



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Consumo juvenil de notícias na internet¹

Youth consumption of news on the internet

Glaíse Bohrer Palma

Palavras-chave: consumo; juventude; notícias.

A presente comunicação tem como objetivo compreender como os fluxos de comunicação da sociedade midiaticizada afetam no consumo juvenil de notícias via internet. Temos a juventude como categoria-chave para o estudo, optando por um recorte empírico que dê conta dos jovens matriculados na rede privada, estadual e federal de ensino médio da cidade de Santa Maria. Nossa pesquisa parte da preocupação com o consumo de jornalismo, que tem a notícia como o objetivo que move a atividade jornalística. Segundo Sousa (2005, p. 74) “a notícia é o resultado pretendido do processo jornalístico de produção de informação”. Estamos preocupados com o modo de acesso à notícia e os caminhos trilhados pelos jovens na internet. Os jovens se interessam por notícias? Pensam ser importante manterem-se informados? Que assuntos lhes interessa? Como se dá esse consumo de notícias? Para trilhar o caminho da pesquisa optamos por utilizar métodos quantitativos e qualitativos.

O consumo midiático juvenil é marcado por uma nova realidade comunicacional que vivenciamos frente à hiperconexão. García Canclini (2009) lembra que, com o avanço das tecnologias de comunicação, o fato de estar conectado ou desconectado é estratégico e gera novas modalidades de diferenciação, igualdade ou desigualdade. Ao

^{1 1} Trabalho apresentado ao III Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 6 a 10 de maio de 2019



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

focar nos aspectos comunicacionais, as velhas diferenças e desigualdades se reelaboram e aparecem novas maneiras de equilibrar ou desequilibrar as relações sociais.

Os jovens investigados em nosso estudo estão mergulhados em uma sociedade mediatizada, não apenas por serem integrantes de uma coletividade maior que vivencia a atualidade, mas por sua geração formar o grupo que, guardadas as devidas considerações acerca de classe social e acesso aos meios, já nasceu circundada por redes e fluxos de comunicação que se “misturam com todos os aspectos significativos do funcionamento social”. (FAUSTO NETO, 2006, p. 10). Nos novos modos de organização social a realidade está atrelada a um ambiente de fluxos, em que se reformulam os modos de expressar a realidade, visto que a mesma é constituída na atual ambiência midiática. Para Fausto Neto (2006), a mediatização ocorre de modo transversal e relacional, afetando o campo midiático, assim como o das instituições e de seus usuários.

É primordial para uma análise sobre o consumo midiático de jovens, compreendê-los então como indivíduos que já nasceram em meio a telas e à velocidade da informação. Tendo em vista que compreender a mídia como um processo é entendê-la como historicamente específica (SILVERSTONE, 2002) consideramos aqui a investigação sobre o consumo midiático dos jovens em uma sociedade mediatizada, em que não apenas os meios estão presentes em todas as esferas de nossa vida, mas que modifica os nossos modos de viver e de lidar com a experiência do que é o mundo hoje.

Quando Martín-Barbero assume como foco as ‘mediações comunicativas’ compreendemos o comunicativo como protagonista e nos parece compatível aproximar essa construção teórica com o conceito de mediatização, que traz a comunicação como cerne dos processos sociais da atualidade. Há uma imersão social, por vezes involuntária, ou não consciente, por meio da qual as telas, largamente disseminadas



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

atualmente, e as informações advindas dos meios de comunicação de modo geral perfazem um processo de experiência do vivido.

As ‘bolhas interacionais’ são encontradas quando os jovens ouvem dicas dos amigos sobre o que ler e o que acessar na internet. As linhas do tempo das redes sociais servem também como meio de propagação de sites, em que jovens ‘curtem’ as páginas que os amigos compartilham e assim forma-se uma rede de indivíduos seguindo as mesmas publicações e difundindo entre si os mesmos gostos e leituras na web. Estes dados reiteram a reflexão proposta por Ceccantini:

As práticas culturais dos jovens são hoje complexas, múltiplas, inter-relacionadas e se apoiam fortemente num processo lúdico e de socialização, que, por sua vez, adquire contornos cada vez mais globalizados. Em outras palavras, dificilmente um jovem lê um livro “de forma isolada”. E entenda-se essa expressão na sua ambiguidade: tanto no sentido de ler um livro e se restringir a ele ou de ler um livro na solidão e apenas para si mesmo. (CECCANTINI, 2016, p. 89)

A mídiatização e a conectividade são fatores constituintes do universo em que a juventude se insere. Um estudo sobre como os jovens consomem notícia indica que este processo ocorre principalmente por meio dos celulares, de modo difuso, imerso nas redes sociais. A investigação, realizada pelo Centro de Estudos de Mídia e Sociedade na Argentina (MESO) em conjunto com a Universidade de San Andrés (Argentina) e a Universidade Northwestern de Chicago (EUA) introduz o conceito de ‘notícia incidental’, ou seja, não há o hábito de buscar notícias no computador, TV ou jornal, mas sim o consumo fortuito, nas *timelines*. A pesquisa ouviu 24 jovens na Argentina, na faixa etária dos 18 aos 29 anos, a maioria pertencente à classe média e média alta.

Como retrata a pesquisa

La mayoría de los entrevistados accede a las noticias por medios digitales, usualmente a través de dispositivos móviles, como una práctica secundaria de su monitoreo de las redes sociales. No entran en contacto con el universo digital para buscar noticias, sino que se encuentran con ellas en los feeds de sus redes, entremezcladas con



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

anécdotas graciosas de amigos, pedidos de ayuda y fotos de viajes, animales y comidas. A veces clicke an en los titulares y dedican poco tiempo a leer la información más allá del título y la bajada, para luego volver a Facebook o interrumpir el consumo mediático porque hay que bajar del colectivo y empezar a caminar. (BOCZKOWSKY, MITCHELSTEIN e MATASSI, 2016, online)

Os autores ressaltam que, na atualidade, mais do que nunca, as redes de contato são grandes fontes de influência, as quais moldam o menu informativo que chega às linhas do tempo dos indivíduos. Se assim for, afirmam os autores, talvez estejamos frente ao surgimento de uma nova cultura midiática, mais livre, com menos hierarquias em que há uma multiplicidade de atores e uma maneira mais diversa de informações distribuída. No entanto, observamos em nossos estudos ainda uma preponderância dos jovens em seguirem sites da mídia hegemônica, tendo poucas menções acerca de leitura de páginas ‘alternativas’. E esta prática é mantida pelo fluxo comunicacional em que jovens seguem outros jovens em um movimento circular.

Neste processo, há um grande mosaico em meio a histórias, opiniões, informações de todo tipo e procedência. Os jovens não sentam e dispendem um tempo para ler jornal, mas acessam as informações pela tela de um computador ou celular através das redes sociais. Nas palavras de Boczkowsky, Mitchelstein e Matassi, os “jóvenes no se posicionan como sujetos que usan los medios, sino que viven en ellos, como si se tratase de un ambiente digital afín a los ambientes urbanos y naturales que engloban sus vidas cotidianas”. (idem, 2016, online)

Estar nas redes faz parte da vivência destes estudantes como algo intrínseco à experiência de vida. Os jovens hoje leem notícias sem uma rotina, não há mais um ritual de ler o jornal no café da manhã ou ver o programa de TV de modo focado. Diversão e informação estão juntas nas telas, ocorrendo simultaneamente, durante os espaços de



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

tempo vagos no decorrer de todo o dia, em diversos pequenos momentos em que os jovens leem as atualizações da sua linha do tempo.

Em nossa pesquisa, encontramos um universo fragmentado, em que diversos dispositivos são acessados e o consumo de notícias é realizado de modo aleatório pelo que aparece na *timeline* das redes sociais, seja fruto de sites que os estudantes seguem, seja pelo compartilhamento de amigos.

No que tange à discussão sobre as transformações no processo comunicacional e levando em conta a importância das questões aqui levantadas para pensarmos o objeto de nosso estudo, a notícia, e a categoria a partir da qual operamos nossa análise, a juventude, a questão da convergência entre os meios é primordial para compreender os caminhos percorridos pela recepção na construção de novos processos cognitivos que perpassam a figura do ‘flaneur’ atual, organizando novas formas de leitura e de relação com os meios.

A pesquisa empírica desta pesquisa demonstrou que, para os jovens, o consumo midiático funciona como sistema de integração e comunicação, como pontuado por Canclini (1995). A internet é amplamente utilizada pelos jovens para interação com os amigos, o acesso à rede por meio do celular realiza-se em momentos em que os jovens estão sozinhos, mas também juntos, o que os une em torno de uma prática em comum e perpetua as bolhas interacionais da contemporaneidade.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Referências bibliográficas

- BOCZKOWSKY, P.; MITCHELSTEIN, E.; MATASSI, M. El medio Yas No Es Medio Ni Mensaje. IN: **Anfibia**. Universidad Nacional de San Martín. Agosto 2016. Disponível em <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/medio-ya-no-mensaje/>
- CECCANTINI, J. L. Mentira que parece verdade: os jovens não leem e não gostam de ler. In: FAILLA, Zoara.(org.) **Retratos da leitura no Brasil 4** Rio de Janeiro: Sextante, 2016.
- FAUSTO NETO, A. Midiatização, prática social – prática de sentido. In Encontro Anual da Compós, 15. **Anais...** UNESP, Bauru, 2006.
- GARCÍA CANCLINI, N. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
- GARCÍA CANCLINI, N. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- SILVERSTONE, R.. **Por Que Estudar a Mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.
- SOUSA, J. P.. Construindo uma teoria multifactorial da notícia como uma Teoria do Jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia** Vol.II Nº 1 – Florianópolis, SC - 1º Semestre de 2005.