que os jovens estão envolvidos, ajudando-nos a entender as potencialidades do consumo noticioso na transformação dos papéis sociais ocupados pelos jovens, identificando pontos a serem mais bem explorados pelo próprio jornalismo e também pela escola, no estímulo a ações de cidadania.

Nesse sentido, Buckingham (2007) afirma que os jovens podem aparentar desinteresse em relação à política, mas, na verdade, eles efetivam sua participação cívica em outras esferas políticas, que não as institucionais, já que eles reivindicam seus direitos em áreas como a escolar e a do entretenimento. Além disso, esse afastamento está mais relacionado ao fato de que sua ação esbarra muitas vezes em proibições adultas e restrição de poder. Isso, por sua vez, espelha também a sua distância em relação ao jornalismo profissional, que seria uma de suas principais fontes de informação política: já que são destinadas aos adultos, as produções noticiosas não divulgam temas de seu interesse, e não trazem abordagens mais direcionadas ao seu cotidiano, o que não significa que eles não pensem sobre seu posicionamento como cidadãos e não desejem mudanças nessa estrutura. É nosso dever investigar a fundo esse processo, compreendendo as diferentes camadas de sua aparente desilusão.

A aparente rejeição dos jovens à política e ao jornalismo pode também ser entendida como um reflexo de seu sentimento de *exclusão* 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. Por que deveriam eles se preocupar 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, 2007, p. 249, destaque no original).

Em resumo, nossa abordagem joga luz à forma como os sujeitos dão sentido à produção noticiosa a partir de sua experiência, de forma a incorporar esses significados na sua constituição como adolescente, alinhando-se à perspectiva de estudos defendida pelos autores que destacam a sociedade midiaticizada: “As mídias são coprodutoras de nossas representações mentais, de nossas ações e relacionamentos com outras pessoas em uma variedade de contextos privados e semiprivados, e deveríamos considerar essa revolução significativa também” (HJARVARD, 2014, p. 23-24).

Metodologia

Em nossa pesquisa, realizamos dois grupos focais, com adolescentes de 14 e 15 anos, de uma escola pública de Campinas (SP), num distrito da cidade, distante 14 km do centro e com grande concentração populacional. Trata-se de uma unidade escolar com equipe administrativa e docente bastante ativa, que desenvolve várias atividades extracurriculares e que privilegia a gestão participativa, envolvendo os alunos em alguns processos de tomada de decisão. Com a ajuda de coordenadores e professores, organizamos duas reuniões, que aconteceram de modo presencial. Todos os adolescentes envolvidos participam de ações oferecidas pelo colégio em horários além do turno escolar.

Os debates ocorreram em dois dias porque nossa metodologia envolve duas etapas de trabalho. Na primeira, faz-se um mapeamento dos modos de vida e do consumo midiático e noticioso dos adolescentes. Na segunda, apresentam-se exemplos de reportagens a eles, para debate, de acordo com o que foi levantado no encontro inicial (ou seja, privilegamos temas, gêneros e fontes trazidos pelos jovens na primeira conversa), mas, ao mesmo tempo, trazemos outros exemplos, que contrastam com o material debatido.

Nesse caso, apresentamos uma reportagem do Jornal Nacional, telejornal que foi abordado durante as primeiras discussões, intitulada “Cai o número de jovens que deixaram de estudar e que não trabalham”,² que ouve apenas um jovem, e o texto “Adolescentes falam sobre o primeiro voto em 2022 ou sobre deixar para depois”,³ da Agência Mural, um coletivo de jornalistas que cobre as periferias de São Paulo, não conhecido pelos participantes, mas que entrevistou diversos jovens para a elaboração da matéria. Trouxemos também um post do perfil do jornal O Estado de S. Paulo no Instagram, sobre a então compra do Twitter pelo empresário Elon Musk.⁴ O canal não foi citado pelos adolescentes, mas a rede social Instagram é bastante acessada por eles. Falamos ainda de uma reportagem do canal Reload, no YouTube, que desenvolve material jornalístico destinado a jovens. Novamente, o canal não havia sido citado pelos jovens, porém o tema abordado no vídeo, “Descomplicando a guerra da Rússia com a Ucrânia”, foi discutido na primeira reunião. Por fim, trouxemos um vídeo postado por Renato Garcia, cujo perfil no YouTube aborda carros e motocicletas e tem mais de 24 milhões de inscritos. O título do post era “O acidente mais inusitado de todos! *quebrou meu carro*.”⁵ A ideia aqui era debater a

2 Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/01/04/cai-o-numero-de-jovens-que-deixaram-de-estudar-e-que-nao-trabalham.ghtml>. Acesso em: 26 abr. 2023.

3 Disponível em: <https://www.agenciamural.org.br/especiais/adolescentes-falam-sobre-o-primeiro-voto-em-2022-ou-sobre-deixar-para-depois/>. Acesso em: 26 abr. 2023.

4 Disponível em: https://www.instagram.com/reel/Cc1PSJwfdF/?utm_source=ig_web_copy_link. Acesso em: 26 abr. 2023.

5 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=147WaPtDRlc&list=UUhMJKHCD2wdvSO7CMOuLR-w&index=7>. Acesso em: 26 abr. 2023.

cultura automobilística, temática abordada durante os grupos focais, cujo consumo se dava, segundo os adolescentes, sobretudo em perfis de redes sociais, ainda que nem sempre eles conseguissem se lembrar dos nomes dos autores das páginas. Ambos os encontros duraram cerca de uma hora, cada um, pois esse foi o tempo possível, disponibilizado pela escola.

No segundo debate, porém, vários jovens que participaram do primeiro não compareceram. Isso ocorreu, cremos, porque a discussão se deu em novo horário: no primeiro dia, o encontro foi após o turno escolar; no segundo, antes dele, porque os alunos passaram a ter aulas extras. Assim, apenas duas garotas voltaram a se reunir conosco. Porém, outros dois jovens, que não estavam no primeiro grupo, fizeram parte da discussão.

Além disso, no primeiro debate, tivemos a presença de quatro professores durante as discussões. A docente que nos ajudou a organizar o encontro disse, durante a conversa, que os demais professores tinham de ter "ciência do projeto desenvolvido". Observou-se que são docentes muito próximos dos alunos, que não os deixaram desconfortáveis e também não interferiram na discussão. A participação mais ativa aconteceu quando um deles contou aos jovens sobre uma entrevista que concedeu à grande mídia, no fim do grupo focal. Sabemos que as condições ideais do encontro seria ter conversado apenas com os adolescentes, mas, como dissemos em outro lugar (DORRETO, 2022), as escolas possibilitam o encontro com os sujeitos participantes e nós, como pesquisadores, devemos respeitar as necessidades e as escolhas dos professores e coordenadores. Por fim, indica-se ainda que o projeto foi aprovado em Comitê de Ética em Pesquisa da PUC-Campinas, e os responsáveis pelos jovens e os adolescentes assinaram termos autorizando a sua inclusão nos grupos focais. As conversas tiveram o áudio gravado, que foram transcritos; as análises ocorreram de modo manual, sem o auxílio de *softwares*, buscando certa categorização dos comportamentos e opiniões observados, seguindo os preceitos da análise de conteúdo (BARDIN, 2002).

Abaixo, seguem quadros que resumem o desenho dos dois grupos focais, com algumas características dos participantes; os nomes dos jovens foram alterados, para que se mantivesse o anonimato (Quadros 1 e 2):

Quadro 1 – Grupo 1: Perfil dos participantes

Dia 1			Dia 2
Nome	Idade	Profissão dos responsáveis	
Marcelo	14	Pai é funcionário terceirizado de empresa de ferramentas elétricas e equipamentos de medição	Ausente
Daniel	15	Mãe é psicóloga; pai é marceneiro	Ausente
Amália	14	Tia é costureira; tio trabalha com empresa de ar-condicionado	Ausente
Andréia	14	Mãe trabalha em loja de colchões; pai instala <i>insufilm</i> em carros	Ausente
Julio	14	Pai é aposentado	Ausente
Eduarda	14	Pai está se formando em direito; mãe faz curso de técnico de enfermagem	Ausente
Tatiana	14	Pai é engenheiro civil; mãe é recepcionista em hospital	Presente
Ester	14	Padrasto trabalha em uma loja de autopeças; mãe é recepcionista	Presente

Fonte: Produzido pela autora

Quadro 2 – Grupo 2: Perfil dos novos participantes

Dia 2		
Nome	Idade	Profissão dos responsáveis
Luiza	14	Mãe está desempregada; pai é porteiro
Rodrigo	15	Não informado (jovem se integrou ao grupo depois do início, e a escola não nos enviou os dados posteriormente)

Fonte: Produzido pela autora

Pelos dados acima, nota-se que são jovens cujos pais ou responsáveis são, em sua maioria, trabalhadores da área de serviços ou da indústria (em dois casos, um dos adultos responsáveis pelos adolescentes tem curso superior), o que os caracterizariam como adolescentes de classe trabalhadora; portanto, não dominante. Importante notar também que não levamos em conta dados como renda familiar ou acesso a bens de consumo, mas sim a ocupação, pois nos parece que esse aspecto pode traduzir melhor o posicionamento desses jovens na estrutura sociocultural capitalista:

O importante na noção de *classe popular (baixa, média baixa)* e *dominante* são as relações que colocam as primeiras em posição subordinada em todos os campos da estrutura social. O conceito de popular ou subalterno dá conta da realidade heterogênea dos *trabalhadores urbanos* (e rurais) nas relações de produção, isto é, estende a noção de classe operária a trabalhadores de outras categorias (ZALUAR, 1994, p. 39) (RONSINI e SILVA, 2008, p. 57, grifos nossos).

Além disso, todos vão para a escola a pé, pois moram perto da instituição. Eles se conhecem e demonstraram alguma proximidade, sobretudo em certas duplas ou trios. A seguir, apresentaremos as análises de alguns dados levantados nas discussões.

“Eu acho errado. Mas vou seguir a minha vida”

Por conta dos limites deste artigo, vamos focar em três aspectos fundamentais: rotinas de consumo midiático e noticioso, percepções sobre as representações dos adolescentes difundidas pela imprensa e as reações a essas abordagens. Não iremos, também pelo escopo possível deste trabalho, analisar os discursos pelo viés de gênero, ainda que façamos essa distinção na transcrição. Não indicamos os nomes (trocados) específicos dos jovens ouvidos, pois, além da dificuldade da identificação clara das vozes, acreditamos que, nos grupos de discussão, o que nos interessa é a interação do grupo:

(...) o moderador de um grupo focal assume uma posição de facilitador do processo de discussão, e sua ênfase está nos processos psicossociais que emergem, ou seja, no *jogo de interinfluências da formação de opiniões sobre um determinado tema*. Os entrevistadores de grupo pretendem ouvir a opinião de cada um e comparar suas respostas; sendo assim, o seu nível de análise é o indivíduo no grupo. A unidade de análise do grupo focal, no entanto, é o *próprio grupo* (GONDIM, 2002, p. 151, grifos nossos).

Os adolescentes reportaram que, além de frequentarem as aulas, ajudam nas tarefas domésticas, e alguns indicam também a prática de esportes, como xadrez e skate. Eles têm aparelhos de celular com acesso à rede, e é por eles que circulam pelas redes sociais, plataformas em que passam boa parte de seu tempo livre. Instagram, TikTok e YouTube são as mais populares, em que eles acompanham conteúdos variados, como humor, moda, carros, astronomia, esporte e ecologia, ou ouvem música. Jogos eletrônicos e o Spotify, serviço de streaming de música, também foram citados. Vejamos excerto do grupo 1:

Ela: Primeira coisa eu arrumo minha cama, escovo o dente, tomo café, aí depois a professora me indicou um livro pra ler, aí eu tô lendo, aí depois eu faço atividade.

Moderadora: Que atividade?

Ela: De escola, se tiver. Depois eu arranho um tempo pra ficar mexendo no celular.

Moderadora: E o que você faz no celular?

Ela: Ah, eu acho que eu gosto mais de conversar com as pessoas.

Moderadora: Com amigos, WhatsApp? Como é que vocês passam o tempo?

Ela: TikTok, também gosto de jogar The Sims.

A televisão aparece, mas os canais abertos são mais referidos quando os hábitos midiáticos da família como um todo são reportados, e não apenas os deles. No grupo, dois jovens disseram que, nos seus aparelhos de TV, não têm acesso à televisão aberta. A plataforma de *streaming* de vídeos Netflix foi a mais citada quando questionados sobre o consumo audiovisual em casa, e o YouTube projetado na tela maior também apareceu (novamente, trechos do grupo 1).

Moderadora: O que você gosta na Netflix? Quem vê Netflix?

Ela: Nossa, eu amo assistir série.

Ele: Nossa, só eu que não.

Moderadora: Série?

Ele: É, série antiga, tipo Vikings.

[...]

Ela: Eu gosto de suspense, de ação e aventura, quadrinhos, anime, que eu também assisto e...

Ela: Ficção científica.

Ele: Eu gosto só da Disney, mas o que eu mais gosto é Carros.⁶

Ela: Ah, eu gosto de Barbie,⁷ só não tem na Netflix. Só tem no Youtube.

Moderadora: Vocês veem televisão pelo Youtube?

Ele: Sim, eu conecto o celular na TV e passa pra TV.

(...)

Ela: Lucas Lira.⁸

Ele: Nossa, eu assistia bastante. Agora não assisto mais. É um ator.

Moderadora: Videozinho curto que você coloca na televisão?

Ela: Às vezes é live.

São dados que reverberam aspectos já ressaltados nas pesquisas quantitativas realizadas pela Cetic.br (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação), que têm representatividade nacional: 62% dos adolescentes de 10 a 17 anos disseram ter conta no Instagram, rede social que mais cresce entre crianças e adolescentes; no TikTok, 58% disseram ter um perfil, o que torna

6 Trilogia de filmes de animação digital, lançados pela Walt Disney Pictures em 2006, 2011 e 2017, na qual os personagens são carros de corrida.

7 O canal Barbie Brasil traz vídeos de animação com a boneca. Tem cerca de 1,8 milhões de inscritos. Ver: <https://www.youtube.com/c/BarbieBrasil>. Acesso em: 26 abr. 2023.

8 Criador do perfil Invento na hora (<https://www.youtube.com/inventonahora>), com 14,2 milhões de inscritos, em que compartilha detalhes de sua vida, com a noiva e o filho.

essas duas mídias sociais como as mais populares entre os jovens.⁹

Ao cruzarmos esses dois cenários, surge então uma outra evidência, já citada neste trabalho e reforçada nesses grupos focais: é também por meio das redes sociais que *os adolescentes mais consomem o que chamam de notícia*, termo utilizado por eles para indicar um conteúdo novo e interessante, que consideram relevante em suas vidas, e não necessariamente produzido por jornalistas profissionais, como temos apontado em nosso trabalho (DORETTO, 2019), assim como Tamboer et. al (2020). Muitas vezes, eles nem sabem precisar a origem da informação, já que o conteúdo aparece no *feed* de suas mídias sociais, com postagens dos perfis que seguem e também com indicações que aparecem de modo automático. É que mostram os seguintes discursos, coletados na primeira discussão:

Moderadora: Agora a gente tá entrando no assunto notícia, jornalismo. Vocês acompanham então quando o pai e a mãe tão vendo? É isso?

Ele: Ah, TikTok também, tem nas redes sociais.

Ela: Só Instagram, a parte de fofoca. Eu não gosto de jornal.

Ele: Site de fofoca não.

Moderadora: Então me conta, quando é que, quando é que vocês veem, leem, escutam notícias?

Vários: Instagram... TikTok.

Ela: E pelo YouTube...

Moderadora: O que vocês veem no TikTok pra ver notícia?

Ela: Você vai rodando assim e vai aparecendo.

Moderadora: Aquilo que vocês estão seguindo, aparece. E o que é que vocês seguem?

Ela: Eu sigo esse negócio de meio ambiente e... é mais meio ambiente mesmo.

Moderadora: Que é o meio ambiente? E que página que é? Você lembra? De gente?

Ela: Não, eles falam assim sobre as notícias, por exemplo. Hoje eu vi uma sobre microplásticos que foi encontrado em um pulmão humano. Aí, tipo é sobre isso que fala mais ou menos.

(Grupo 1)

Em algumas falas fica explícito o entendimento aberto do termo notícia e de seus possíveis produtores, aproximando postagens de fãs e de canais midiáticos profissionais, não capitaneados por jornalistas: “Moderadora: o que é uma notícia sobre música? Ela: Por exemplo, saiu música aí, que tipo fez muito sucesso, né? Moderadora: E quem é que conta essa notícia? Ela: Ah, sei lá. Os fãs têm lá as contas, as pessoas têm um canal de notícia que vai postando... tipo, o Choquei¹⁰ lá. Todo mundo conhece, né?”.

O consumo de produções jornalísticas profissionais aparece em duas situações: acompanhamento do visionamento de telejornais por familiares e conteúdo de sites noticiosos, que muitas vezes surge em atualizações automáticas dos celulares dos adolescentes. Um dos jovens gosta de um telejornal vespertino sensacionalista pelo humor que ele identifica no narrador, Sikêra Jr. (Rede TV!). Ressalta-se também o destaque dado ao telejornal que cobre a região e é transmitido pela TV Globo, reportado por vários como um produto mais interessante, pela proximidade e fácil compreensão das notícias: “é mais legalzinho, porque é uma coisa mais natural”.

9 Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20221121120124/tic_kids_online_2021_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 26 abr. 2023.

10 “Um dos perfis de fofoca mais conhecidos do Brasil (...) O goiano Raphael Oliveira, 27, é quem comanda o Choquei. Formado em fotografia e publicidade, o rapaz decidiu, ainda durante a faculdade, não exercer nenhuma das duas profissões. Àquela altura, o perfil criado por ele no Instagram em 2014 como ‘uma brincadeira’ havia ganhado proporções inesperadas”. Ver: <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2022/02/26/choquei-o-perfil-de-fofoca-que-passou-a-cobrir-a-guerra-da-ucrania.htm>. Acesso em: 26 abr. 2023.

Moderadora: E o pai e a mãe, quando vê jornal, vê o que? O jornal... vocês lembram?

Alguns: EPTV.

Moderadora: Alguém tem pai e mãe que vê aquele mais sangrento, sabe?

Ele: Da Record.

Ele: Sikêra (risos)

Ela: Meu pai, ele gosta desses.

Moderadora: E você acompanha enquanto ele tá vendo?

Ela: Tipo Cidade Alerta?

Ela: É, tipo Cidade Alerta, Jornal da Band.

Moderadora: Você gosta do Sikêra?

Ele: Aham.

Ela: Eu gosto de assistir o jornal da EPTV. É 'mó' legalzinho.

Moderadora: Por que é que é legal?

Ela: Tipo sei lá, chama a atenção o conteúdo deles. Não sei como explicar.

E: Tão falando da sua cidade, né?

Ela: Eu fui esses dias na minha avó e ela estava assistindo. E aí apareceu o negócio, que é ter uma orquestra da EPTV. E eu fui ontem.

(Grupo 1)

Em relação aos sites, novamente o jornalismo regional é citado, por meio da página do G1 Campinas. Os professores também surgem na fala abaixo e em alguns outros momentos como uma importante mediação entre os jovens e as notícias produzidas por jornalistas profissionais. Ou seja, temos o caráter da proximidade bastante presente, seja pela indicação de pessoas de confiança dos entrevistados, ponto importante para os jovens (LISBOA, 2021), seja pelo conteúdo das reportagens, por abordar aspectos do cotidiano da cidade.

Moderadora: E na Internet, assim, em sites de notícias, vocês veem alguma coisa?

Alguns: Não, não. Nada.

Ele: Acho que só no G1. Porque notifica.

Moderadora: Aqui? No celular? Google Notícias, alguém usa?

Ele: Não, mas notifica às vezes também.

Ele: Eu uso às vezes.

Moderadora: Coisa de esportes?

Ele: Esportes e coisas da cidade.

Moderadora: E aí vêm de onde essas notícias? Você lembra?

Ele: No G1 Campinas.

Moderadora: Você gosta do G1? Alguém gosta do G1?

Ele: Ah, de vez em quando eu procuro alguma coisa lá sobre o esporte ou sobre coisas que eu não estava sabendo. Aí o professor fala, aí eu procuro lá por curiosidade.

(Grupo 1)

Assim acreditamos que, do mesmo modo que, nas redes sociais, o fato de os jovens confiarem nos perfis seguidos por eles faz com que os adolescentes consumam o conteúdo postado sem se preocuparem com as fontes da informação, a confiança nos docentes gera um movimento de interesse por certas

reportagens: “tem vezes que os professores trazem notícia para a gente, mas tipo em aula, sabe?”.

Nota-se, ainda, como já demonstramos neste trabalho, que os jovens não se veem em diversas representações jornalísticas, consideradas por eles como superficiais e pouco plurais. É o que mostra o comentário de uma adolescente, no grupo 2, ao falar de reportagem que trazia a informação de que “mais de 11 milhões de jovens brasileiros deixaram de estudar e não estão trabalhando”¹¹: “falar sobre jovem é legal, mas tipo, não explicar o que o jovem... por que eles largaram a faculdade, é uma coisa superficial. Eu volto a mesma coisa que eu falei da última conversa, quando os jornais, eles são muito superficiais, quando eles falam de jovens”. Na continuação do debate, uma participante disse que esse tipo de abordagem impacta a vida dos adolescentes: “Com o emprego, por exemplo. Vamos supor, eu vou lá procurar emprego e eu realmente quero trabalhar, realmente quero fazer uma faculdade, mas para ele tem uma impressão que eu vou dar trabalho, que talvez eu não seja compromissada, que ... entendeu?”. E segue: “Tem outros assuntos também, né? Que é aquele negócio do engravidar cedo, tem várias outras coisas que influenciam. Tipo, do pai, tipo ser super mais conservador por causa de medo, essas coisas”.

No grupo 1, houve relato semelhante, afirmando que a imprensa não procura expandir o conhecimento sobre os mais jovens, acusando os repórteres de não tentarem compreender bem o modo como os adolescentes veem o mundo e enfrentam as dificuldades da vida. Ouvir os jovens seria então um processo fundamental:

Moderadora: E você acha que o jeito que as notícias mostram os jovens é de fato o jeito que vocês são?

Elas: Não.

Moderadora: Por quê?

Ela: Porque muitas vezes eles não convivem, não têm esse convívio com a gente.

Ele: Às vezes, é muito “coitadinho”.

[...]

Ela: E tipo assim, é isso aí, tipo, da notícia, eu acho que... sobre eles não conhecerem a fundo os jovens.

[...]

Ele: Ou é muito “Ah, isso passa, é só adolescência...”

Ele: É, o cara sofre um negócio tipo depressão e fala “uma hora passa”. Não entende o que o cara tá passando.

Apesar do incômodo, os adolescentes não costumam discutir sobre essas imagens construídas pela mídia com seus pares. O debate com a família aparece, mas de maneira pouco intensa. Assim, os jovens mostram distanciamento e indiferença em relação ao modo como o jornalismo aborda sua geração. Em outro lugar (DORRETT, 2022), mostramos, contudo, que alguns adolescentes de classe média de 15 anos discutem mais entre si sobre os sentidos de mundo construídos pelo noticiário, o que pode indicar um viés social a ser mais bem explorado na continuidade desta pesquisa.

Moderadora: Vocês falam, quando você vê uma matéria dessa e não gosta, vocês falam disso com alguém?

Ela: Geralmente com meus pais

Moderadora: Você reclama?

Ela: Dependendo da notícia, sim

Moderadora: Você fala para eles assim...

11 “Cai o número de jovens que deixaram de estudar e que não trabalham” (Jornal Nacional).

Ela: Ah, falo o meu ponto de vista.

Moderadora: É? E eles?

Ela: Às vezes concordam e discordam

Moderadora: E aí você fala: "A gente não é assim"?

Ela: É, basicamente isso, mas, tipo, também não posso interferir porque é a opinião deles, né? Então, eu só respeito.

Moderadora: Mas vocês não conversam entre vocês sobre isso?

Ela: É... mais ou menos.

Ela: É uma coisa que, eu acho que, não levo a sério. Tipo, tá, ele falou isso, eu acho errado, tá bom. Vou seguir minha vida.

Moderadora [dirigindo-se a outra jovem]: Você também não fala nada sobre isso?

Ela: Nem assisto TV com meus pais.

Por fim, aqui lembramos também o que Berrutti (2019, p. 82), em seu trabalho de conclusão de curso, sob orientação de Furtado, identificou, em grupos focais com estudantes do Rio Grande Sul, de uma escola pública e outra privada, do terceiro ano do ensino médio: "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".

Considerações finais

Neste trabalho, tivemos a intenção de compreender como adolescentes de classes trabalhadoras de Campinas (SP) consomem informação noticiosa e reagem a certas representações da adolescência propagadas pela imprensa. Ouvimos, em duas discussões em grupo, dez jovens de uma escola da área periférica da cidade, com 14 e 15 anos. Nossa hipótese era que os adolescentes, sobretudo em seus grupos de pares, buscariam fazer frente a imagens dos jovens consideradas por eles superficiais ou incompletas, como forma de resistir ao poder adulto, buscando construir novos sentidos de mundo, que poderiam se contrapor aos modos como os mais velhos enxergam a realidade e como a adolescência vem sendo edificada.

Como resultados, reafirma-se, como a literatura vem mostrando, que os adolescentes não encontram no jornalismo profissional material do seu interesse, com exceção do noticiário local televisivo, considerado por eles como algo mais próximo de suas realidades. Eles, também como a pesquisa tem afirmado, compreendem as notícias de uma forma mais estendida, denominando assim a informação vinda de perfis diversos em redes sociais, em que encontram temáticas de seus interesses.

No entanto, ao contrário de nossas ideias iniciais, percebe-se que, ainda que não concordem com as representações de sua fase de vida construídas por grande parte do jornalismo profissional, os jovens não as discutem com a família e com os amigos. Isso se dá por uma certa indiferença em relação à imprensa tradicional, ainda que compreendam que essas abordagens interfiram no modo como são tratados pela sociedade. Esse distanciamento nos chama a atenção, e nos pede ações "para que a indústria informativa planeje estratégias editoriais que ofereçam maior oferta e diversidade para estes grupos" (CONDEZA et al., 2014, p. 62).

Referências

CALLIGARIS, Contardo. **A adolescência**. São Paulo: Publifolha, 2009.

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2002.
- BECKER, Daniel. **O que é adolescência**. Rio de Janeiro: Brasiliense, 2017.
- BERRUTTI, Laura S. **O consumo de notícias pelos adolescentes**: um estudo em colégios do ensino médio de Porto Alegre. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2019.
- BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. São Paulo, Loyola, 2007.
- BUCKINGHAM, David. **The making of citizens**: young people, news and politics. London/New York: Routledge, 2003.
- CARTER, Cynthia. The Point of News: Young people, critical news literacy and citizenship. *In*: WHITAKER, Lynn (Ed.). **Children's Media Yearbook 2014**. London: Children's Media Foundation, 2014. p. 77-83.
- CONDEZA, Rayén et al. El consumo de noticias de los adolescentes chilenos: intereses, motivaciones y percepciones sobre la agenda informativa. **Comunicar**, Huelva, s. v., n. 43, p. 55-64, jul. 2014.
- DORETTO, Juliana. **"Fala conosco!"**: o jornalismo infantil e a participação das crianças, em Portugal e no Brasil. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade Nova de Lisboa, 2015.
- DORETTO, Juliana. A mídia manipula quem tem cabeça fechada: adolescentes periféricos e a crítica ao jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 1, p. 66-77, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n1p66>. Acesso em: 12 jan. 2023.
- DORETTO, Juliana. O que é legal pra gente é chato para os velhos: produções de sentido sobre a adolescência no consumo noticioso dos jovens. **Anais do 31º Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Universidade Federal do Maranhão, 6 a 10 de junho de 2022.
- DORETTO, Juliana; CASAQUI, Vander. As múltiplas faces de greta: adolescência, ativismo, consumo e inspiração. **Contemporanea**, v. 20, n. 22, p. 25-49, maio/ago. 2022.
- FIGARO, Roseli; GROHMANN, Rafael. A recepção serve para pensar: um "lugar" de embates. **Palavra Chave**, v. 20, n. 1, p. 142-161, 2017.
- GONDIM, Sônia M. G. Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos. **Paidéia**, v. 12, n. 24, p. 149-161, 2002.
- HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte/Brasília: Editora UFMG/ Representação da Unesco no Brasil, 2006.
- HJARVARD, Stig. Miatização: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES**, v. 8, n.1, p. 21-44, jan./jun. 2014.
- LISBOA, Marcia. R. Narrativas jornalísticas sobre saúde, cuidado e risco, segundo adolescentes moradores de uma periferia do Rio de Janeiro, Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, n. 7, p. 2783-2792, 2021.
- MARÔPO, Lidia. Crianças como fontes de informação: Um desafio de inclusão para o jornalismo. **Revista Vozes & Diálogo**, v. 14, n. 2, p. 5-17, 2015.
- ORLANDI, Eni P. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. Campinas: Editora Unicamp, 1997.
- PARGA, José S. Para una sociología de la infancia. *In*: XXIV CONGRESO ALAS – SOCIOLOGÍA DE LA INFANCIA (Ed.). **Infancia y adolescencia en América Latina**: aportes desde la sociología, Tomo 1. Lima: IFEJANT, 2003. p. 109-290.
- PONTE, Cristina et al. Children and young people in the news: agency, voices and agendas. *In*: LIVINGSTONE, Sonia; HADDON, Leslie. (Eds.). **Kids Online**: opportunities and risks for children. Bristol: The Policy Press,

"Não levo a sério": jovens de classe trabalhadora e as representações da adolescência no jornalismo

2009. p. 79-95.

RONSONI, Veneza M.; SILVA, Renata C. da. Apropriações da cultura (sem classe) da mídia. **Intercom**, v. 31, n. 2, p. 55-74, 2008.

SALLES, Leila M. F. Infância e adolescência na sociedade contemporânea: alguns apontamentos. **Estudos de Psicologia**, v. 22, n. 1, p. 33-41, jan./mar. 2005.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?**. São Paulo: Loyola, 2005.

TAMBOER, Sanne L. et al. "We are a neeeew generation": Early adolescents' views on news and news literacy. **Journalism**, v. 23, n. 4, p. 806-822, abr. 2020.

Juliana Doretto é professora e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte e no curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. É bolsista do Programa de Investigação Pós-Doutoral em Ciências Sociais, Infância e Juventude da Clacso (Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales), doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa e mestre na mesma área pela Universidade de São Paulo. É autora de Pequeno leitor de papel: um estudo sobre jornalismo para crianças (Alameda). Desde 2021, é jornalista Amiga da Criança, título concedido pela Andi-Comunicação e Direitos. Pesquisadora cofundadora da Rede de Pesquisa em Comunicação, Infâncias e Adolescências (Recria). É diretora do Coletivo de Jornalismo Infantojuvenil (Colo). Bolsista Produtividade – categoria 2 do CNPq.